

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

**DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN
COMUNICACIÓN CON MENCIÓN EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL**

**POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN EL MARCO DE UN
PARADIGMA CONTEMPORÁNEO. CASO DE ESTUDIO: GOBIERNO
AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE GUAYLLABAMBA**

NICOLÁS VALDIVIESO VITERI

DIRECTOR: LEÓN SEVERO ESPINOSA, Mg.

**OCTUBRE, 2018
QUITO – ECUADOR**

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi familia por ser los primeros en incentivar en mí el deseo de cambio desde la autonomía, la academia, la moral y la autenticidad.

A mi hermano por ser todo un personaje.

A mi mamá por siempre estar ahí.

Y, a mi padre por ser un referente de perseverancia.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a todas las personas que me apoyaron a lo largo de este tiempo de reflexión académica. A mi familia, mis amigos y docentes entre los cuales quiero agradecer de sobre manera a mi director, León Espinosa, y mis dos lectoras Carolina Larco y María del Carmen Cevallos, por siempre mantener en vigencia la academia.

Termino este agradecimiento con la siguiente frase – muy acorde – al contexto académico de la comunicación: “E pur si muove” Galileo Galilei.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

i. Resumen.....	1
ii. Introducción.....	2
iii. Pregunta de investigación.....	3
iv. Problema	3
v. Objetivos.....	5
vi. Justificación	5
vii. Metodología.....	6
CAPÍTULO 1:	8
COMUNICACIÓN POLÍTICA EN EL PARADIGMA CONTEMPORÁNEO	8
1. Una aproximación a la Comunicación Política	8
1.1 Datos generales.....	8
1.1.1 Definición	8
1.1.2 Características intrínsecas y extrínsecas	10
1.1.3 Proceso de comunicación política	11
1.2 Poder y política.....	12
1.2.1 Etimología del poder y la política.....	12
1.2.2 Pragmática entre poder y política	14
1.2.3 Relaciones estratégicas.....	15
1.3 Teorías de la comunicación política	17
1.3.1 Recuento de las teorías clásicas.....	17
1.3.2 Teorías del siglo XXI	19
1.3.2.1 Perspectiva social de la comunicación política	20
1.3.2.2 Comunicación política en la realidad web 2.0	20
1.4 Teorías posmodernas	22
1.4.1 Comunicación política en la posmodernidad	22
1.4.2 Dimensión líquida de la comunicación política	24
1.4.3 Teorías de la Comunicación desde el Sur.....	25
1.5 Cultura política	26
1.5.1 Definición.....	26

1.5.2	Patrones de la cultura política.....	27
1.5.2.1	Modelos de la cultura política y niveles de participación.....	27
1.6	Cambios paradigmáticos.....	30
1.6.1	Dimensión simbólica de la comunicación política.....	30
1.6.1.1	Transgresiones del poder	30
2.	Contextualización del panorama político : asesoría , actor político, ética política y políticas de comunicación	32
2.1	Naturaleza y función de la asesoría política	32
2.2	El rol del actor político.....	33
2.3	Dimensión ética de la política.....	35
2.4	Vínculos entre comunicación y políticas de comunicación en el siglo XXI	36
3.	Una aproximación a las Políticas de Comunicación.....	37
3.1	Naturaleza y funcionamiento de las políticas de comunicación.....	37
3.2	Construcción de políticas de comunicación	39
	CAPÍTULO 2:	43
	ESTUDIO DE CASO: GAD GUAYLLABAMBA	43
1.	La organización	43
1.1	Antecedentes del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural Guayllabamba.....	43
1.2	Objetivo del GADPG	44
1.3	Misión	45
1.4	Visión	45
1.5	Principios	46
2.	Cultura organizacional del GADPG	46
3.	Estructura organizacional del Gobierno Autónomo Descentralizado	48
3.1	Organigrama	48
3.2	Flujograma.....	49
4.	Manejo de la comunicación en el GADPG	52
5.	Usos y modelos de comunicación presentes en el GADPG.....	53
6.	Comunicación digital (página web y fan page).....	54
	CAPÍTULO 3: PROPUESTA DE POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL GAD DE GUAYLLABAMBA.....	61
1.	Nueva comunicación política en el paradigma actual	61
2.	Comunicación política paradigmática.....	66
3.	Políticas de comunicación	72

3.1 Síntesis de Políticas de Comunicación para el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural Guayllabamba	78
4. Estrategias de comunicación	79
4.1 Clasificación de las estrategias de comunicación según cada política y/o subpolítica para el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural Guayllabamba	80
5. Objetivos	82
6. Sistematización de las políticas de comunicación	83
6.1 Casos de aplicación de las políticas de comunicación	83
6.2 Matriz de planificación de políticas y estrategias de comunicación	88
6.3 Árbol de políticas de comunicación	94
Conclusiones	99
Recomendaciones	100
Bibliografía y referencias	101
ANEXOS	103
Anexo 1: Sondeo de opinión	104
Anexo 2: Resultados sondeo de opinión	107
Anexo 3: Corrida estadística del sondeo de opinión	113
Anexo 4: Transcripción entrevista a profundidad	117

ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

Gráfico 1: Nivel de confiabilidad en el GADPG	63
Gráfico 2: Calificación del GADPG	64
Gráfico 3: Nivel de presencia de comunicación entre el GADPG y la ciudadanía	68
Gráfico 4: Impacto (en cantidad de visitas) de la página web oficial del GADPG	69
Gráfico 5: Impacto (en cantidad de visitas) de la fan page de Facebook	71
Gráfico 6: Nivel de interrelación entre calificación del GADPG y edad	84
Gráfico 7: Nivel de interrelación entre edad y confianza en el GADPG	86
Gráfico 8 : Nivel de relacionamiento entre la ciudadanía y el GADPG según la edad	87
Tabla 9: Antecedentes y matriz de planificación	89

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES E IMÁGENES

Ilustración 1: Organigrama del GADPG.....	48
Ilustración 2: Flujograma del Gobierno Autónomo Descentralizado de Guayllabamba.....	51
Fotografía 3: Portada Página Web Oficial	57
Fotografía 4: Formulario de contacto (página web oficial).....	57
Fotografía 5: Sección de noticias en la página web oficial.....	58
Fotografía 6: Portada Fan Page Facebook	58
Fotografía 7: Publicación Facebook (proyectos y obras)	59
Fotografía 8: Publicación Facebook (social)	59
Fotografía 9: Publicación Facebook (Institucional).....	60
Ilustración 10: Árbol de políticas de comunicación	94

i. Resumen

La presente disertación tiene como objetivo principal el diseño de políticas de comunicación para una entidad de representación (Gobierno Autónomo Descentralizado de Guayllabamba) con relación a los cambios paradigmáticos en el campo de la comunicación. Es por esto, que a lo largo del trabajo se aborda desde una perspectiva teórico - práctica los lineamientos necesarios para la construcción de políticas de comunicación como de un modelo de sistematización de estrategias y acciones aplicables al contexto.

Por ser un campo de estudio puramente de naturaleza social la metodología aplicada, de manera cuasi general, fue la cualitativa. Esto se debe a que mantiene un importante nivel de permeabilidad en la recolección de datos, y en el posterior análisis de estos. Así, se aplicaron dos técnicas de recolección de información directas (un sondeo de opinión y una entrevista a profundidad) y una técnica indirecta: la observación en el campo. Por consiguiente, los hallazgos más importantes, posterior a la interpretación y análisis, fueron los siguientes.

Primeramente, la existencia de una falta de comprensión de la importancia, necesidad y campo de aplicación de la comunicación, en general. En un segundo lugar, el diseño de políticas de comunicación mantiene una relación compleja tanto en su elaboración como implementación por factores y condiciones exógenos como endógenos a la institución. Asimismo, que es necesario mantener flujos de comunicación participativos entre las distintas esferas sociales (de poder) para una elaboración realista de las políticas de comunicación. Por otro lado, los canales de comunicación y su uso deben surgir de las políticas de comunicación a través de planes estratégicos. Finalmente, se develó la naturaleza de las políticas de comunicación como un elemento regente de todas las actividades de una organización independientemente de su naturaleza.

ii. Introducción

Al entender a las organizaciones políticas y de representación como espacios de expresión de la ciudadanía es importante tomar en consideración el rol de la comunicación dentro de los procesos y actividades de las distintas instituciones. En el objeto de estudio de la presente disertación, el Gobierno Autónomo Descentralizado Guayllabamba, la comunicación requiere de un análisis acorde a los cambios dentro del paradigma planteado desde una mirada político – comunicativa. En efecto, la disertación se estructura en tres capítulos que permiten obtener al final el diseño de políticas de comunicación y de estrategias que pueden ser aplicables al contexto próximo del Gobierno Autónomo Descentralizado de Guayllabamba.

El primer capítulo comprende un marco teórico en el que se aborda un recuento de teorías y conceptos tanto de comunicación como de comunicación política necesarios para entender desde una perspectiva académica el funcionamiento y posterior elaboración de políticas de comunicación. En este capítulo, se tomó en consideración a la comunicación de manera holística para tener una imagen clara de su funcionalidad.

El segundo capítulo aborda el análisis a profundidad del Gobierno Autónomo Descentralizado de Guayllabamba tanto de sus características constructivas como de su funcionamiento desde un punto de vista comunicativo. En efecto, en el presente capítulo se considera al Gobierno Autónomo Descentralizado como un ente de representación desde un modelo sistémico.

Finalmente, el último capítulo representa una propuesta de diseño de políticas de comunicación a través del análisis de los resultados obtenidos y de su aplicación en el paradigma comunicativo planteando para el Gobierno Autónomo Descentralizado de Guayllabamba. Por consiguiente, en este capítulo se plantean tanto las políticas de comunicación como de las estrategias y acciones de comunicación para el objeto de estudio.

iii. Pregunta de investigación

¿En el marco de un paradigma de comunicación contemporáneo, cuáles son las características estratégicas que debería contemplar una política de comunicación para un gobierno local?

iv. Problema

Dentro del campo político, la comunicación se ha convertido en un elemento estratégico para alcanzar el o los objetivos planteados. Sin embargo, el entendimiento de esta dualidad entre comunicación y política puede llegar a producir equívocos e incongruencia dentro de la construcción de políticas de comunicación; en especial si se toma en cuenta a la política como un referente del poder. Por lo tanto, “poder es algo más que comunicación, y comunicación es algo más que poder” (Castells, 2016). Es evidente, que la comprensión de la comunicación y su dinamismo con la política no puede quedarse en la simplificación de equipararla como una herramienta para el cumplimiento de los objetivos políticos, sino como un agente estratégico. En efecto, esta nueva perspectiva de la comunicación dentro del marco político se convierte en un talante para el cuasi cambio y transformación del paradigma actual. Según Barbero (1978), es necesario realizar un salto cualitativo en la comprensión de la comunicación desde la teoría y la superestructura que la condiciona hacia la práctica, aterrizando de forma concreta, en su transversalidad en otros ámbitos. Así, la relación entre política y comunicación, desde la perspectiva de la aplicación estratégica, devela el primer componente problemático.

Por otro lado, la especificidad y complejidad de la comunicación en el marco de la asesoría política debe ser sometido a un adecuado manejo. Por consiguiente, la comunicación, y en especial, la comunicación política sobreentiende una comprensión integral del contexto. Sin embargo, en la percepción de la sociedad en general hacia temas de coyuntura de naturaleza política, no mantienen el mismo interés a diferencia de otro tipo de mensajes, independientemente de la evolución de los canales (Russell Neuman, 2016). Por lo que, el uso estratégico y correcto de la comunicación para llegar a un nivel de implicación de las personas debe surgir de la comprensión, por una parte, de la comunicación como tal y, por

otro, del contexto referencial. No obstante, no es solo la complejidad de la aplicación de la comunicación en política, sino del cómo se puede usar de forma eficiente en una verídica política de comunicación, surgiendo de esa manera el segundo componente problemático.

Finalmente, al intentar plantear las condiciones y estrategias de comunicación para llegar a ser complementarias a la política de comunicación, surge un cuestionamiento estructural, que se fundamenta en la plasticidad que poseen los medios y procesos comunicativos en materia de creatividad. En efecto, adaptar la comunicación dentro de un contexto político requiere de varios procesos simultáneos. Por ejemplo: la observación del cambio de los medios de comunicación y de su nivel de influencia en la sociedad. Vale la pena recalcar, que, dentro de este componente problemático, y de forma secundaria incide la opinión pública. “Por supuesto que un sistema de información tiene valor como fuente de información general y como freno de la prensa cotidiana, pero esto es secundario” (Lippmann, 1964). Por consiguiente, la necesidad de usar medios y planteamientos de comunicación modernos que respondan a los objetivos e intereses del ámbito político es una realidad dentro del presente contexto. Este componente problemático se transforma en el de mayor influencia dentro de las estrategias para las políticas de comunicación, por su repercusión tanto de contenido como de forma.

Dada la necesidad de manejar de forma adecuada la comunicación, y su subespecialidad, la comunicación política desde una visión 360, dentro de una institución de representación política como lo es el GAD, la necesidad de políticas de comunicación surge como una respuesta a la carencia existente en este contexto. Según Montiel (2010), la comunicación debe ser estudiada en el caso del ámbito político de forma inteligente ya que sigue siendo un “rompecabezas”. Así, la no existencia de políticas que engloben de forma íntegra a la comunicación política, y especial que tenga como grupo objetivo a los propios políticos como la relación de estos con la sociedad es un problema que transgrede el estado del arte actual. Es evidente, que las condiciones y características propias al contexto repercuten en el *modus operandi* de la aplicación de estrategias comunicativas dentro del ámbito político. Así, el problema se fundamenta en la ausencia de políticas de comunicación de índole estratégico que sobrepasen los cambios paradigmáticos actuales según las condiciones de la Parroquia de Guayllabamba.

v. Objetivos

Objetivo general

Diseñar políticas y estrategias innovadoras de comunicación para el Gobierno Autónomo Descentralizado de Guayllabamba acorde el paradigma vigente.

Objetivos específicos

1. Analizar e interpretar los nuevos aportes teóricos-prácticos de la comunicación política.
2. Explicar el cambio de paradigma dentro de la comunicación política.
3. Definir políticas y estrategias en el marco de un nuevo paradigma comunicacional.

vi. Justificación

El presente trabajo pretende ser una aportación novedosa y dinámica a la comunicación política como objeto de estudio. Enfatiza desde la academia, un punto de vista cuasi holístico de la comunicación política. Por lo cual, responde a una necesidad existente en el campo. Sin embargo, el valor intrínseco de la investigación no se limita a la esfera académica, sino que tiene una función social. Así, resalta la capacidad que poseen los grupos sociales, en ser actores participativos, en procesos políticos de toda índole. Dando como resultado, una aparente estructura a la política, en general. En efecto, se pretende enfatizar los lineamientos para llegar a una democratización de la comunicación política en todas las esferas políticas y de poder.

Por otro lado, responde al deseo de difusión de la comunicación política y su máxima representación las políticas de comunicación. La ausencia de parámetros de construcción y aplicación de políticas de comunicación repercute en un vacío de importancia en todo accionar político, a todo nivel. Por lo cual, la presente investigación, responde a su vez a la condición crítica académica y reflexión del tema y del ausentismo evidente en instituciones de representación política.

vii. Metodología

En la presente disertación la metodología utilizada es de carácter cualitativo por tener permeabilidad en la recolección e interpretación de la información obtenida. Según Hernández, Fernández, & Baptista (2014), una ventaja de la investigación cualitativa es el de conocer las relaciones de los actores dentro de su contexto. Por lo cual, al querer postular políticas de comunicación como resultado final de la presente investigación es necesario entender las complejidades existentes entre los distintos actores y la institución en cuestión. Así, se pretende obtener datos fidedignos relacionados al campo de estudio, y de respuesta a la problemática general.

Por lo tanto, se optará por realizar dos procesos en simultáneo, estableciendo un análisis comparativo de la información. Por consiguiente, las herramientas de comunicación que serán llevadas a cabo son la entrevista a profundidad y un sondeo de opinión. En un principio, la entrevista a profundidad será realizada al presidente de la Junta Parroquial, esto se debe a las relaciones de poder y de participación que posee este actor en relación al resto de integrantes de la estructura establecida en el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural Guayllabamba. En efecto, “la entrevista a profundidad se utiliza con el fin de conocer determinada realidad a partir de la experiencia de los actores. En general se centra en una temática y se dirige al entrevistado tratando de dejarlo hablar porque lo que importa es cómo lo expresa con sus palabras” (Uranga & Bruno, 2009,p.20). A modo de conclusión, la entrevista a profundidad tiene como objetivo fundamental el de conseguir desde el propio actor de comunicación política los lineamientos de aplicación para la creación de una política de comunicación general y atemporal.

Por otro lado, es necesario considerar al método cualitativo como la estructura para la creación de políticas de comunicación aplicables para el Gobierno Autónomo en cuestión. Las estrategias resurgentes de este análisis de las distintas fuentes de información se traducen en la creación de un marco referencial para la posterior elaboración de políticas. Por lo cual, “la estrategia como marco pone el énfasis en la capacidad de la estrategia para acotar territorios de actuación, indicando el camino que se desea recorrer y desautorizando otros campos de actividad” (Pérez González, 2008,pp.143-144).

Finalmente, la segunda herramienta es un sondeo de opinión de naturaleza exploratoria sobre la relación que existe entre la ciudadanía y el GAD. En efecto, se busca conocer el punto de vista de los integrantes de la sociedad en relación a diferentes temas del accionar de la Junta Parroquial, y consecuentemente, del GAD en general. Así, se buscaría reconocer la participación de la población sobre la estructura y funciones del GAD.

CAPÍTULO 1:

COMUNICACIÓN POLÍTICA EN EL PARADIGMA CONTEMPORÁNEO

1. Una aproximación a la Comunicación Política

1.1 Datos generales

1.1.1 Definición

En pleno siglo XXI, la comunicación se ha convertido en un factor condicionante en cualquier actividad social. Al leer la estructura social como flujos y nudos de comunicación, pasamos de una estructura comunicativa pluridireccional a una estructura interconectada cuasi infinita, calificada a través de la siguiente expresión: “todo se encuentra interconectado entre sí”. Por consiguiente en esta “sociedad red” (Castells, 2016), la comunicación se transforma en una estrategia *sine qua non* para el desarrollo de la sociedad. Siguiendo una definición amplia de comunicación se llega a una de sus posibles aplicaciones – considerada transversal desde una visión holística – en la que se interrelaciona de manera dinámica con la política. Sin embargo, para definir a la comunicación política como aplicación de la comunicación es necesario realizar un análisis de la forma y tipo de relación que poseen tres factores conectados entre sí. Por un lado, la comunicación como ciencia social y proceso. Así como, la política fuera de abstracciones e idealizaciones y, por otro, la sociedad.

Es importante tomar en cuenta el contexto, de primer mano, para entender los vínculos creados entre los conceptos mencionados anteriormente, ya que poseen una naturaleza primigenia arraigada a la Cultura. El contexto al ser una supra-estructura que engloba, y llega a condicionar a la sociedad siendo un constructo de personas, es sin lugar a duda la *pièce de résistance* para el entendimiento, y posterior aplicación de la comunicación política. Paradójicamente éste logra sobrellevar a la cultura. Así, la sociedad como tal se considera en sí como un grupo de personas que poseen diferencias y similitudes y que cohabitan en un determinado entorno. En este caso, la comunicación política se

relaciona directamente con la capacidad de construir puentes entre la política y la gobernanza a través de procesos de comunicación complejos. Por consiguiente, el contexto se transforma en condiciones que son utilizadas de manera consciente por las personas en todas sus dimensiones.

Ahora bien, en el caso de la comunicación vista como ciencia y proceso es necesario tomar en cuenta varias de sus aristas. Al definir comunicación la abordamos como: “ciencia, teoría, proceso, sistema mediado o intervenido, al tiempo que mediador e interventor; forma de relación con el mundo, procedimiento de en culturización; tarea en la que la sociedad compromete sus recursos y su organización” (Martín Serrano, Manuel, Piñuel Raigada, José Luis, Gracia Sanz, Jesús, 1982). Así, la comunicación es la herramienta que modela hasta cierto punto a la política, a través de mecanismo socialmente aceptados como son los medios de comunicación o la opinión pública. No obstante, el lazo entre comunicación y política se rompe al momento en el que se transgrede el uso “políticamente correcto” de la primera sobre la segunda. Vale la pena recalcar, que la comunicación al tener un valor social llega a ocasionar conatos en las estructuras sociales existentes que a su vez repercuten en la relación entre política y comunicación. No obstante, la comunicación es un elemento cultural que no puede ser dejado de lado, por lo cual, uno de los axiomas propuestos por Watzlawick, asume la imposibilidad de no comunicar :

Actividad o inactividad, palabras o silencio, tienen siempre valor de mensajes: influyen sobre los demás, quienes, a su vez, no pueden dejar de responder a tales comunicaciones y, por ende, también comunican (Watzlawick, Hermick Beavin, & Jackson, 1985,p.50).

Dicha premisa sintetiza el alcance que posee la comunicación política, independientemente de su propósito.

Finalmente, el término política está plagado de interpretaciones y usos según la realidad social de cada grupo, dificultando llegar a una abstracción concreta de la misma. No obstante, y de forma general, se tiende como política a la esfera directriz en la que es posible llevar a cabo varias acciones de distinta naturaleza. Así, dicho esbozo de definición

de política se complementa con la percepción que posee la sociedad sobre la Política que se remonta a la idea aristotélica, la cual consideraba una estrecha relación entre el régimen y la persona en pro de alcanzar una ciudadanía justa y equitativa. Sin embargo, en la actualidad, se dimensiona a la política tomando tanto en cuenta la idea de Aristóteles – de forma sutil – y aumentando a su naturaleza la idea de logro y cumplimiento de obras para el desarrollo íntegro de la sociedad a través de sus representantes.

A modo de conclusión, la comunicación política es la unión entre comunicación, política y sociedad. Esto quiere decir que existe una comunión en la forma en la que la sociedad expresa sus ideales políticos y deseos sociales a través de mecanismos de comunicación. Un claro ejemplo, es el uso de manifestaciones sociales, para dar a conocer su acontecer. Sin embargo, la comunicación política traza los lineamientos que deben ser respetados por todos los miembros de una sociedad (gobernantes y gobernados) para llegar al cumplimiento de la voluntad de la mayoría. Por consiguiente, “hablamos de comunicación política fundamentalmente para referirnos a la relación que mantienen los gobernantes y gobernados (sujetos), en un flujo de mensajes de ida y vuelta (objeto), a través de los medios de comunicación social y con el concurso de los periodistas especializados en cubrir las información generada por las instituciones y los protagonistas del quehacer político (ámbito de la comunicación)” Wolton, 1998, pp.29 -31 citado en (Fernanda, Preciado, & Marín, 2008). Según Mazzoleni (2010), el entendimiento de la comunicación política se encuentra estrechamente vinculado con el contexto y, por las reglas de la democracia. Así éste define la comunicación política como: “el intercambio y la confrontación de los contenidos de interés público-político que produce el sistema político, el sistema de los medios y el ciudadano-electoral” (p.36). Por consiguiente, para llegar a la aplicación de la comunicación política se debe tener un estado de derecho, deberes y libertades. En conclusión, la comunicación política se define como el estudio de la forma y fondo de la política por el intermediario de la comunicación.

1.1.2 Características intrínsecas y extrínsecas

Como toda ciencia social, la comunicación política tiene componentes extrínsecos como intrínsecos. En este caso, las características intrínsecas son aquellas que se relacionan directamente con el funcionamiento y naturaleza de la comunicación política. En cambio, las características extrínsecas son los modelos y flujos relacionales de la comunicación política en y con su entorno. Por lo cual, las características intrínsecas tiene como objetivo principal el de modelar y brindar pautas a la sociedad – a través de la ideología – bajo una perspectiva sistémica no rígida. Dentro de las características intrínsecas se toma en cuenta dos dimensiones complementarias. Por un lado, las pragmáticas que se fundamentan en la funcionalidad de la comunicación política. Y por otro, lo teórico, que a breves rasgos pone en evidencia la interdisciplinariedad de la comunicación política con otros campos de estudios como las ciencias políticas, la sociología y la psicología. Sin embargo, una de las características esenciales de la comunicación es la de interactuar de forma directa con los miembros de la sociedad. En efecto, “en la dimensión pragmática de la comunicación política «se utiliza para interactuar [entre emisor y receptor] conforme a modalidades variables, entre otras: persuadir, convencer, seducir, informar, mandar, negociar y dominar.»” Gerstlé, 1922, pp. 14-22 citado en (Mazzoleni, 2010,p.38). Es por esto que las características intrínsecas tienen como principal propósito la creación de una supra estructura como eje transversal para la aplicación estratégica de la comunicación política en su contexto. En cambio las características extrínsecas de la comunicación política dependen directamente con el contexto. Aunque parezca paradójico, pero los factores extrínsecos inciden en la composición de la comunicación política. Un claro ejemplo de esto es la forma en la que se llevan a cabo las campañas políticas o como se forma el organigrama en una instancia gubernamental según el poder y la estrategia. Por consiguiente, tanto las características intrínsecas como las extrínsecas no tienen una definición y caracterización exacta en relación a la amplitud del contexto.

1.1.3 Proceso de comunicación política

Al entender la comunicación política como un sistema no rígido, el proceso se divide en dos partes complementarias entre sí. Por un lado, la comprensión de la ciencia de la comunicación política como referente para el manejo político en una situación delimitada

a través de estrategias y acciones concretas dentro de la maquinaria política y por otro, las herramientas y resultados de los planes conformados a través de la investigación realizada. Vale la pena recalcar, que el proceso de comunicación política responde a los modelos existentes en el paradigma comunicativo imperante. Es fundamental tomar en consideración que el modelo que tiene mayor acogida es el modelo de la comunicación vista como un elemento que responde a los poderes de la sociedad, y sobre todo a la relación hegemónica entre lo privado y público presente en la opinión pública. Así, este modelo clásico mezcla una perspectiva funcionalista de la comunicación política hasta desembocar en una aplicabilidad sistémica de la misma . Por consiguiente,

Si bien su formulación es apolítica, se adecua a las concepciones pluralistas y voluntaristas de los mecanismos fundamentales de la vida social y tiene una tendencia conservadora en la medida en que los medios de comunicación antes aparecen como un factor favorable al *status quo* como una posible fuente de cambio. (D.McQuail,sf, pp.76 -77 citado en Monzón, 2006, p.231).

Por lo cual, se puede resumir el proceso de comunicación política no tan solo desde la ideología de los actores políticos, sino de las relaciones presentes con su contexto cercano. Para concluir, el proceso comunicativo dentro del campo de la política cambia radicalmente por factores exógenos del mismo limitando tener una formulación única.

1.2 Poder y política

1.2.1 Etimología del poder y la política

La sociedad se construye sobre la base de dos elementos interrelacionados. En efecto, desde “el hombre es un animal político” de Aristóteles hasta la actualidad en la que todo sistema tiene como eje transversal a la política, se ha vuelto una necesidad comprender de manera holística; tanto el término de política como una expresión de ésta como lo es el poder. Según Napolitano (2010), el término política sufre una metamorfosis en su definición en relación al sistema social presente en un determinado tiempo, por lo cual

comparte una estrecha relación con la democracia. No obstante, su estricta etimología proviene de dos raíces históricas y socialmente aceptadas. Por lo tanto, una definición de política que sigue vigente en la actualidad es la acuñada por Aristóteles:

Politiques d'Aristote trad. par Oresme, 1371. Empr., par l'intermédiaire d'une forme de lat. tardif *politice*, au gr. $\pi\omicron\lambda\iota\tau\iota\kappa\acute{\eta}$ « science des affaires de l'État, affaires de l'État », subst. de l'adj. $\pi\omicron\lambda\iota\tau\iota\kappa\acute{\omicron}\varsigma$, v. *politique*¹, parallèlement à *policie*, du lat. *politia* (v. *police*) et à *politiques*, trad. du neutre plur. subst. de *politicus*, -a, -um, gr. $\tau\acute{\alpha}\pi\omicron\lambda\iota\tau\iota\kappa\acute{\alpha}$ « les affaires publiques, ce qui concerne l'État » dans le titre de l'ouvrage d'Aristote dont la trad. la plus anc. qui ait subsisté du texte lat. en fr. est celle d'Oresme (1372-74, *Le Livre de Politiques d'Aristote*, éd. A. D. Menut, introd., p. 11).

Política de Aristóteles trad, de Oresme, 1371. De una forma latina tardía de *politice*, en griego $\pi\omicron\lambda\iota\tau\iota\kappa\acute{\eta}$ “ciencia de los asuntos del Estado”. Por otro lado, política paralelamente proviene de *policie* del latín *politia* y de políticos, traducción de *politicus*, en griego $\tau\acute{\alpha}\pi\omicron\lambda\iota\tau\iota\kappa\acute{\alpha}$ que significa “los asuntos públicos que le conciernen al Estado”.¹ (CNRTL, s.f.)

Así, la política marca la forma de actuar dentro de un contexto social según normativas y leyes que son socialmente aceptadas. De igual importancia, el término de poder juega un rol esencial en la sociedad actual. Desde su etimología el poder se lo percibe como un elemento de mantención de la fuerza en todo tipo de contexto. Sin embargo, en lo que respecta la relación entre poder y política adquiere matices distintivos. Se habla de un poder político bajo la influencia del sistema instaurado por un organismo superior que rige a toda la sociedad. Por consiguiente, se puede definir el poder desde una perspectiva social, y por consiguiente, en cambio constante.

Según Castells (2016),

El poder es la capacidad relacional que permite a un actor social influir de forma asimétrica en la decisiones de otros actores sociales de modo que se favorezcan la voluntad, los intereses y los valores del actor que tiene el poder (Castells, 2016,p.33).

¹ La traducción e interpretación son de mi autoría

A modo de conclusión, tanto la etimología de política como la de poder se relacionan entre sí. Esto se debe a que su existencia depende una de la otra dentro de un contexto social específico.

1.2.2 Pragmática entre poder y política

Para establecer los vínculos pragmáticos entre poder y política es necesario tomar en consideración las distintas esferas de actuación. En efecto, el espacio de interacción de cada concepto condiciona tanto su eficiencia como eficacia dentro de un contexto social específico. Por ejemplo: en un país capitalista la percepción del poder repercute en el manejo de los recursos económicos y la manifestación de la política versada hacia el libre mercado. Sin embargo, el límite pragmático entre poder y política pierde su valor estructural al momento en el que uso de la política se transforma en una práctica de los intereses personales sobre la estructura social imperante. Por lo cual, la pragmática de la política tiene como funcionalidad el de establecer los patrones para la gobernanza de un estado. Vale la pena recalcar, que al decir pragmática de la política se sobreentiende una dimensión ideológica compuesta por los constructos sociopolíticos de las personas y las condicionantes históricas. Esta característica propia a la política dificulta el proceso de implementación de la misma en la sociedad.

No obstante, su naturaleza ideológica le permite tener mayor amplitud de usos y de relación con otros conceptos usados dentro del marco de una sociedad como son: privado, público, opinión pública, poder, desarrollo, entre otros. Por lo cual, la pragmática de la política sustenta las acciones de la representación socialmente aceptada para ser el agente de cambio. Finalmente, la práctica de la política requiere de la comprensión concreta de la sociedad, y el entendimiento amplio del funcionamiento de la misma.

Por otro lado, la pragmática del poder se sustenta en la aplicabilidad de ésta dentro de un contexto. Al decir poder entendemos como la manifestación de la fuerza de una persona o grupo social indistintamente a su campo de aplicación u orígenes. El poder se encuentra como una condicionante de toda actividad social. Según Dahl (2007), el poder se

lo define como una relación, y específicamente una forma de relación que se fundamenta a través de las personas. Por consiguiente, al momento de definir la pragmática de este concepto llegamos a un análisis crítico y dialéctico de la circunstancia para aplicar de la mejor forma posible al *Poder*.

Sin embargo, se puede comprender el poder desde otra perspectiva totalmente diferente. En este caso, la pragmática del poder se relaciona con la fuerza e imposición de un actor social – individuo o colectivo– sobre el resto de los miembros de un sistema. Por lo cual, llegamos a una “economía del poder” (Foucault, 1982), en la que las personas al ser consideradas como sujetos manejan el poder en pro de sus intereses y, por consiguiente, fuera de lo socialmente aceptado. Ahora bien la práctica del poder se encuentra atravesada por la complejidad de limitar su uso. Un claro ejemplo es un sistema de gobierno coercitivo que irrumpe en la decisión de la mayoría. Sin embargo, la práctica del poder al tener un sin número de matices y aplicaciones se sustenta en un elemento natural en la concepción misma del Hombre: el deseo de cambio y progreso. De esta manera, la pragmática del poder se relaciona directamente con la comprensión de cada individuo sobre el mismo y su entorno.

Finalmente, la pragmática entre política y poder se estructura de manera condicionante y dependiente una de la otra. En efecto, la política es una manera de representar el poder a través de acciones concretas dentro de una esfera. Así, la política utiliza el poder para llegar al cumplimiento de su naturaleza ideológica. En cambio, el poder se transforma en una estructura que marca las pautas de la política. Vale la pena recalcar, que el hecho de que el poder sea una estructura en la que se inserta la política, esta última no pierde su naturaleza y actuación más bien refuerza la práctica entre las dos. Por consiguiente, la pragmática entre poder y política se fundamenta en las condiciones y estructuras sociales presentes en el paradigma dominante. A modo de conclusión, la definición de pragmática entre poder y política se sustenta de manera clásica en la reciprocidad de ambos conceptos.

1.2.3 Relaciones estratégicas

Al conocer la dinámica entre poder y política, y su estrecha relación pragmática se puede identificar las relaciones existentes entre ambos conceptos. Cabe recalcar, que para entablar las relaciones estratégicas entre política y poder es necesario entender su dimensión. En efecto, ésta se fundamenta en los resultados obtenidos. Un elemento estructural en toda relación estratégica entre poder y política es el uso de los modelos de comunicación y de los medios masivos, en general. Una primera relación estratégica es la distribución del poder a través de la política. Por lo cual, “la política es el proceso de asignación de poder en las instituciones del estado” (Castells, 2016,p.261). Esta primera relación estratégica representa el primer tipo de relaciones en la que se ve al poder como un elemento de valor y control. Sin embargo, esta forma de vínculo del poder hacia la política modifica el funcionamiento de cada una. La estrategia puede clasificarse desde una perspectiva instrumentalista de la política en relación al poder como del resto del entorno.

Ahora bien, esta relación estratégica da paso a la segunda macro forma de vínculo: la política vista desde el cumplimiento del poder de la mayoría. La relación estratégica se basa en una visión democrática sistémica del poder. Ésta es la mayoritariamente utilizada por sistemas políticos que manejan el poder desde la división de poderes. Vale la pena recalcar, que al momento de hablar de división de poderes se crea la diferencia dialéctica entre el poder y una de sus manifestaciones que serían los poderes ejecutivo, legislativo y judicial. Finalmente, la última forma de relación estratégica entre poder y política es el uso de la política para la obtención del poder.

Por consiguiente, al momento que se ingresa al sistema político, y más aún ideológico hegemónico de una sociedad se utiliza el poder como una forma de expresión de la personalidad. Dicho esto, es necesario diferenciar la comprensión política del poder que se fundamenta en una perspectiva más heurística y, la expresión general de la misma que se basa en la comprensión poco analítica. En el segundo caso se llega al abuso de poder pasando por una autocracia utópica. Esta última forma de relación entre poder y política debe ser manejada desde dos esferas (pública y privada) de manera simultánea para establecer su adecuado funcionamiento. Finalmente, las tres formas de relación estratégica son complementarias entre sí hasta llegar a una estructura comunicativa. Es por esto, que

para entender de mejor manera la relación entre poder y política es necesario de forma previa entender a la comunicación política desde la perspectiva de la comunicación como eje estructural de toda aplicación y actuación en la sociedad. (Mazzoleni, 2010).

1.3 Teorías de la comunicación política

1.3.1 Recuento de las teorías clásicas

Para llegar a las teorías clásicas de la comunicación política es necesario tomar en consideración los distintos enfoques propios al campo de la comunicación. Para esto vamos a tomar como hito la Segunda Guerra Mundial. En efecto, el cambio que viven los medios de comunicación desde el surgimiento de nuevos públicos como son los de masa y el cambio del paradigma en la manera de transmitir la información modifica el estudio de la comunicación. Así, vamos a dividir las teorías clásicas de forma geográfica según el enfoque. Por un lado, el pensamiento desde la academia norteamericana, tomando en consideración dos autores de peso como son: Laswell y Watzlawick. Según Pineda de Alcázar (2001), la escuela norteamericana y sus representantes se los considera como los “padres de la comunicación” por el estudio realizado desde varias perspectiva de análisis de soporte para llegar a una epistemología de la comunicación como tal. En efecto, Watzlawick promulga los axiomas de la comunicación estableciendo las dinámicas de funcionamiento de la ciencia en sí. Por el otro lado, el mismo autor promueve el primer modelo esquemático de la comunicación: emisor – mensaje – receptor, el que será criticado y debatido posteriormente por otros teóricos por su simplicidad. El aporte de la academia norteamericana se basa esencialmente en la formación de premisas para el adecuado estudio de la comunicación. Aplicando a la comunicación política las teorías de la tradición norteamericana son de valor ya que permiten el entendimiento de la forma de expresión de la política a través de la comunicación. No obstante, no son transcendentales para el análisis global de la comunicación política.

Siguiendo este recuento de las teorías consideradas como clásicas en el campo de la comunicación, y respetando la forma de análisis elegido en el presente apartado sigue la

corriente de estudios de la academia europea. Vale la pena recalcar que, la diferencia entre las dos academias se sustenta por el enfoque y campo de estudio. En efecto, se puede dividir las dos academias desde el estudio del campo formal de la comunicación (academia norteamericana), y por el otro, la comprensión del contenido e interrelación con el resto de ciencias sociales como es el caso de la Academia Europea. Así, una de las escuelas más representativas en la tradición europea del estudio de la comunicación en el campo de las ciencias sociales es la Escuela de Frankfurt, quien sigue un enfoque crítico para el análisis de la comunicación – mayoritariamente de su fondo – en relación al contexto cultural determinante. En este caso, la comunicación es estudiada desde la interdisciplinariedad, poniendo énfasis en sus factores de relación, condicionantes y efectos en la sociedad. Por ende, para comprender las teorías de la comunicación desde la perspectiva de la Escuela de Frankfurt se debe considerar a dos de sus más importantes representantes: Jürgen Habermas y Theodor Adorno. En el primer caso, Habermas establece la relación directa y proporcional de la comunicación con la opinión pública. En cambio, el estudio de la comunicación y la cultura llevada por Adorno es de valor para entender la influencia de la comunicación en las estructuras sociales imperantes. Ahora bien, esta escuela de pensamiento en relación a la comunicación política es de sumo valor para lograr aprehender la reciprocidad entre tres variables sociales: la política, comunicación y cultura desde la criticidad.

Finalmente, es importante resaltar el aporte teórico considerado como clásico desde Latinoamérica. En este caso es necesario entender que la tradición académica latinoamericana se sustenta por continuar la línea propuesta desde el norte del continente, por lo que en materia de producción teórica y epistemológica es incipiente. Sin embargo, se pretende tener una mirada de la comunicación acorde con la realidad y características propias de toda la región. Vale la pena recalcar a dos teóricos como son Freire y Jesús Martín Barbero. El aporte de Freire dentro del campo de la comunicación Latinoamericana establece la interrelación de educación y comunicación. En efecto, Freire asume a la comunicación desde una mirada de cambio con la vinculación de la educación. Así este pensador modifica la manera en la que se percibe a la sociedad vista como agentes críticos y educados. Por el otro lado, para Jesús Martín Barbero, investigador español-colombiano,

de importancia para América del Sur; por ser el que acuña el concepto “de los medios a las mediciones” en la que explica como los medios masivos de comunicación y las audiencias utilizan los medios para llegar a realizar intercambios socialmente aceptados más allá de un instrumentalismo mediático. En efecto, la teoría de Martín Barbero la ejemplifica en su libro titulado: *De los medios a las mediaciones* (1998).

Por consiguiente, la perspectiva general de la comunicación es la de dotarle de una realidad y naturaleza epistemológica propia. En efecto, se utiliza la comunicación para llegar al cometido de la realidad latinoamericana: la idea de desarrollo y cambio. A modo de conclusión, la escuela de pensamiento de Latinoamérica enfatiza el cambio de paradigma dando cabida a nuevas formas de observar y estudiar la ciencia de la Comunicación.

1.3.2 Teorías del siglo XXI

Al realizar una aproximación de las Teorías Clásicas de la Comunicación desde varias Escuelas de pensamiento, y de regiones distintas; recaemos en las nuevas perspectivas de estudio de la comunicación desde un enfoque más moderno y acorde al paradigma contemporáneo. Vale la pena recalcar, que al decir modernas nos referimos al siglo actual visto desde una limitación histórica social y de pensamiento. Y no desde los fundamentos mismos de la comunicación. Se puede dividir las teorías pertenecientes al siglo XXI desde dos puntos de vista complementarios en su naturaleza, pero sumamente cambiantes por su influencia en la sociedad. Por un lado, la perspectiva del cambio social desde la comunicación con uno de sus mayores representantes que fue el Dr. Luis Ramiro Beltrán de origen boliviano y cuya posta tomaría y continúa en este camino Alfonso Gumucio Dagron, también de origen boliviano Y, por otro, la comunicación desde una realidad 2.0, en la que tomaremos como punto de partida tanto a Manuel Castells como a Carlos Scolari.

1.3.2.1 Perspectiva social de la comunicación política

La comunicación al ser un elemento perteneciente a la sociedad, y específicamente a las estructuras sociales tiene que ser analizada desde una perspectiva de influencia en el desarrollo para la sociedad. En este caso, es importante tomar en consideración la transformación de los actores protagónicos de los procesos de comunicación. En efecto, se cambia de las esferas de estudio puramente académicos hacia actores más concretos como son los propios integrantes de la sociedad. Así, dentro de esta perspectiva teórica existe una propuesta de democratización de la comunicación. Según Gumucio Dagron (2004), la comunicación desde lo social se compone de dos elementos lo dialógico y lo participativo, por lo que se la califica como comunicación para el cambio social. En relación a la comunicación política, el enfoque social de la comunicación se explica de la siguiente manera:

La comunicación para el cambio social es una comunicación ética, es decir, de la identidad y de la afirmación de valores; amplifica las voces ocultas o negadas, y busca potenciar su presencia en la esfera pública (Gumucio Dagron, 2004,pp.6-7) .

Por consiguiente, la comunicación entendida desde lo social dota de veracidad a la comunicación política diversificando los actores políticos en el sistema de participación. El hecho de tener un mayor número de actores, repercute directamente en el rol transformador de la realidad de la comunicación. Para llegar a cambios estructurales de la sociedad es necesario tomar en consideración a la comunicación política como un agente de cambio. Así como, de la participación como una actividad cotidiana de la ciudadanía. Finalmente, la perspectiva social de la comunicación se inserta en las teorías contemporáneas por tener como fundamento el deseo de universalización de los procesos de comunicación y de la información entre todas las esferas de la sociedad.

1.3.2.2 Comunicación política en la realidad web 2.0

Desde la aparición de los medios masivos, y su difusión en red a través de patrones predecibles surge el cambio de lo tradicional hacia lo digital. Al decir digital nos referimos a los cambios suscitados en la estructura (canal) de difusión de toda la información, mas no

a los avances en producción tecnológica. Sin embargo, esta irrupción de la manera de entender a la comunicación desde nuevas plataformas como son todos los medios masivos, redes sociales y realidades virtuales modifica las teorías existentes para su análisis. Por consiguiente, al definir la web 2.0 hay que sustentarse en el cambio constante y el acercamiento más accesible a la información de parte de los usuarios. Así, la Web 2.0 es un salto cualitativo de la experiencia estática de búsqueda hacia la masificación de interrelaciones de usuarios de forma remota y en la atemporalidad.

El nuevo diseño de las interfaces web propone experiencias de usuario ricas en capacidad de acceso en todo lugar y momento, usabilidad y sencillez de navegación, generación de contenidos de forma dinámica e integración con los sistemas operativos (Scolari & Kuklinski Pardo, 2009, p.6).

De hecho, desde la perspectiva de Scolari y para entender a la comunicación teóricamente, en medio de la realidad web actual, se debe tomar como punto de partida una visión sistémica. La visión sistémica se relaciona con el caos necesario dentro de las redes de comunicación digital o virtual que se encuentran al momento de nuevas búsquedas o aumento del flujo de información. Por lo cual, para llegar a la web 2.0 desde la comunicación partimos del hecho de la intercomunicación de todo tipo de información a través de redes que se encuentran en plataformas globales. Según Castells (2016), las redes de comunicación de la información establecen una estructura en la que se puede observar las relaciones de poder desde la diversidad de actores. Por consiguiente, la comunicación en la Web 2.0 pasa de la esfera privada hacia la pública en la que todos los usuarios poseen las mismas oportunidades para hacer uso de la información. En el caso específico de la política, y de la comunicación política, la web 2.0 ha dotado de nuevas estrategias y oportunidades para el impulso de los actores políticos. Un claro ejemplo de lo anterior es el uso de las redes sociales para realizar campañas políticas. A modo de conclusión, las teorías de la comunicación, y, por consiguiente, de la comunicación política en el entorno 2.0 se encuentran condicionadas por los patrones propios de funcionamiento de la Web y de la gestión de los contenidos en los cuales emisor y productor es la misma persona, por lo tanto, se habla de los prosumidores, oportunidad que los ciudadanos tienen la posibilidad de ejercer del derecho a la comunicación con voz propia.

1.4 Teorías posmodernas

1.4.1 Comunicación política en la posmodernidad

Para entender los cambios en este contexto de posmodernidad es necesario tomar en consideración dos teorías, que, aunque relacionadas entre sí, poseen un valor teórico práctico para la comprensión del estado del arte de la comunicación política. En efecto, se trata de la teoría del caos y la teoría de la complejidad. Para entender, dichas teorías, partimos del hecho de que las condiciones sociales en las que radican tanto la política como la comunicación se encuentran en constante cambio. Esto se debe a la dialéctica de la sociedad, y su subsecuente estructura. Así, un elemento en común de ambas teorías es su dimensión fractal. Ahora bien, la naturaleza fractal de la política y comunicación se relaciona directamente con sus orígenes, y no con la forma de aplicación. Para entender ambas teorías tomaremos como representantes a Niklas Luhmann para la teoría de la complejidad y Bertalanffy en relación a la teoría del caos.

Por un lado, la teoría del caos se deriva de la perspectiva biológica y cambiante de un sistema vivo. Bajo esta premisa parte Bertalanffy, ya que considera las construcciones de distintos actores como un sistema que cohabita con otros sistemas formando uno solo. Si bien el caos es una disrupción a la teoría sistémica pregonada por el autor, hace parte de la génesis de la teoría general de sistemas. Por lo que, sin caos no hubiera la posibilidad de entender el reajuste sistémico imperante. En efecto, se puede definir el caos de la siguiente manera:

De caos se trataba cuando, en la teoría actual de la evolución, el mundo viviente aparecía como producto de la casualidad, fruto de mutaciones al azar y de supervivencia en el apuro de la selección natural (Bertalanffy, 1989,p.196).

Al momento de hablar de caos sostenemos que es la etapa inicial para entender la segunda teoría, que sería de la complejidad. Así, es el caos que se transforma en un totalidad que sufre de cambios exógenos a la realidad entendida desde totalidades inamovibles. Por otro lado, el caos no pretende ser la destrucción de todo, sino un cambio

constante en el que se sustenta todo procedimiento dialéctico. En relación al campo de la comunicación política, el caos se lo representa desde el dinamismo de la ciencia política. Esto quiere decir de los distintos fundamentos estructurales desde el aspecto ideológico como de la praxis política. Y, por el otro, en el caso de la comunicación, el caos se lo sustenta por la complejidad establecida entre la información emitida y las relaciones escaladas de transmisión de la misma. A modo de conclusión, la perspectiva del caos en el ámbito de estudio comunicativo-político es de utilidad al momento de establecer las estrategias políticas a través de la comunicación.

Resultado de la teoría del caos surge la de la complejidad, que para ser entendida requiere de un análisis a profundidad y su aplicabilidad en los sistemas sociales. Para esto, tomamos en consideración la perspectiva Luhmanniana de la complejidad. En efecto, se comprende a la complejidad desde dos aristas interrelacionadas. Por un lado, la distinción de elementos y relaciones. Así, lo importante es la selección de los factores para una comprensión total del conjunto. Ahora bien, para entender esta primera arista de la teoría de la complejidad es necesario tomar en cuenta los conceptos de entropía y negantropía. La relación de estos dos temas se logra explicar de la calidad de la selección a través de la siguiente causalidad:

La calidad se entiende como la capacidad selectiva limitada. En comparación con la entropía, que significa que todas las relaciones lógicamente posibles tienen la misma probabilidad de ocurrencia, es negantropía. Este concepto se basa en la operación: es la complejidad de las operaciones (Rodríguez & Arnold, 1999,p.102 citado en Castro Sáez, 2011,p.4).

Esta primera arista de la teoría de la complejidad desemboca en el segundo componente estructural de la misma que se relaciona con la capacidad de todo sistema a reestructurarse a través del mecanismo autopoietico² en relación a la temporización de las acciones. Esta segunda arista se debe al hecho de que un sistema debe tener una faceta de cambio para ser utilizado de forma eficaz. De hecho, en relación a la comunicación se propone vincular la contingencia vista desde el cambio y la complejidad para llegar a la

² La autopoiesis se entiende como la capacidad que posee un sistema para auto crearse y regularse de manera autónoma sin perder su unidad de origen. (López Ramírez, 1998,p.112).

idoneidad de los procesos de comunicación. En relación a la comunicación política la teoría de la complejidad es fundamental para entender la dimensión volátil de los cambios políticos en una estructura social.

A modo de conclusión, se establece una reciprocidad entre la teoría del caos y la de la complejidad con la posmodernidad por ser una época de cambio constante y de ruptura con las estructuras sociales obsoletas.

1.4.2 Dimensión líquida de la comunicación política

Siguiendo la comprensión de la sociedad contemporánea desde la perspectiva del cambio constante, y los patrones de lo incierto es necesario pensar la comunicación política desde esta visión del mundo. Para entender la perspectiva líquida de la comunicación política hay que tomar como punto de partida la teoría acuñada por Zygmunt Bauman. En efecto, la teoría general de Bauman sobre la liquidez de los elementos sociales, se basa en la posmodernidad como un cambio constante dejando de lado los cánones y estructuras sociales predefinidas. Ahora bien, se crea un paralelismo entre la comunicación política y la teoría de la fluidez. Por un lado, es importante tomar en consideración que la comunicación hace parte de la sociedad, y es un elemento de la cultura. Asimismo, la política es una característica social que surge con la evolución y desarrollo de la humanidad.

En un principio, desde la perspectiva contemporánea la política se relaciona con una moda que cambia constantemente dejando de lado las acciones de los distintos actores políticos. El paralelismo entre moda y política desde la fluidez se sustenta a través de la siguiente afirmación de Bauman: “El *perpetuum mobile* de la moda es en efecto un destructor de toda inercia, extremadamente cualificado, experimentado y eficiente” (Bauman, 2013,p.26). Así, se identifica a la política como un elemento que sufre de cambio y transformaciones desde varias aristas sociales. Para entender de manera holística esta perspectiva hay que crear el vínculo con la comunicación que tiene como objeto el de llegar a modelos de interrelación de los integrantes de una sociedad a través de flujos y redes de información. Por lo tanto, la relación entre comunicación y política da como resultado la

ciencia de la comunicación política, que a la postre es el campo instrumental de la comunicación para procedimientos políticos.

Sin embargo, desde la perspectiva de la liquidez la comunicación política es totalmente transversal a los procesos de cambio. Al decir que la comunicación política tiene como fundamento, dentro del contexto posmoderno, una dimensión líquida, sobreentiende la adquisición de un nivel superior sobre el resto de componentes de la sociedad. En efecto, la liquidez en comunicación política se traduce por la modelación de la política hacia elementos más universales, resultando en nuevos patrones. Además, de la creación de nuevas formas de ciudadanía y representación.

No obstante, dentro de esta perspectiva de comunicación política líquida existe un problema subsecuente relacionado con el desinterés de los actores sociales sobre la toma de decisiones de los representantes políticos. Esta problemática se debe a la naturaleza misma de la comunicación política líquida, ya que permite tener varios niveles de participación y libertad. A modo de conclusión, la comunicación política posee mayor cantidad de beneficios por lo que se amolda a la realidad, lo que le permite tener una perspectiva social positiva.

1.4.3 Teorías de la Comunicación desde el Sur

Dentro del paradigma vigente en el campo de la comunicación se debe considerar una nueva perspectiva del pensamiento que surge en Latinoamérica. Vale la pena recalcar, que no se refiere a los estudios de la ciencia de la comunicación desde el desarrollo ni del cambio social correspondientes al pensamiento moderno; sino de una incipiente forma de realizar estudios de comunicación desde la transición y el cambio constante según varias perspectivas de la realidad. En efecto, se pretende conseguir un cambio dentro de paradigma en el estudio de la comunicación relacionado con la tradición tanto europea como norteamericana. Por lo cual, al considerar una comunicación desde el Sur, se replantea la concepción de historia, y constructo social. El análisis de la comunicación vista

como ciencia surge desde la idea de la conformación de nuevas epistemologías, y modelos. Un claro ejemplo, son los medios de comunicación comunitarios que han tenido acogida a partir de los años sesenta en varios países latinoamericanos. Según Santos (2011), las epistemologías del Sur dentro del campo de la comunicación tienen como objetivo principal el de hacer surgir el interés en una sociedad pos capitalista. El análisis realizado por Santos se fundamenta en el modelo político e ideológico presente en cada contexto. Así, el vínculo entre comunicación desde el Sur y comunicación política se basa en el estudio académico dando paso a una relación fundamental entre teoría y práctica. En efecto, en el caso de la política, se estudia la forma de relacionarse con la comunicación bajo esta perspectiva del Sur, a través de una dinámica de causa y efecto. Vale la pena recalcar, que la comunicación dentro de este sistema es transversal al proceso, lo que quiere decir que tiene como función el de aportar valor al sistema político como social. La causalidad de la comunicación política a través de esta nueva epistemología se sustenta en los comportamientos de la sociedad, que en términos políticos representa el electorado. En resumen, la comunicación desde el Sur se sintetiza en el deseo de cambio en la sociedad. Esto quiere decir que debe ser participativa desde los propios actores sociales que viven la realidad Latinoamericana, y no desde la perspectiva foránea. Por consiguiente, la propuesta epistemológica de la Comunicación desde el Sur mantiene una estrecha relación con una de las tantas teorías, como lo es la teoría de la comunicación para el cambio social; ya que comparten temas en común, sobre todo el deseo de cambio de la realidad y el surgimiento de propuestas académicas sobre el análisis de la comunicación desde el “Sur” hacia el “Norte”. A modo de conclusión, esta nueva teoría de comunicación se acopla a la posmodernidad entendida desde América del Sur, en la que se pretende cambiar el sistema establecido.

1.5 Cultura política

1.5.1 Definición

Dentro de un sistema político, independientemente del modelo, la cultura es un elemento esencial para crear la estructura que rige las acciones de los distintos entes de participación. Ahora bien, en el caso de la política como parte compositiva de la sociedad,

la cultura difiere de factores extrínsecos como son la representatividad, el nivel de democracia, el rol de los sujetos sociales y las interrelaciones con las diferentes esferas de sociales. Por lo tanto, al momento de definir cultura política necesariamente se debe partir por el hecho de que se encuentra en constante cambio; aunque tiene como predisposición el mantener su naturaleza. Se parte de que tanto la cultura como la política se encuentran en la esfera social, y que se las puede abordar en la perspectiva sociológica. Así, una definición de cultura política se sustenta en las distintas normativas vigentes y condiciones básicas para el buen desarrollo de una sociedad.

Por lo cual, Leticia Heras Gómez (2002), sostiene a “La cultura política como el acervo de códigos que los hombres han construido históricamente acerca de su orden político vigente” (p.288). En efecto, siguiendo esta definición podemos considerar a la cultura política desde una perspectiva constructiva para cualquier tipo de acción tomada desde la esfera política. Sin embargo, la definición propuesta por Heras Gómez requiere del análisis crítico desde un punto de vista más pragmático como sería el caso de la visión de Habermas sobre la relación entre cultura, condicionamiento y política. La relación entre las condiciones sociales se refleja por la construcción de un pensamiento homogeneizante y estructurado delimitado por la obtención del poder. Según Habermas (1981), la cultura política se relaciona directamente con la estructura social clasista, por lo que, gracias a la cultura política la comunicación sufre transformaciones arraigadas a los intereses de las distintas clases sociales. Esta forma de percibir la cultura política está en el hecho de establecer más allá de una participación algo paradójica de la sociedad, el establecimiento de esferas propias a la comunicación política. Una relación directa entre comunicación política y cultura política es el uso que tiene la segunda sobre la primera.

1.5.2 Patrones de la cultura política

1.5.2.1 Modelos de la cultura política y niveles de participación

En el caso de la cultura política es necesario tomar en consideración la interrelación de los integrantes de la sociedad y los modelos políticos presentes. Partimos del hecho de

considerar a la democracia como el sistema ideológico con mayor presencia. Esto se debe a que la democracia se sustenta en la participación y delegación del poder a través de la representatividad. Por ejemplo: el ideal democrático de los Estados Unidos de Norteamérica es que la libertad es el fundamento de todo accionar social. La cultura política, por lo tanto, difiere entre los distintos estratos de la estructura social imperante.

Al hablar de modelo de cultura política la presencia de los medios de comunicación como de la opinión pública juegan un rol esencial. Así, el uso y distribución de la cultura política representa un eje estructural para entender el concepto y proceso en sí mismo de la cultura. Un elemento de peso para identificar el modelo de cultura política es el contexto a través del conocimiento de los ciudadanos. Estos factores endógenos de las personas inciden en la comprensión general de la ciencia política en relación a la idea de ciudadanía. Por lo cual, “el conocimiento sobre líderes políticos, partidos, y lineamientos políticos contemporáneos parecen ser esenciales para una ciudadanía eficaz” (Delli Carpini & Keeter, 1993, p.1182).³ Retomando el uso de la cultura política de parte de los ciudadanos, los autores utilizan tres modelos de distribución de la cultura política en un contexto democrático: la distribución piramidal, la pirámide invertida y en diamante. Estos tres modelos de cultura política se diferencian por la inserción al conocimiento de la realidad política y de la percepción general de las condiciones sociales.

En un principio, la *distribución piramidal* se basa en la disparidad del acercamiento de los integrantes de la sociedad a temáticas políticas. En efecto, en este modelo de cultura política los actores participes son escasos en relación a la mayoría. Según Mazzoleni (2010), este modelo surge en un sistema democrático “elitista de tipo schumpeteriano” (p.279). Sin embargo, un elemento importante dentro de este modelo de cultura política es el hecho de que los integrantes de la sociedad poseen las herramientas para irrumpir en el modelo imperante. Así, la cultura política responde a condicionantes supra estructurales que limitan el funcionamiento de la divulgación de los comportamientos políticos independientes.

³ La traducción de la cita es de mi autoría.

En cambio, el modelo de la *pirámide invertida* se fundamenta en la participación, completamente opuesta al modelo anterior. En esta segunda forma de percibir a la cultura política se considera un sistema sustentado en la reciprocidad y realimentación entre los actores. En este modelo de cultura política la ciudadanía se encuentra “comprometida con la polis” (Delli Carpini & Keeter, 1996, p.153 citado en Mazzoleni, 2010, p.279). Es la mayoría que maneja la cultura y conocimiento político a través de mecanismos como la consideración de la opinión pública y el acceso a la información de los medios de comunicación. No obstante, en este modelo de cultura política existe una mayor posibilidad de manipulación por el mismo hecho de que la información en su construcción se debe a una esfera reducida quien “maquilla” según los intereses predominantes lo que se puede difundir. Creando un vínculo con la comunicación política este modelo, según el contexto, es coercitivo para la implementación de procesos de comunicación horizontales. Es paradójico por lo tanto tomar este modelo de la pirámide invertida como el más democrático, salvo que se lo considere de forma igualitaria entre todos los actores de comunicación.

El último modelo de cultura política que proponen es el que denominan de *diamante*. Este modelo deja de lado el nivel teórico e ideológico de la cultura de parte de los integrantes de la sociedad, y se enfoca en el aspecto más pragmático. Vale la pena recalcar, que la práctica en este caso, responde a las actitudes y percepciones de los integrantes de la sociedad en relación a su contexto próximo. Así, la forma de observar a la cultura política es sistémica. Esto se debe a que se va construyendo acorde a las necesidades de las personas, y a las decisiones de las distintas esferas de poder. Por consiguiente, la

cultura política es la que estar informado es una norma cívica y bastante accesible a través de la educación y de los medios, y los ciudadanos tienen motivación y habilidad cognitiva suficiente para captar y retener una cantidad moderada de conocimiento factual (Delli Carpini & Keeter, 1996, p.153 citado en Mazzoleni, 2010, p.279).

Por consiguiente, este modelo de cultura política está estrechamente relacionado con los procesos de comunicación establecidos en el sistema. Por otro lado, es importante tomar en cuenta que el modelo en forma de *diamante* puede convertirse en una predisposición

neutral llegando a una actitud apolítica de parte de los integrantes de la sociedad o el caso contrario de las esferas de representación, quienes pasarían de la participación hacia una imposición de políticas pervirtiendo al sistema político democrático. A modo de conclusión, en cualquiera de estos modelos de cultura política es necesario entender la relación de los integrantes de la sociedad vistos como actores y decisores de la política a través de su clasificación como electorado.

1.6 Cambios paradigmáticos

1.6.1 Dimensión simbólica de la comunicación política

1.6.1.1 Transgresiones del poder

Al entender a la política como un elemento perteneciente al ámbito social, éste tiene una relación directa con el poder, elemento constitutivo para el ser humano. Es de suma importancia, visualizar el poder y la política como un todo a través de su máxima expresión: la representatividad. La interrelación entre poder y política posee un cambio fundamental al momento que lo analizamos desde el paradigma presente. Este cambio se sustenta en el enfoque de comunicación. Vale la pena recordar, que el paradigma anterior mantenía la relación entre poder y política bajo una estructura fundamentalmente positivista e instrumental, por lo cual, existía poco interés en la relación simbólica entre los dos conceptos. No obstante, la evolución del paradigma sociocultural –al sufrir un cambio epistemológico – modifica el vínculo poder y política, sobre todo en las transgresiones del poder hacia la política en distintos niveles de afectación. Se observa que las transgresiones del poder tienen como propósito general el de “vaciar” de fundamentos a la política llevándola hacia una expresión pervertida de la misma, conocida como falsa política. Sin embargo, el nuevo paradigma regente en la sociedad modifica esta perspectiva hasta llegar a una relación política – poder crítica. Por lo cual, es necesario analizar al poder y a la política desde tres dimensiones:

- la simbólica
- la socio- simbólica y:
- político– simbólica.

En un principio, la dimensión puramente *simbólica* tiene como ámbito de acción la idea misma de funcionamiento del poder. Esto quiere decir, que persigue modificar la naturaleza de la política a través del poder. Según Mazzoleni (2010) citando a Lasswell, los símbolos son los recursos del poder. Bajo esta concepción se evidencia que el poder modifica a la política enfatizando su carácter más irracional. Por lo tanto, el poder permuta las construcciones sociales hacia perspectivas más sesgadas en relación a las esferas que contienen el control. Dentro de esta transgresión lo que le permite al poder a través de los símbolos manejar a la política es que se encuentran dentro de una perspectiva ideológica. Así, esta primera transgresión del poder sobre la política coarta el funcionamiento de la segunda entendida, en términos generales, desde la libertad y el cambio constante. Dicha transgresión se considera como el primer nivel de la cadena de transgresiones.

Por otro lado, el segundo nivel de transgresión es la modificación del propósito político como un elemento englobante de la realidad hacia una perspectiva social unitaria y plena de intereses. Por lo cual, se la considera como una transgresión *socio-simbólica*, en la que prima los integrantes de la sociedad sobre el resto de elementos sociales. Esto quiere decir que se enaltece los cambios de la persona, en específico, del actor político sobre el sistema. Un claro ejemplo de esta transgresión es el cambio radical de corriente política solo por responder a grupos de presión. Este segundo nivel sobrepasa el simple simbolismo de la estructura de poder hacia una práctica concreta. Si bien sobrepasa el aspecto simbólico, sobreentiende una comprensión del símbolo como una realidad que puede ser impuesta como categórica. Si relacionamos esta segunda transgresión de la dinámica poder-política al cambio de paradigma, existe una incompreensión de la realidad colectiva, que la lleva una visión unilateral de los cambios. Finalmente, esta transgresión *socio-simbólica* del poder responde a la necesidad de tomar como baluarte al poder como un reflejo del ego personal.

Finalmente, la cadena de transgresión dinámica del poder en la política se relaciona directamente con la dimensión *política-simbólica*. Ésta logra modificar la dimensión comunicativa de la política llevándola a modificar las acciones por elementos del discurso demagógicos y poco accesibles en el contexto social establecido. Por lo cual, se toma en consideración a la perspectiva simbólica ya que es a través de este ámbito social que se crea figuras y patrones de representación política. En efecto, la transgresión se fundamenta en un cambio poco dialéctico del accionar político en un contexto específico. Por ejemplo: la aplicación de políticas económicas que sean benéficas solamente para un sector industrial, dejando de lado a la mayoría. Así, el poder representa el mecanismo para imponer ideales y modificar los procesos estructurados preexistentes. Se puede decir que el poder deja de lado a la política, ya que se llega a una escalada asimétrica entre poder/es y política.

A modo de conclusión, este proceso de transgresión del poder sobre la política – tomando en cuenta el cambio paradigmático – es la base necesaria para llegar a una comprensión crítica de ambos elementos. Sin embargo, un elemento fundamental en el entendimiento del paradigma imperante es el de reconocer el rol del sujeto como perteneciente a un sistema social de derecho y deberes.

2. Contextualización del panorama político : asesoría , actor político, ética política y políticas de comunicación

2.1 Naturaleza y función de la asesoría política

La asesoría política surge de la necesidad de llegar a objetivos posibles y alcanzables dentro del contexto político. En efecto, al referirnos de la asesoría política es necesario remontarse a la época feudal en la que los amos tenían consejeros. Sobre esta metáfora sencilla de lo que es la asesoría política, se entiende el valor que tiene la misma. La naturaleza de la asesoría política se relaciona directamente con la necesidad de tener una perspectiva más amplia de los procesos idóneos dentro del campo de la política. En efecto, al referirnos de asesoría política, salimos de las teorías y formulaciones predefinidas, ya que llegamos a un campo que se alimenta de la experticia de los distintos asesores. No

obstante, no pierde su fundamentalismo teórico ni epistemológico ya que la asesoría política toma pautas y elementos de otras ciencias sociales como son la sociología, la comunicación, el marketing entre otras. Por consiguiente, la asesoría política asemeja la toma de decisiones y planificación del proceso político, a través de manifestaciones como son: las campañas electorales, conformación de un grupo de estrategias políticos, entre otras.

Dentro de esta naturaleza dinámica y sistémica de la asesoría política se debe tomar en cuenta una diferenciación entre lo que es asesoría política y ser político. En el primer caso, el asesor político se encarga de guiar y crear los lineamientos que debe seguir el actor político en cualquier circunstancia. En cambio, el político o actor político es aquel que tiene como propósito el de conseguir un cargo de representación o de poder dentro de un sistema estatal con distintas instituciones.

Para concluir, la asesoría política se relaciona directamente con la estrategia. Es por esto que se considera al asesor político como un estratega que dentro de un contexto específico maneja los distintos elementos para crear una estrategia política coherente a su actor político, independientemente de su tamaño. Al referirnos a la naturaleza de la asesoría política es de valor explicar su estrecha relación con el marketing político, ya que en el paradigma contemporáneo se encuentran interrelacionadas. Según Mazzoleni (2010), el marketing político se fundamenta con las herramientas de la esfera propia a la actividad política. Por lo cual, se puede crear un vínculo entre asesoría política ya que es ésta quien utiliza al marketing para el cumplimiento de sus objetivos. Finalmente, la asesoría política se define, desde su naturaleza, en el intercambio de información tanto política, como de asesoría hasta llegar a la comunicación política.

2.2 El rol del actor político

Dentro de un contexto político, es necesario tomar en cuenta el papel que tiene el actor político en los procesos y lineamientos. Para aquello, se toma en cuenta al actor político como el punto de interés de todo accionar realizado en la estrategia de asesoría y

comunicación política. El actor político juega un rol fundamental que responde directamente; por un lado, con sus intereses sociales y por otro, con el cumplimiento de las condiciones mínimas del sistema o programa político elegido. Por consiguiente, el actor político cambia radicalmente su puesto de personaje público hacia un actor más que debe realizar un proceso dialéctico para el cumplimiento de las metas planteadas. Así, se identifican varios elementos, que de forma sumatoria, componen el rol del actor político. Éstos son el manejo del enmarcado ideológico, modificar los patrones de percepción de los integrantes de la sociedad y comprender a la comunicación como eje transversal.

En un principio, el rol del actor político se encuentra limitado por un factor exógeno como es el manejo de la opinión pública y de la información mediática en torno a éste. En efecto, el papel del actor político, al inicio es el de precisar un horizonte claro desde su postura ideológica. Esto se debe al hecho de que es el actor político el único que puede realizar cambios estructurales. En efecto, la relación entre el actor político y los medios de comunicación se fundamenta en la disparidad. Este primer elemento del rol del actor político responde a una especie de enmarcado de la información desde la esfera de poder de los medios. Por lo tanto, el propósito de este primer componente del rol del actor político responde a lo siguiente:

La investigación sobre la comunicación ha identificado tres grandes procesos que intervienen en la relación entre los medios y las personas (...) el establecimiento de la agenda (*agenda setting*), la priorización (*priming*) y el enmarcado (*framing*) (Castells, 2016,p.216).

Si bien, son procesos pertenecientes a la comunicación política, se encuentran en el campo de acción del actor político ya que existe una relación dinámica y compleja entre el campo de la comunicación y la actuación de la política dentro de la sociedad.

Además, del enmarcado ideológico de parte del actor político, es de suma importancia, el modificar los patrones de percepción de los integrantes de la sociedad. Un papel elemental que debe ser llevado a cabo por el actor político es crear vínculos entre su persona y el entorno. En este caso, entendemos al entorno desde la perspectiva de múltiples actores como son la sociedad civil, partidos políticos, instituciones entre otros. Es por esto

que, para modificar los patrones de percepción nos basamos en los modelos de aceptación o no aceptación. Así, el rol del actor político es el de realimentar con su experiencia y percepciones la manera de relacionarse con el entorno. Un claro ejemplo de esto, es el uso de ciertas frases cliché con el electorado.

Finalmente, el último elemento del rol del actor político es el de tener una comunicación abierta y transversal a lo largo de todo el proceso. En efecto, al considerar a la comunicación como un eje estratégico, la función del actor político en este contexto es doble. Por un lado, como emisor de los mensajes que se van a utilizar en las diferentes acciones políticas como comunicativas. Por otro, el entendimiento del poder como del uso de los componentes de la comunicación. En efecto, el poder resultante de la comunicación y de su uso repercute directamente con el cambio en la sociedad.

A modo de conclusión, el rol del actor se define desde dos aspectos que mantiene un vínculo estratégico. Por un lado, el dinamismo y aceptación al cambio. Y por otro, el protagonismo del actor político. Así, en el contexto del paradigma contemporáneo, el actor político cambia de ser espectador a ser actor primero.

2.3 Dimensión ética de la política

Para entender este apartado es necesario tomar en consideración una definición de ética que pueda ser aplicada a la relación entre la política y la misma. En efecto, al hablar de ética se entiende como los elementos condicionantes en la actuación de las personas según el bien y el mal. Sin embargo, esta definición clásica de la ética al querer aplicar en el ámbito político transgrede esta dualidad del bien y el mal en relación a los valores, ya que se inserta en una paradoja.

Para aprehender la visión ética de la política se tomará como punto de partida la encrucijada establecida por Maquiavelo: *El fin justifica los medios*. Así, podemos considerar varios escenarios para la dinámica ética dentro de la política. Por un lado, entender la ética desde el vínculo entre gobernante y gobernados. En este caso, la ética

representa el bien común o de la mayoría de parte del gobernante, siempre y cuando, sea en un sistema democrático. En esta relación gobernante y gobernado puede suscitar una ética propia al poder del gobernante. “Ya no importan las consideraciones éticas que se puedan tener del príncipe (si es bueno o malo), sino que en principio, su naturaleza es superior simplemente por ser más poderoso” (Schenoni, 2007, p.215). En el segundo caso la dimensión ética de la política pierde su interés moral, y se transforma en un elemento de uso privado en un ambiente público, por lo que se establece la primera arista de la paradoja expuesta por la célebre premisa maquiavélica que pregona lo siguiente: la ética depende del accionar y poder del gobernante, el cual es aceptado sin discusión por la mayoría.

No obstante, existe una segunda percepción ética de la política según las acciones y decisiones tomadas pero desde un ámbito ideológico. En efecto, la ética se fundamenta en este caso en lo intangible de la política como es el caso de rupturas de una sociedad en función de la comprensión de la realidad. Por lo cual, la paradoja ética se sustenta por el uso de medios no idóneos para llegar a propósitos y cambios estructurales. Sin embargo, la ética política se traduce desde una visión positiva dentro de las acciones y decisiones bajo supuestos categóricos y, en pro de la sociedad.

Finalmente, la dimensión ética rompe con la paradoja expuesta por Maquiavelo al momento de entenderla como un premisa máxima que debe ser respetada dentro de un sistema cerrado como el caso del político. La ética política tiene como fundamento la decisión de todos los actores de una sociedad a través de mecanismos de representación la delegación del poder. Así, la ética se transforma en un elemento transversal para todo proceso sociopolítico. Esta perspectiva desemboca en una máxima moral y ética que es de mutuo beneficio para el actor político como los ciudadanos; ya que repercute en la reputación del primero a través de la credibilidad establecida por los segundos.

2.4 Vínculos entre comunicación y políticas de comunicación en el siglo XXI

En efecto, la comunicación y las políticas de comunicación se relacionan en el contexto social del siglo XXI, ya que a través de estos dos elementos se modifica la

realidad. Ahora bien, es necesario considerar que la comunicación es un eje transversal para todas las ciencias sociales por su dinámica estructural. Por ende, los vínculos entre comunicación y políticas de comunicación deben relacionarse de forma paralela con los cambios del siglo XXI. El cambio macro de este siglo es el cambio paradigmático entre la perspectiva grupal hacia una individual con la necesidad de criticidad. Por consiguiente, los vínculos se entablan a través del siguiente elemento: el uso instrumental estratégico.

Por un lado, el vínculo basado en la perspectiva instrumental estratégica se lo visualiza a través de las dinámicas y acciones concretas llevadas a cabo en un sistema. Es importante considerar a la estrategia como un elemento necesario para el cumplimiento de objetivos en las políticas de comunicación. Ahora bien, la perspectiva instrumental estratégica se divide en dos elementos; por un lado, las herramientas y modelos de comunicación, y por otro, la percepciones políticas. Éste vínculo es dialéctico por el uso realizado de las herramientas de comunicación en el campo de la política. Por lo cual, el vínculo instrumental estratégico es de suma importancia para llegar a la construcción de políticas de comunicación.

3. Una aproximación a las Políticas de Comunicación

3.1 Naturaleza y funcionamiento de las políticas de comunicación

Dentro de las instituciones gubernamentales y de control del Estado, las políticas de comunicación, se han convertido en un elemento necesario para el adecuado funcionamiento de las mismas. Así, su naturaleza surge de manera paralela con la política pública y como respuesta a una sistematización estratégica de las acciones que son llevadas a cabo dentro de las distintas esferas de poder o de representación sociopolítica. Por lo cual, a las políticas de comunicación se las clasifica como *gente rector* dentro de las políticas públicas. Según Cohen (1988), “la política contempla no sólo las normas jurídicas, sino también los principios del sistema y las prácticas sociales” (p.69).

Por consiguiente, las políticas mantienen en su naturaleza los ideales, conceptos y preceptos formativos de la Política y las características pragmáticas de los distintos planes y acciones concretas llevados a cabo. Vale la pena recalcar, que una política de comunicación funciona desde el entorno macro y de sustento para las distintas estrategias que surgen de ésta. Necesariamente la relación entre política de comunicación y estrategia se fundamenta en la participación constante de todos los actores (sean representantes políticos como de la sociedad civil) en la creación primera de la política para dotarla de legitimidad.

Además, el origen de las políticas de comunicación se encuentra situado en el deseo de difundir las políticas públicas a toda la sociedad. Por lo tanto, “la función clave de la comunicación en las políticas públicas es traducir mensajes para la ciudadanía, simplificándose los discursos para que se comprendan de mejor manera” (González, 2010,p.7).

Por lo tanto, las políticas de comunicación son manejadas desde la esfera de la planificación como lineamientos que permiten la estructuración de la práctica política dentro y fuera de la institución. Por lo cual, la definición de política de comunicación propuesta por Beltrán (1974), “un conjunto integrado, explícito y duradero de políticas parciales, organizadas en un conjunto coherente de principios de actuación y normas aplicables a los procesos o actividades de comunicación de un país”, se abstrae a nivel macro como lo es para toda una nación hacia un nivel más representativo en el caso de los organismos de representación. Finalmente, las políticas de comunicación como proceso deben adecuarse a los cambios estructurales de la política de las organizaciones a través de acciones concretas; como por ejemplo, planes estratégicos, acciones entre otras.

Para concluir, la naturaleza y el funcionamiento de las políticas de comunicación tiene como objetivo la orientación y concreción de ideas y acciones del discurso hacia elementos concretos y tangibles dentro de la sociedad. En efecto, las políticas de comunicación se transforman en una necesidad imperante para el desarrollo general de la política entendida desde la dimensión de representación y participación de la ciudadanía. Por otro lado, las políticas de comunicación conforman la estructura necesaria y de eje para

llegar a procesos de democratización de la diversidad de opiniones. Finalmente, las políticas de comunicación logran sobreponer el nivel puramente discursivo hacia la aplicación de las mismas.

3.2 Construcción de políticas de comunicación

Dentro de las entidades gubernamentales, las políticas de comunicación se construyen bajo la interrelación de distintos factores, tales como: sociales, económicos, políticos y culturales. En efecto, la construcción de políticas de comunicación toma en consideración; de forma especial e ideal; la participación y representación de la ciudadanía en los procesos de construcción de la política. Es evidente que la generación de las políticas de comunicación se nutre de dos elementos interrelacionados. Por un lado, la dimensión política entendida desde el aspecto formal; y por otro, la práctica de la política a través de acciones concretas.

No obstante, el paso previo a la construcción de políticas de comunicación es el entender el uso propio a la comunicación. Por lo cual, la “*théorie de la double hélice de la communication*”, o “*teoría de la hélice doble de la comunicación*”⁴ de Dominique Walton, pone en evidencia dos aspectos a tener en cuenta: el aspecto normativo y el funcional (“*La communication politique: Le Politiste,*” s.f.). En efecto, el aspecto normativo se relaciona con el ideal creado sobre la comunicación y, en cambio, el aspecto funcional resalta la comunicación, que puesta en práctica, es de utilidad en el intercambio de mensajes entre los distintos grupos sociales. Así, para la adecuada construcción de una política de comunicación es necesario tomar en consideración estos dos aspectos, y lograr a la postre la concreción idónea de las políticas hacia estrategias y planes aplicables al contexto actual.

Ahora bien, este primer paso desemboca en procesos de comunicación complejos y necesarios para llegar a una política de comunicación que tenga como objetivo principal el ser un eje transversal para el resto de acciones llevadas a cabo. Así, es necesario tomar en cuentas varios factores exógenos (contexto, comportamientos sociales, condiciones

⁴ La traducción es de mi autoría

políticas, políticas estatales entre otras) y factores endógenos como lo son: estructura comunicativa, manejo de la comunicación, entendimiento de los procesos de comunicación, entre otros.

Para comenzar, el contexto debe ser un punto central en la creación de políticas de comunicación. Tanto el contexto como las condiciones socioculturales influyen de manera transversal en la elaboración y posterior aplicación de la política de comunicación. Según Cohen (1988), las políticas de comunicación en el caso de Latinoamérica se han convertido en una “brújula indicadora para el desarrollo”, por lo cual sin la consideración contextual, la política de comunicación no posee el necesario fundamento para su viabilidad. Por otro lado, el contexto marca los patrones para el funcionamiento y construcción de las políticas de comunicación. En efecto, un elemento perteneciente al contexto y de naturaleza transcendental es la comunicación pública. Según Leyval-Granger (1999), existe un salto cualitativo entre la comunicación pública y la comunicación- poder. Dentro de este cambio estructural de la comunicación se sitúa el campo para la construcción de las políticas de comunicación.

Communiquer, c'est mettre en commun: dans cette optique, on peut alors considérer que les mots “publique” et “politique” son consubstantiels, puisque concevoir la Cité comme unité politique n'est possible que par l'usage de la parole et de son pouvoir de pacification de la relation sociale entre le gouvernant et le gouverné (Leyval-Granger, 1999, p46).

Comunicar es poner en común, en relación a esta óptica, podemos considerar que los términos “publico” y “político” son consustanciales ya que al concebir la agrupación social como una unidad política, no es posible dejar de lado el discurso y su poder pacificador en la relación entre gobernante y gobernados.⁵

Por consiguiente, el contexto comunicativo y el contexto social repercuten de manera íntegra en la construcción de las políticas de comunicación. Sobre todo en el poder que tiene el discurso en la creación de vínculos entre el actor político y la ciudadanía. Además, el valor estratégico de las políticas de comunicación surge del acoplamiento con el contexto. En efecto, para que una política de comunicación sea considerada dentro de un sistema cerrado político – comunicativo es necesaria la integración de las personas como de

⁵ La traducción es de mi autoría

las entidades de representación política.

No obstante, quedarse en la fase del contexto es dejar de lado otros elementos esenciales como lo son: el análisis del pasado en el desarrollo de las políticas de comunicación y la opinión pública. Así, tener en cuenta el registro de las políticas de comunicación que fueron elaboradas con anterioridad hace parte fundamental para su elaboración. Esto se debe al hecho de que las políticas de comunicación se transforman de manera constante y en relación a las condiciones exógenas a la misma. En efecto, un análisis a profundidad de la historia de las políticas de comunicación permite tener una mirada crítica. Así, la construcción utiliza elementos conceptuales y herramientas que se acoplan a las necesidades de cada entorno. La sistematización dentro del proceso de construcción de éstas surge del estudio del registro de las anteriores políticas de comunicación. Una herramienta esencial y, de carácter social, es la presencia de mecanismo de veeduría de la sociedad civil. Si bien hace parte de la naturaleza de derechos de la ciudadanía se relaciona directamente por ser los actores definitorios para la aplicación de una política de comunicación desde un ente de gobierno. Es por esto, que al considerar mecanismos sociales como herramientas en el proceso constructivo de la política de comunicación la dota de legitimación. En efecto, “el poder no se pide, se gana, se conquista y así las Veedurías Ciudadanas de la Comunicación Social germinaron en varios países de América Latina” (Tello Charún, 2009, p. 34). Finalmente, el análisis del pasado en relación a las políticas de comunicación y el entendimiento de las herramientas de expresión de la ciudadanía en la construcción de políticas de comunicación resulta en el tercer factor a ser estudiado: el manejo de la opinión pública.

Por lo cual, el manejo de la opinión pública en el caso de una política de comunicación es necesaria para conocer la percepción de las personas sobre la forma y modelo en la que se llevan a cabo las estrategias de comunicación. Vale la pena recalcar, que el manejo de la opinión pública tiene como objetivo la creación de patrones que permitan la democratización de las acciones de las distintas instituciones de representación política. En efecto, los patrones depende de los elementos tanto externos a la organización política como los internos. Vale la pena recalcar, que al tener un entendimiento de los

patrones políticos la construcción de las políticas de comunicación se simplifica. Por ejemplo: la construcción de una política de comunicación con vista hacia el respeto de las identidades diversas.

Por otro lado, en la construcción de políticas de comunicación es necesario tener un análisis 360. Así, se pretende entender los fines de las distintas esferas de poder en la elaboración de las políticas de comunicación. Siguiendo el contexto posmoderno en el cual se sitúa la necesidad imperante de tener una política de comunicación, una de las esferas consideradas como fundamentales a ser analizadas es la ecológica o medioambiental. Sin embargo, es de importancia tomar en cuenta todas las esferas y, sobre todo, las esferas que surgen de la interrelación de las primeras, como es el caso: de la esfera geopolítica o esfera de nuevas identidades.

Ahora bien, en el caso de la política de comunicación y el estudio de las diversas esferas tanto públicas como privadas es importante tomar en consideración los diferentes medios y canales de comunicación que pueden ser aplicados en las distintas etapas estratégicas de la política. En efecto, los medios de comunicación vistos como herramientas le permiten a la política de comunicación tener cabida en un contexto político aplicable.

En el modelo comunicativo actual, no hay emisores ni receptores sin más, el proceso comunicativo es un proceso constructivo de diálogo, mucho más transversal, y se lleva a cabo en todas las fases del ciclo de las políticas públicas (González, 2010, p.7).

Finalmente, en la construcción de políticas de comunicación es necesario tomar en cuenta un nivel de planificación de los recursos humanos y técnicos dentro de las distintas entidades políticas. Así, es necesario que la planificación sea tomada en consideración desde el planteamiento mismo de la política de comunicación. Por lo tanto, la planificación es la herramienta de mayor importancia para la creación de una política de comunicación, sobre todo, en el caso de una entidad gubernamental.

Finalmente, en la creación de políticas de comunicación es imprescindible tener un nivel de objetividad. En efecto, el hecho de tener una visión objetiva de la política de comunicación permite tener una mayor inserción en la política pública, en general.

CAPÍTULO 2:

ESTUDIO DE CASO: GAD GUAYLLABAMBA

Para el presente capítulo, la información recogida proviene de la página web del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural Guayllabamba www.gadguayllabamba.gob.ec. Es por esto que, la información será referenciada la primera vez como nota a pie de página, y se continuará con las citaciones de forma automática sin la respectiva referencia. Además, se recurrió a la normativa interna del Gobierno Autónomo Descentralizado aprobado al 25 de julio de 2014 por el directorio de turno. Es importante considerar que el método utilizado responde a la necesidad de entender, de manera dinámica, desde lo macro hacia lo micro. Por ende, en un primer momento, se considera la funcionalidad de los GAD a nivel nacional, para crear un contexto y marco referencial y, en un segundo momento vincularlo hacia el objeto de estudio de la presente investigación, el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural de Guayllabamba, *GADPG*⁶

1. La organización

1.1 Antecedentes del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural Guayllabamba

El Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural de Guayllabamba (GADPG), en adelante, surge de la necesidad de la población de la zona, en mantener una representación participativa; en relación al gobierno central. Los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD), de forma general, permiten el proceso de democratización de las decisiones de la ciudadanía a través de un dirigente elegido desde los fundamentos de la democracia, es decir en elecciones populares. En el caso de Guayllabamba, la estructura del GAD responde a una formación sociodemográfica que tiene varios barrios⁷ que conforman a la parroquia como tal.

⁶ Las siglas utilizadas *GADPG* son de mi autoría, y en respuesta a una sistematización en el uso recurrente del nombre de la entidad.

⁷ La parroquia de Guayllabamba se compone de 52 barrios.

Los lineamientos políticos de la entidad responden en primera instancia al Gobierno Cantonal y Provincial, subsecuentemente con la política general que rige a la nación. Tomando en cuenta su conformación – relativamente reciente – y en respuesta al Artículo 238 de la Constitución del Ecuador del 2008:

Art. 238.- Los gobiernos autónomos descentralizados gozarán de autonomía política, administrativa y financiera, y se regirá por los principios de solidaridad, subsidiariedad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana. En ningún caso el ejercicio de la autonomía permitirá la secesión del territorio nacional (Asamblea Nacional Constituyente, 2008,p.123).

Además, es importante mencionar que los Gobiernos Autónomos a nivel nacional responden al Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD). Publicado en el “ Registro Oficial N°303 del 19 de octubre de 2010, las parroquias se conformaron como Gobiernos Autónomos con responsabilidades, obligaciones y derechos” (Andagoya & Silva, 2014,p.62). Así, es un institución de representación que a través de varias comisiones y planes realiza acciones en pro de la comunidad. En la actualidad, se encuentre en pleno ejercicio del poder el directorio electo en el 2014 hasta el 2019, teniendo como presidente al señor Luis Guaytarilla. Finalmente, la Junta Parroquial se encuentra en la Plaza Central de Guayllabamba.

1.2 Objetivo del GADPG

El objetivo principal del GADPG es el siguiente:

La Junta Parroquial es la encargada de planificar el desarrollo parroquial y el ordenamiento territorial en coordinación con el Gobierno Cantonal y Provincial, planificar el equipamiento, infraestructura física y vialidad de la parroquia, incentivar y promover el desarrollo de las actividades productivas comunitarias (“Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural Guayllabamba,” 2018).

Este objetivo responde a la naturaleza misma de la institución pública y de sus lineamientos internos. Por consiguiente, el objetivo se traduce en el deseo de conseguir el desarrollo de toda la comunidad de Guayllabamba en diferentes esferas tales como la

económica, social, política , cultural entre otras. Por otro lado, este objetivo se alinea con la misión y la visión del Gobierno Autónomo.

1.3 Misión

La misión del Gobierno Autónomo se proyecta como participativa y de acción entre todas las instancias de la sociedad. Sobreentiende su función rectora y de decisión según las acciones que se realicen en la comunidad. Un elemento importante dentro de la misión del GADPG es el factor humano. En efecto, la política se relaciona de manera directa con el bienestar de los integrantes de la parroquia, siendo estos los actores esenciales de los procesos políticos. Por lo cual, la misión se construye a través del entendimiento del contexto inmediato. Así, la misión es la siguiente:

GAD Parroquial de Guayllabamba representativo y coordinado, que gestiona programas y proyectos de calidad y calidez para un desarrollo humano sostenible, con equidad y respeto a la biodiversidad y diversidad cultural, con gestión transparente y democrática, que promueve el desarrollo planificado, sustentable y moderno; generando acciones sinérgicas que potencien el desarrollo mancomunado (“Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural Guayllabamba,” 2018).

De manera crítica se observa que la misión del GADPG establece los planteamientos ideales y políticos. Esto se debe al hecho de que es a través de la misión que se puede observar el desarrollo general de todos los procesos desde la esfera de poder como lo es la instancia analizada. Es importante, considerar la naturaleza del GADPG según su fundamento sociopolítico y sus competencias. Para aquello es necesario considerar el nivel de autonomía que poseen los Gobiernos Autónomos Descentralizados en relación al resto de entidades de representación política.

1.4 Visión

La Visión de la institución se divide en tres ejes fundamentales: lo económico, lo social y el de planificación política.

El eje económico presente en la visión, responde a la proyectiva de inserción hacia un sistema productivo autosuficiente de la parroquia. Es por esto que, el progreso deseado por el GADPG, es parte constitutiva y esencial, de la visión de la organización hacia la

ciudadanía. La visión pone de manifiesto a través del eje social, y en concordancia con el bienestar social, turístico y de calidad de vida digna de los integrantes de la parroquia de Guayllabamba.

Guayllabamba al 2025, eje de integración nor-central de Pichincha, hito productivo (...) parroquia que garantiza una elevada calidad de vida con hombre y mujeres unidos, organizados, solidarios e incluyentes, que viven en un entorno saludable y seguro (“Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural Guayllabamba,” 2018).

Por consiguiente, el bienestar de los ciudadanos de Guayllabamba es un elemento clave para la entidad de representación política zonal. Finalmente, el eje de planificación política surge de la dimensión ideológica. Para el cumplimiento de este parámetro, se pretende implementar distintas acciones por los dirigentes de turno. Vale la pena aclarar, que éste último eje de la visión es de carácter transversal a los otros dos, ya que es el que permite la ejecución de todo accionar llevado a cabo. Finalmente, se observa dentro de la organización una realimentación entre la visión y la misión planteadas en el GADPG.

1.5 Principios

Según el Reglamento Orgánico que rige al Gobierno Autónomo Descentralizado de Guayllabamba, en su tercer artículo se establece en calidad de “principios” lo siguiente:

La organización y funcionamiento del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Guayllabamba se estructurará de acuerdo con los principios de juridicidad, jerarquía, unidad, solidaridad, subsidiariedad, complementariedad, responsabilidad, coordinación, cooperación, eficiencia, eficacia, equidad, sustentabilidad, economía y participación ciudadana (Gobierno Parroquial Rural Guayllabamba, 2014).

2. Cultura organizacional del GADPG

La misión y visión establecidas dentro de la organización, dan como resultado la cultura organizacional que circula en el GADPG. Así, la decisión de la cultura política se relaciona directamente con la manera en la que se establecen los vínculos entre los actores (representantes políticos) y la ciudadanía de Guayllabamba. En efecto, Boaventura define

la cultura política como : “la actitud compartida por una comunidad ante los hechos políticos que acontecen en un determinado momento de la historia” (2013 , p.465).Visto de este modo, sobrepasamos el componente puramente ideológico hacia las acciones concretas. En el GADPG, el modelo de cultura política tiene forma de *pirámide invertida* (Delli Carpini & Keeter, 1996, p.153 citado en Mazzoleni, 2010), ya que existe la voluntad de participación entre las distintas esferas. En efecto, se observa que la estructura de funcionamiento del Gobierno Autónomo Descentralizado actúa a través de proyectos que responden a las necesidades existentes en la parroquia.

Es por esto que la cultura organizacional se define para el caso, desde los lineamientos ideales presentes en la misión y la visión de la misma. Vale la pena recalcar que la cultura política sufre un cambio de percepción en la esfera de la ciudadanía o en la opinión pública de la misma. Por lo cual, las relaciones de comunicación no llegan a satisfacer las necesidades culturales y políticas del Gobierno Autónomo Descentralizado. Un elemento importante a resaltar es que la cultura política tiene como funcionalidad el establecimiento de las políticas para la Junta Parroquial. Un ejemplo de esto son las manifestaciones culturales como la elección de la reina de Guayllabamba. No obstante, existe un aspecto negativo de la cultura política impuesta por el acervo cultural y la cosmovisión imperante. En efecto, la Junta Parroquial es un ente que tiene los poderes agrupados en un directiva de pocos miembros, que toman las decisiones importantes. Desde la perspectiva de Habermas (1981), se tiene cierto rasgos de clasismo en la cultura política del GADPG. Esto se observa por un rezago cultural y de patrones de comportamiento dentro de la ciudadanía que se construye desde una modelo de acción que surge de la comprensión de la dinámica de hacienda. Sin embargo, no es el punto focal en la construcción y funcionamiento del ente de representación. Esto se debe al hecho de que existe la voluntad de acoplarse a los cambios que surgen del contexto.

Finalmente, la cultura organizacional del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural Guayllabamba, se fundamenta en dos constructos sociales que le permiten tener un adecuado funcionamiento y representatividad dentro de la parroquia. Estos constructos sociales se fundamentan desde el nivel de participación de la ciudadanía en las

actividades planteadas, y con un interés relativo para mantener constantemente su participación política. Y, por otro, una estructura sólida dentro del GADPG con funciones y cargos pre definidos. Un elemento importante es que existe un tipo de aceptación que se pretende construir a lo largo del periodo vigente, sin tomar en cuenta, el directorio que se encuentre a cargo. Estos dos constructos sociales resultan en una opinión pública homogeneizante, que mezcla tanto la versión oficial como las percepciones de la comunidad de Guayllabamba.

3. Estructura organizacional del Gobierno Autónomo Descentralizado

3.1 Organigrama

Según la normativa vigente, la estructura orgánica del Gobierno Autónomo Descentralizado se conforma por 6 niveles organizacionales, cada cual con su representante y sus respectivas funciones. Estos niveles son los siguientes:

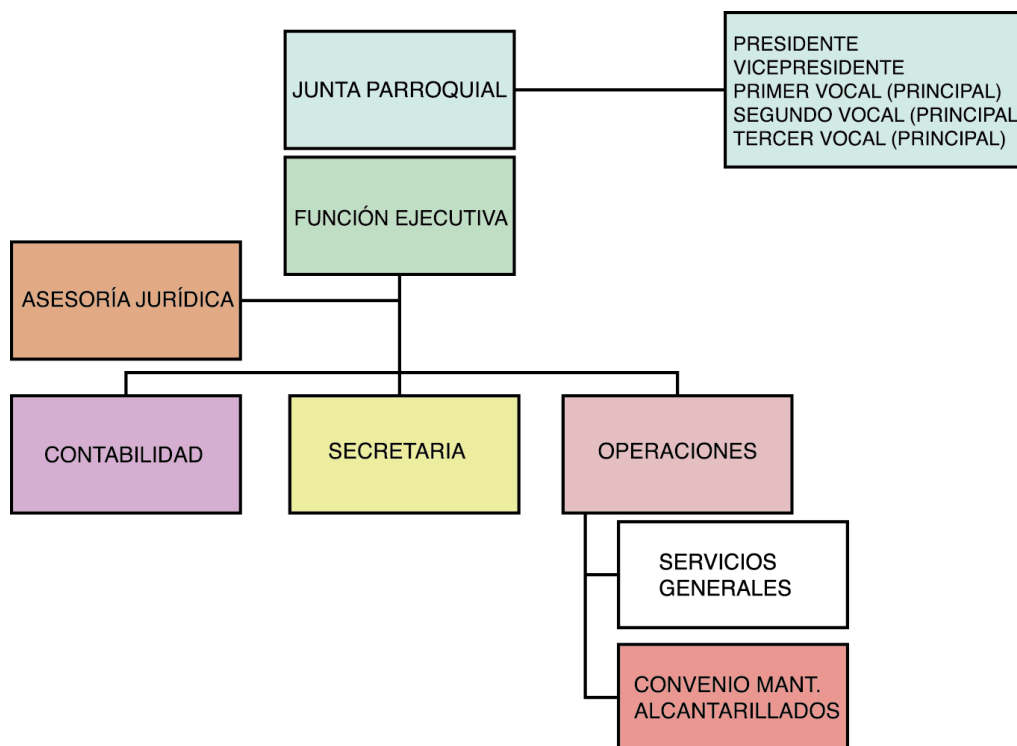


Ilustración 1: Organigrama del GADPG

Redibujado a partir de (Gobierno de Pichincha, 2015,p.131)

1. Nivel Legislativo: representado por la Junta Parroquial (vocales electos)
2. Nivel Ejecutivo: representado por el Presidente de la Junta Parroquial
3. Nivel Asesor: compuesto por la Asesoría Política y Asesores Técnicos
4. Nivel de Participación: constituido por la Asamblea Parroquial y Consejo de Planificación
5. Nivel Administrativo, y
6. Nivel Operativo

Finalmente, el sexto y séptimo nivel se compone por el secretario (a) y tesorero (a) como de técnicos de las distintas unidades tanto técnicas, de ejecución y de personal de apoyo.

3.2 Flujograma

Subsecuentemente a la cultura organizacional que circula dentro del GADPG, se establece la estructura de poder y de manejo de las competencias dentro de la organización. Por ser una entidad de servicio para la comunidad, y que se elige de forma universal a los dirigentes por un periodo de 5 años, el flujograma varía según las personas que ocupen el cargo. Se observa que el flujo de comunicación es vertical y abierto entre los miembros del directorio de la Junta Parroquial. Por otro lado, existe una discordancia entre la comunicación dentro del directorio y la comunicación hacia los electores. En la página web oficial del GADPG existe una comunicación plana y, que responde solamente a la necesidad de informar sobre las actividades que realizan en la parroquia; y no al establecimiento de mecanismos para incentivar la participación crítica y recíproca de la ciudadanía. Este flujo de comunicación repercute en el adecuado funcionamiento del

manejo del poder. Al tener un flujo de comunicación que es plano y puramente informativo se queda en un elemento que resulta en una barrera para la participación ciudadana. Por otro lado, el flujo de comunicación desde los canales de comunicación utilizados no tiene el impacto necesario para que sea representativo para el GADPG.

Asimismo, el flujograma responde a las políticas establecidas en el directorio. En este punto es importante considerar las relaciones de poder y de acción que tiene cada actor. En el caso del GADPG al mantener la más importantes relaciones de poder hacia la comunidad mantiene un nivel de flujo mayor, pero de carácter vertical. En cambio, en los flujos de comunicación que circulan internamente a la entidad se mantiene una horizontalidad en los intercambios de información. Por el otro lado, en el modelo de comunicación desde la ciudadanía como emisores y actores de la información, el flujo es ascendente en su naturaleza. Por consiguiente, los flujos son de dos naturalezas: horizontales, en el caso de la comunicación interna del GADPG, y verticales desde los actores políticos y la ciudadanía. Por ende, los flujos de comunicación verticales mantiene una relación de poder sobre los horizontales llegando a un modelo que se caracteriza por ser una forma autoritaria.

Como resultado del flujograma del GADPG se construye el organigrama de la misma. Por lo tanto, el organigrama del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural Guayllabamba se divide de la siguiente manera : un presidente, un vicepresidente y tres vocales principales. De manera paralela se encuentran otras organizaciones de servicios para la comunidad de Guayllabamba como son: los bomberos, escuadrón de carreteras, UPC Guayllabamba, Subcentro de Salud y la Tenencia Política. En efecto, todas las entidades trabajan de manera conjunta. Sin embargo, la Junta Parroquial es la única entidad que es elegida a través de sufragio universal. Por lo cual, la mantención del poder es mayor sobre el resto de entidades. Asimismo, y dentro de un organigrama más de funciones y competencias del GADPG, se encuentra la asamblea de los ciudadanos con el directorio de la junta parroquial. Entidad que permite la divulgación de las políticas y el recuento de las opiniones de la comunidad, en general.

Finalmente, vale la pena recalcar, que por ser una parroquia relativamente pequeña en relación al resto, el directorio de la Junta Parroquial es reducido. No obstante, mantiene una estructura sólida. Un elemento esencial en la estructura organizacional del GADPG es la autonomía que cuenta cada entidad tanto en sus funciones como en su autoridad dentro de la comunidad.

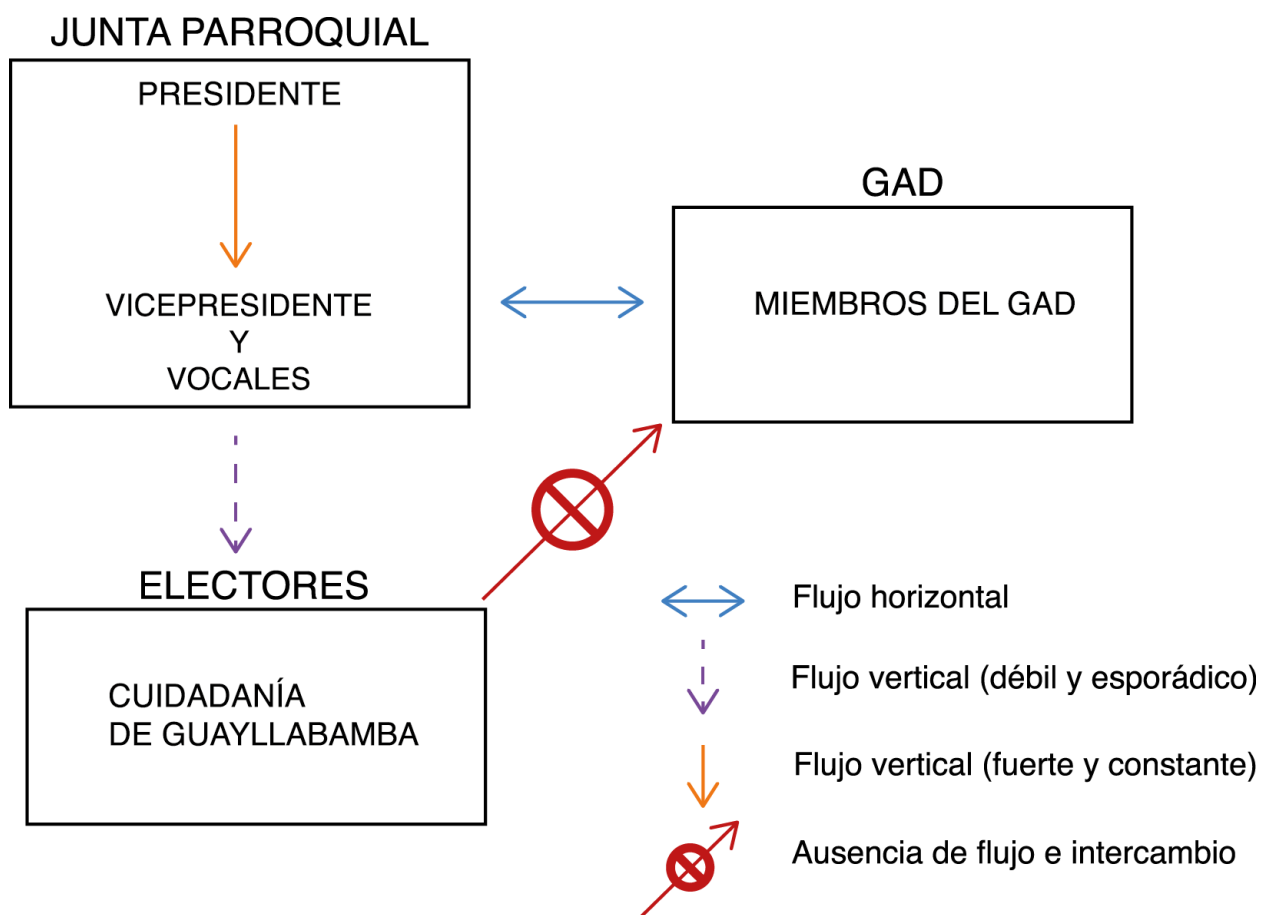


Ilustración 2: Flujograma del Gobierno Autónomo Descentralizado de Guayllabamba

4. Manejo de la comunicación en el GADPG

Una vez analizada la estructura de la organización es importante tomar en cuenta el manejo que se tiene de los procesos de comunicación; y de la información que es emitida desde los distintos actores y esferas. Para entender, de manera global, los procesos de comunicación y la calidad de la información que se transmite, se parte desde la competencia que posee cada actor. Por un lado, el GADPG al ser la entidad de representación de todos los integrantes de la comunidad maneja la comunicación desde una dinámica de poder. Así, la información que es transmitida desde el GADPG tiene la funcionalidad de informar a la comunidad de Guayllabamba y mantener la relación de codependencia. Por lo cual, la comunicación se la percibe desde una funcionalidad instrumental a través de canales tradicionales elegidos desde la organización.

Por otro lado, los integrantes de la comunidad mantienen una relación de comunicación con sus representantes políticos establecido por el intermediario de una estructura preestablecida como lo son las asambleas parroquiales. En efecto, el manejo de la comunicación es de manera transversal a los procesos que surgen dentro de la comunidad. Ahora bien, es necesario considerar que los mensajes que se transmiten depende de los distintos constructos sociales, y sistemas que componen en su totalidad a la parroquia. Finalmente, el manejo de la comunicación no es homogénea en el caso de la comunidad de Guayllabamba ya que existe una importante dispersión de los enlaces⁸ de información y de emisión de mensajes.

Por otro lado, se observa una interrelación entre el uso de la comunicación del GADPG y la comunidad en general. Los puntos en común entre las dos esferas se entabla a través de la participación. Por un lado, la participación de los integrantes de la comunidad hacia las acciones que se lleven a cabo en la Junta Parroquial. En esta primera dinámica, la comunicación sobreentiende un proceso de necesidad y dependencia. En cambio, en el caso de la GADPG el manejo y uso de comunicación marca la estructura para la idoneidad de la circulación de mensajes. Asimismo, existe una diferencia de canales que mantiene el

⁸ Puntos de conexión entre diferentes redes estratégicas (Castells, 2016,p.77).

Gobierno Autónomo y su posición de entidad dentro de la parroquia. En efecto, los canales que dispone el GADPG y su condición de emisores oficiales modifica el uso de comunicación realizado.

A modo de conclusión, el manejo de comunicación del GADPG requiere de una comprensión a profundidad del interés e influencia de los canales de comunicación y los contenidos que se generan. Por otro lado, es necesario la creación de mecanismos de participación que sean de naturaleza pluridireccional y de carácter horizontal. Si bien los mecanismos de comunicación y el manejo tendrían que ser modificados siguiendo los componentes constructivos y filosóficos que rigen al Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural Guayllabamba.

5. Usos y modelos de comunicación presentes en el GADPG

Dentro de la conformación del GADPG los modelos de comunicación presentes mantienen una estrecha relación tanto con la cultura organizacional como con las funciones principales que posee. En efecto, se observa que la comunicación se divide más allá de la interna y externa, marcando un funcionamiento acorde a las condiciones contextuales. Por un lado, el sistema de comunicación dentro del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural Guayllabamba, se lo puede enmarcar dentro de una concepción mecánica del mismo. Este primer modelo de comunicación responde a las necesidades de manejo de control de parte de la entidad de gobierno. Sin embargo, un modelo más sistémico se establece en el espacio. Por lo cual, el segundo modelo de comunicación le permite mantener al GADPG relaciones con los miembros de la comunidad. Vale la pena recalcar, que esta relación se sustenta en la participación a través de mecanismos presentes dentro de los canales oficiales del Gobierno Autónomo Descentralizado. Como por ejemplo la página oficial de la entidad, en la que se encuentra a disposición la herramienta de contacto para la ciudadanía.

Por otro lado, estos dos modelos de comunicación responden a un uso en específico, como lo es el deseo de comunicar de forma transparente las acciones concretas realizadas

por la directiva de turno. Estos dos modelos de comunicación, si bien parecen opuestos entre sí, se interrelacionan para establecer dos esferas fundamentales en el caso de la comunicación, y en especial de la comunicación política: la esfera pública y la privada. En el primer caso, la esfera pública se traduce por el intermediario del modelo mecánico de comunicación, acorde a los lineamientos políticos que rigen al GADPG. Ahora bien, este modelo le permite tener un uso democrático (como es el caso de las asambleas entre los distintos representantes barriales) de los mensajes que circulan en la instancia. Así como, el uso de poder y de su condición oficial.

En cambio, el modelo sistémico repercute en la esfera privada. Es importante mencionar que, en este caso, el GADPG utiliza una parte de la esfera privada, la imagen pública de los representantes de la ciudadanía para poder entablar una relación con éstos. Así, se mantiene un canal directo entre las autoridades y la comunidad desde la participación en la emisión de mensajes como de la información. No obstante, el modelo comunicativo sistémico no cumple con su naturaleza y función, por lo que está atravesado por las diferencias ideológicas políticas de los representantes de turno. Además, de la influencia de la opinión pública presente dentro de la comunidad. El modelo sistémico al tener varios universos de aplicación, y la pluralidad de actores en los procesos de comunicación representa una oportunidad para la mejora continua en el uso de la comunicación siguiendo lineamientos estratégicos.

Finalmente, los modelos presentes y su respectivo uso mantienen los procesos de comunicación establecidos dentro del GADPG. Así, se sobreentiende que el modelo de comunicación marca las pautas de manera general. Sin embargo, no se mantiene un modelo que permita tener una estructura sólida para el funcionamiento idóneo en el cumplimiento de objetivos del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural Guayllabamba.

6. Comunicación digital (página web y fan page)

Ahora bien, la comunicación dentro del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural Guayllabamba al ser una entidad relativamente pequeña dentro del

contexto de los GAD, posee una comunicación mínima. En efecto, se observa que los mensajes son de naturaleza más informativa o de explicación de los hechos. Así, se pretende crear sentido dentro de la comunidad, y mejorar los flujos de comunicación anclados hacia la participación política y social. No obstante, existe una brecha importante entre los canales utilizados y la naturaleza de los mensajes. Un elemento disruptivo entre canales y mensajes es la falta de continuidad en la frecuencia de los mensajes que son emitidos. Por lo cual, no existe un flujo constante de información e intercambio entre la instancia de gobierno y la ciudadanía. Un ejemplo de esto, es la poca interacción que tienen las publicaciones de la fan page de Facebook del GADPG.

Sin embargo, la presencia de redes de comunicación refleja el interés que tiene el Gobierno Autónomo en el establecimiento de una relación de reciprocidad entre los distintos actores de la parroquia. Así, mantiene una fan page de Facebook y una página web oficial. Al tener solamente estos dos canales de comunicación para la divulgación de la información se percibe una problemática en la continuidad y flujo de los mensajes hacia la comunidad. Vale la pena recalcar, que los dos canales de comunicación no siguen una misma línea de comunicación, sino que mantienen una naturaleza distinta. Es por esto que, vale la pena analizar cada canal como una totalidad con sus características y mensajes distintivos.

Por un lado, la página web oficial, es una canal que tiene una doble funcionalidad. En un principio, dotar de credibilidad a la entidad a través de la presentación de sí misma. Por consiguiente, la mayoría de mensajes presentes en la página web se relacionan directamente con la naturaleza, competencias y actores pertenecientes a la organización. Un elemento importante a recalcar es que dentro de la página web se mantiene un apartado con las noticias más importantes de la parroquia. En efecto, este elemento responde a dos realidades opuestas, pero interrelacionadas. Por un lado, el deseo de divulgación y democratización de las obras realizadas por el directorio de turno. Y por otro, el mantenimiento de la hegemonía política desde una forma de propaganda suave⁹. En el caso

⁹ El concepto de “propaganda suave” se relaciona directamente con la idea de hacer propaganda de forma subpreticia dentro de la comunidad.

de la comunicación en la dinámica de poder y divulgación, el canal oficial, permite tener la menor cantidad de ruido en el proceso mismo.

Además, la página oficial responde a la necesidad de mantener la información desde una voz oficial y agrupada en un actor delimitado. En efecto, la función en este caso es mantener una participación crítica y activa de parte de la ciudadanía hacia los accionares del GADPG. Esta característica le permite tener cierto control y manejo de la información hacia los mecanismos de participación dentro de comunidad. Sin embargo, esa funcionalidad del canal de comunicación requiere de una superestructura que le permita tener un mayor alcance dentro del uso de la comunicación tanto interna como externa.

A modo de conclusión, la página web oficial logra mantener un acercamiento con la parroquia y sus integrantes. En efecto, responde a las necesidades de comunicación existentes dentro del oficialismo de la entidad en cuestión.

Por otro lado, el GADPG posee una fan page en redes sociales, específicamente, en Facebook. Este canal de comunicación permite tener una difusión de información mayoritariamente relacionada con el ámbito social de la parroquia. Se observa que la fan page le permite al Gobierno Autónomo Descentralizado visibilizar proyectos que son de conocimiento público y que surgen desde la misma comunidad. Esta forma de manejo del canal de comunicación, como son las redes sociales, permite tener una relación de pertenencia de parte de los integrantes de la ciudadanía. Sin embargo, el canal como tal no tiene el impacto necesario. La mayoría de publicaciones no reciben interacciones de parte de los suscriptores. Esto se explica por la forma y naturaleza de los mensajes, y del desorden en la manera en la que se publica la información. Un claro ejemplo de esto, es la publicación de eventos sociales con elementos oficiales o de interés político. Un elemento importante de este canal de comunicación para el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural Guayllabamba es el poder de divulgación, que sobreentiende el uso de un medio digital. Finalmente, es importante considerar a esta red de comunicación como complementaria para la oficial, con distintos niveles de importancia de cada una dentro del contexto comunicativo del caso de estudio.

COMUNIDAD

Fundas con caramelos

PUBLICADA EN 4 ENERO, 2018



Gracias a la gestión del Gobierno Parroquial de Guayllabamba se pudo recolectar fundas con caramelos, los cuales fueron repartidos a los niños, niñas y adultos mayores de los barrios más alejados de Guayllabamba, queremos agradecer a las empresas e instituciones que donaron las fundas con caramelos.

Fotografía 5: Sección de noticias en la página web oficial

Fan Page de Facebook:

**GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
PARROQUIA RURAL
GUAYLLABAMBA**

ADMINISTRACIÓN 2014 -2019

Te gusta ▾ Siguiendo ▾ Compartir ... Enviar mensaje

Información [Sugerir cambios](#)

INFORMACIÓN DE CONTACTO

- m.me/gadp.guayllabamba
- secretariagpg@andinanet.net
- Comunidad

MIEMBROS DEL EQUIPO

- Néstor Gustavo Benalcazar

Fotografía 6: Portada Fan Page Facebook



Fotografía 7: Publicación Facebook (proyectos y obras)



Fotografía 8: Publicación Facebook (social)



GADP Guayllabamba

13 de julio a las 15:14 · 🌐



SE COMUNICA...!!!!

COMUNICADO

EL REGISTRO CIVIL, TENENCIA POLITICA Y GAD PARROQUIAL, INFORMA A TODA LA CIUDADANIA DE LA POBLACION DE GUAYLLABAMBA Y SUS ALREDEDORES, LA CAMPAÑA DE CEDULACIÓN E INCRIPCIONES DE NACIMIENTO A REALIZARSE:

DIA: VIERNES 20 DE JULIO DEL PRESENTE AÑO;

HORA: 10H30. A.M. HASTA LAS 15H30.PM.

LUGAR: EN LA SALA DE MEGA INFOCENTRO JUNTO AL GAD. PARROQUIAL.

SERVICIOS QUE BRINDARÀ LA BRIGADA MOVIL:

- INSCRIPCIÓN DE NACIMIENTO (DE 0 A 17 AÑOS)- (VALOR CERO DÓLARES).
- RENOVACION DE CÉDULA, (POR PERDIDA, ROBO, O ACTUALIZACIÓN)- (VALOR 15 DÓLARES).
- CEDULA POR PRIMERA VEZ (5 DÓLARES).
- EMISION DE CERTIFICADOS ELECTRÓNICOS (NACIMIENTO, DEFUNCIÓN Y MATRIMONIO)- (VALOR 3 DÓLRAES)
- EMISION DE PARTIDAS INTERGRAS (NACIMIENTO, DEFUNCIÓN Y MATRIMONIO)- (VALOR 3 DÓLARES).



Me gusta



Comentar



Compartir



👍 31

Más relevantes ▾

Fotografía 9: Publicación Facebook (Institucional)

CAPÍTULO 3:

PROPUESTA DE POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL GAD DE GUAYLLABAMBA

1. Nueva comunicación política en el paradigma actual

Dentro del análisis de la comunicación política, y la comprensión general de la misma es necesario, como paso previo, definir el paradigma en el que se encuentra inserta. Por consiguiente, el paradigma actual que engloba todo el accionar social se lo entiende a través del axioma de la ausencia. Ahora bien, el *paradigma de la ausencia*¹⁰ se fundamenta en los cambios vertiginosos dentro de un contexto de caos. Consecuentemente puede ser aplicado a cualquier fenómeno social, tal y como son: elecciones políticas, asambleas, entre otros. Así, la “nueva comunicación política”¹¹ tiene como objetivo estructural la concretización de ideas, percepciones o políticas hacia acciones realizables y viables dentro del contexto a través de estrategias. Sin embargo, este objetivo se ve atravesado por un contexto que tiene como naturaleza la falta de cánones establecidos como verdades absolutas. Por lo cual, y de forma necesaria, se considera esta nueva comunicación política desde teorías que son aplicables bajo una mirada posmoderna como lo son la de la complejidad de Luhmann, y el factor autopoiético¹² en relación a la temporización de las acciones para llegar al cumplimiento de la comunicación política actual.

Es importante recalcar, que al ser la comunicación política el resultado de la interdisciplinariedad de la Comunicación y la Política, se presenta constantemente un intercambio de aplicabilidad de elementos pertenecientes a cada ciencia por separado. Este intercambio resulta en la conformación de políticas de comunicación, que poseen como fin último el uso de cada ciencia independientemente del nivel en la estructura social

¹⁰ Terminología de mi autoría que tiene como propósito esclarecer el funcionamiento del paradigma desde la presencia del caos.

¹¹ Terminología de mi autoría que se relaciona con la idea de cambio y novedad en relación al concepto tradicional de comunicación política.

¹² La autopoiesis se entiende como la capacidad que posee un sistema para auto crearse y regularse de manera autónoma sin perder su unidad de origen. (López Ramírez, 1998,p.112).

establecida o el tamaño de la misma. Por lo cual, y en relación a nuestro caso de estudio, el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural de Guayllabamba, se observa que la comunicación se ha mantenido en una comprensión *a priori* instrumental que no tiene como objetivo final la creación de políticas en pro del desarrollo general de los elementos circundantes. Esta perspectiva comunico - política presente en la Junta Parroquial de Guayllabamba se explica por dos elementos que se encuentran conectados entre sí. Por un lado, el desconocimiento y falta de manejo de los canales de comunicación (medios) y, por otro, la pugna interna consecuyente a la inexistencia de intercambio de información (procesos básicos comunicativos) y por tanto, la presencia de una brecha dispar en la relación de representatividad entre la población y la institución.

Por lo cual, la “nueva comunicación” entendida como el objeto mismo y de base para la creación de políticas en el campo de la comunicación no está presente en la institución política repercutiendo de manera progresiva en la viabilidad de las acciones o planes llevados a cabo. Por consiguiente, la “nueva comunicación política” en específico hacia el paradigma de la ausencia, en el caso del Gobierno Autónomo Descentralizado de Guayllabamba, mantiene una dimensión de incertidumbre, y no desde la estrategia. En efecto, se observa lo anterior a través de una comprensión poco clara del poder y funcionalidad que posee la comunicación. Por ejemplo en correspondencia a la página web oficial y la página de Facebook de la institución:

O sea lo jóvenes, o sea quienes están más cerca a la tecnología pues son los que están. De ahí la mayoría de población no les interesa o no tienen acceso a esa información por eso es que muy poco se difunde a través de Facebook. Y la otra de la página web, bueno eso ya es lo que oficialmente por ley debemos cumplir con esa publicación.
(L.Guaytarilla, comunicación personal, 25 de julio de 2018)

A través de esta visión de la comunicación clásica y no de la nueva comunicación política en la que los medios de comunicación debe ser entendido como herramientas estratégicas de segundo nivel para la generación de políticas de comunicación se requiere del análisis a profundidad de las relaciones e intercambios de información entre la institución y las distintas esferas. Al clasificar a los medios de comunicación como herramientas que se encuentran en un segundo nivel nos referimos a que permiten, en su

uso, el cumplimiento de un estado superior entendido como estrategias y, que resultado de éstas, se fundamenta una política de comunicación.

El segundo aspecto presente en la institución estudiada, y que repercute en la falta de implementación de la nueva comunicación política es la pugna interna resultado del inadecuado manejo de la comunicación y de la falta de relación entre la institución y las sociedad, en general. Tanto la comunicación como el modelo político establecido responde a un patrón de cultura política. En este caso, la existencia de patrones de cultura política se establece por la complejidad de la sociedad. En un principio, el patrón imperante entre la sociedad responde a un modelo de *distribución piramidal* sobre todo en la disparidad en la representación y pertenencia de la ciudadanía de la zona hacia la institución. Así, este modelo de cultura política dificulta la conformación de una “nueva comunicación política” por tener flujos verticales y unidireccionales desde el representante (en cualquier nivel) y la población.

Este primer patrón se complementa con un *modelo en forma de diamante* (Mazzoleni, 2010). A diferencia del primero, en este modelo la población mantiene una participación paradójica llegando a ser idealista y no verídica según su contexto cercano. El resultado: existe un importante nivel de apoliticidad de la población y, por tanto, el surgimiento de un sentimiento de desconfianza hacia la institución.

¿Qué tan confiable es para usted la Junta Parroquial de Guayllabamba?

44 respuestas

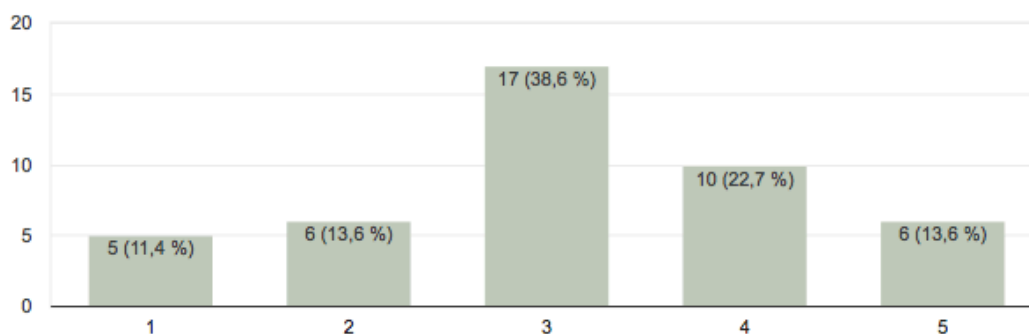


Gráfico 1: Nivel de confiabilidad en el GADPG

En el gráfico anterior se observa que la mayoría de las personas encuestadas (38.6 %) mantiene un relación de desconfianza con el GADPG en un nivel intermedio (3) en la escala de (5) , siendo (1) “Nada confiable” y (5) “Muy confiable”. Un primer análisis de este resultado demuestra que la mayoría de la población, del universo encuestado, mantiene un relación que si bien es de desconfianza no llega a ser total, sino más bien de poco interés por la funcionalidad y representatividad de la institución en relación a una clasificación subjetiva de la institución.

Según usted, ¿cómo calificaría a la Junta Parroquial de Guayllabamba?

44 respuestas

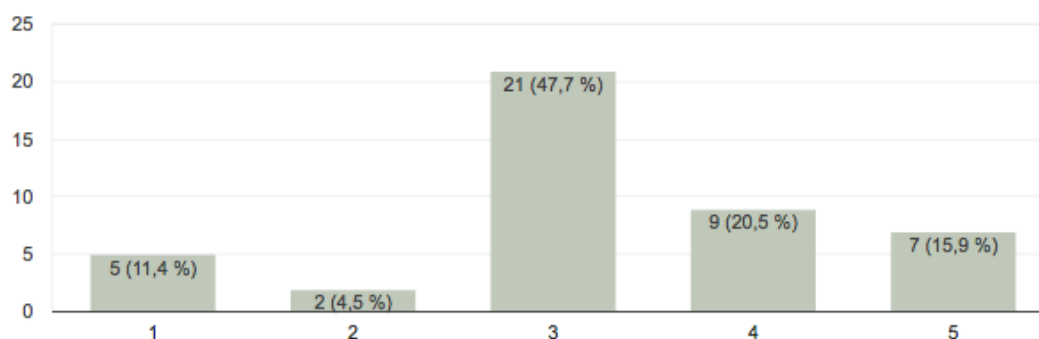


Gráfico 2: Calificación del GADPG

En efecto, se observa en el gráfico que el promedio de las personas encuestadas (47,7%) califican al Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural de Guayllabamba en un nivel intermedio (3), siendo (1) “Muy mala” y (5) “Muy buena”.

Ahora bien, estos resultados ahondan en la pugna preexistente entre la comunidad y el organismo de representación local. Vinculando con la “nueva comunicación política en el paradigma actual”, al tener una pugna vista desde la comunicación, pone en evidencia la falta de estructuras comunicativas que permitan tener un manejo estratégico de las acciones realizadas. Así, se mantiene en vigencia la percepción de la comunicación poco participativa y crítica a la realidad. Por lo cual, el paradigma de la ausencia o una forma

tergiversada del mismo tanto en los procesos y flujos de comunicación interna como externa se hacen presentes.

Por lo tanto, la nueva comunicación política en el caso del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural Guayllabamba, no tiene cabida por tener una importante ausencia de una estructura versátil y estable que permita la implementación de plan de manejo estratégico de la comunicación, y en especial, de comunicación política. En consecuencia, la comprensión instrumental y la falta de relacionamiento entre la población y la institución de representación repercute en el seguimiento de la nueva comunicación política. En efecto, se observa que el modelo de cultura política no permite la creación de flujos horizontales y verticales que cohabiten en simultáneo. Esto tiene como resultado un modelo de comunicación anterior, y no a la nueva comunicación según el paradigma de lo ausente presente en el contexto actual. Vale la pena recalcar, que para lograr el cambio en la comprensión y uso de la comunicación política es necesario tener una perspectiva holística del contexto con todas sus interrelaciones y esferas. Finalmente, la nueva comunicación política mantiene una relación dispareja entre la realidad de la institución, la percepción de la ciudadanía sobre esta y el paradigma existente.

Por consiguiente, la llamada “nueva comunicación política” pretende tomar en consideración la realidad contextual y la creación de estrategias viables que permitan recaer en políticas de comunicación aplicables en relación al paradigma y contexto. Así, el caso de la gobierno local de la parroquia de Guayllabamba requiere de un cambio radical de las estructuras en las cuales se asienta la institución. En efecto, la comprensión a profundidad de la institución debe ser realizada desde las diferentes aristas de acción como lo son: la social, la económica, política y de comunicación. Dentro de este cambio de la estructura o naturaleza de institución surge como respuesta para la conformación de políticas de comunicación, y por tanto del cambio de comunicación hacia la “nueva comunicación” acorde al paradigma existente.

A modo de conclusión, la “nueva comunicación” en el paradigma de la ausencia en el caso del gobierno local de Guayllabamba requiere de la comprensión de todas las esferas

de participación como de representación sobre la importancia de la comunicación como elemento estructural para la conformación de políticas aplicables independientemente de su naturaleza o funcionalidad.

2. Comunicación política paradigmática

Resultado de la “nueva comunicación política” y del *paradigma de la ausencia* surge la comunicación política paradigmática. Es importante mencionar la distinción que existe entre comunicación política paradigmática y paradigma de comunicación para entender su relación recíproca. Por un lado, la comunicación política paradigmática sobreentiende la relación entre comunicación, política y los vínculos estratégicos creados con el paradigma presente. En cambio, el paradigma de comunicación hace referencia a la comprensión general de la comunicación dentro de la realidad ya que toma en cuenta sus características tanto extrínsecas como intrínsecas. Esta desambiguación¹³ entre los conceptos – esencial para el objeto de estudio – nos permite definir el propósito de la visión paradigmática de la comunicación siendo el fundamento que crea una superestructura la cual permite englobar, de forma contextual, las condiciones para el idóneo funcionamiento de la misma. Sin embargo, esta estructura tradicional de la comunicación política paradigmática no tiene como objetivo el de condicionar la diversidad de flujos e interrelaciones de la comunicación, y, por tanto, al no representar una forma canónica y estática permite procesos de cambio. En efecto, la comprensión de la comunicación política desde el paradigma y, posterior naturalización conlleva a un sinnúmero de complicaciones sobre todo en su aplicación.

Por consiguiente, el proceso de creación de políticas de comunicación al estar atravesado por la perspectiva paradigmática de la comunicación tiene que abordar soluciones colaborativas y factibles endógenas al paradigma. Vale la pena recalcar, que las condiciones paradigmáticas por naturaleza se fundamentan por modelos considerados desde verdades absolutas repercutiendo en la idoneidad de su funcionamiento. Por otro lado, la

¹³ El término hace referencia a la diferencia epistemológica entre los conceptos para facilitar su comprensión.

compresión general del contexto y de sus características presenta una problemática. En efecto, este panorama contextual al ser un elemento estructural para la implementación de políticas de comunicación y de procesos de comunicación debe ser entendido desde una variable condicionante cultural. Es por esto, que al momento de acuñar una definición de comunicación política y considerando que la comunicación política paradigmática mantiene una interrelación entre el paradigma, comunicación y el contexto fundamentado en el caos, se define de la siguiente manera: comunicación que se encuentra atravesada por las necesidades políticas de un grupo social desde la comprensión del paradigma existente.

Para entender holísticamente a la comunicación política paradigmática y poder aplicarla a las condiciones contextuales del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural de Guayllabamba es necesario partir desde la mirada extrapolada y compleja de la sociedad. Es por esto, que la teoría de la fluidez de Zygmunt Bauman es aplicable, de manera crítica, a la realidad del Gobierno local de Guayllabamba.

En efecto, desde la perspectiva contemporánea la política se relaciona con una moda que cambia constantemente dejando de lado las acciones de los distintos actores políticos, según Bauman (2013). Y, sin lugar a duda, es el caso del Gobierno Local de Guayllabamba. Así, lo anterior se observa en el nivel de presencia de la institución y su relacionamiento con la ciudadanía. Está claro que la comunicación paradigmática en el contexto de la institución estudiada pierde su dimensión de creación de superestructura en detrimento a la satisfacción de las necesidades del grupo social y de los lineamientos políticos establecidos; tales como: cumplimiento de acciones, planes de desarrollo o el respeto a las normativas, estatutos y leyes vigentes.

Es por esta razón que la percepción de existencia o “no existencia” de comunicación entre la ciudadanía se ve afectada. Claro está que la propia naturaleza de la institución condiciona la manera en la que se comunica con la población de Guayllabamba.

Cree usted, ¿qué existe comunicación entre la Junta Parroquial de Guayllabamba y la población?

44 respuestas

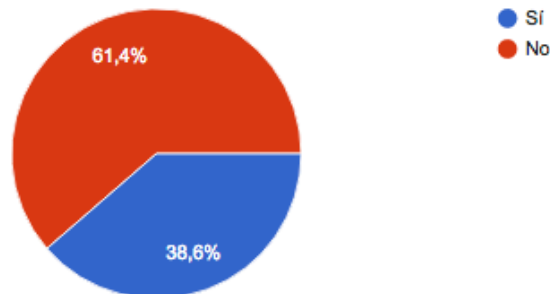


Gráfico 3: Nivel de presencia de comunicación entre el GADPG y la ciudadanía

Podemos observar en el gráfico anterior que la mayoría de las personas consultadas (61,4 %), consideran que no existe comunicación. Además, que el intercambio de información y la interrelación entre la institución y la ciudadanía es cuasi inexistente. Lo cual supone una falta en el manejo de comunicación de parte de la institución. Y, por otro lado, la ausencia de criticidad política de participación entre la ciudadanía y el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural de Guayllabamba.

En efecto, este síntoma visible se relaciona directamente con la comunicación política paradigmática. En un principio, la ausencia de comunicación y de información es el resultado de la incomprensión del paradigma. Vale recalcar, que la falta de procesos internos de comunicación dentro la institución repercute en la relación entre ésta y la ciudadanía. Un ejemplo: es la ausencia de mecanismos de realimentación en relación a las necesidades y problemática existentes entre la población. Y, por otro lado, la comunicación política paradigmática se encuentra trastocada por la forma de uso de la comunicación en los distintos accionares de la institución, en general.

Es importante, en este caso, considerar que la comunicación política paradigmática se encuentra en una dimensión estructural y requiere de bases sólidas para poder ser

aplicada, lo cual depende directamente de los procesos y herramientas de comunicación. Por consiguiente, la institución en cuestión mantiene una carencia importante sobre todo en su aplicación y dentro de la relación hacia y con la ciudadanía. Y, por lo tanto, la comunicación paradigmática pierde completamente su valor. En efecto, este manejo de la comunicación paradigmática en el campo político se debe al hecho de que la institución en cuestión maneja solamente dos medios (canales de comunicación), tanto una página web (de carácter oficial) y una *fan page* de Facebook.

En un principio, la página oficial web mantiene como función principal el cumplimiento tácito – pero implícito – hacia la autoridad o entes de control. Vale la pena recalcar, que al cumplir la normativa de manera cuasi obligatoria pierde su rol transformador desde la mirada de una comunicación inclusiva, y recae en una percepción instrumental y de mantención del status quo. Por tanto, el fin último de informar y generar puentes de comunicación a los actores de representación y decisión como lo es la ciudadanía de Guayllabamba queda relegado. Por consiguiente, la falta de comunicación se observa desde dos puntos interconectados entre sí como lo son el desconocimiento de las acciones llevadas por el Gobierno Autónomo como la institución como tal y la ausencia de visitas a la página web de parte de la población.

¿Ha visitado la página web de la Junta Parroquial de Guayllabamba?

44 respuestas

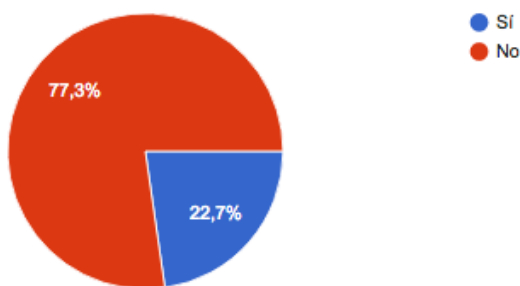


Gráfico 4: Impacto (en cantidad de visitas) de la página web oficial del GADPG

Como se puede observar la mayoría de las personas encuestadas no han visitado la página web oficial de la Junta Parroquial de Guayllabamba representando aproximadamente un 80%. En efecto, este resultado demuestra una problemática de comunicación tanto dentro como fuera de la institución y en todos los niveles de intercambio de información debido a las pocas prácticas y competencias mediáticas de los ciudadanos como a un acceso difícil a internet.

Sin embargo, el nivel de desinformación de parte de la institución y la ciudadanía en torno al mal manejo del medio de comunicación crea una brecha de oportunidad para realizar un cambio de comprensión en torno a la comunicación política, y de su aplicación en el contexto definido. Así, cambiaría la mirada o nivel instrumentalista del medio hacia una perspectiva estratégica que permitiría la relación multidireccional entre la ciudadanía y la institución en respuesta al cambio de visión hacia la comunicación política paradigmática.

Por otro lado, el segundo medio de comunicación del GADPG, la *fan page* de Facebook, no tiene una función específica. En efecto, un análisis incipiente del canal responde a un intento de inserción de la parte de la institución en el mundo digital y de las redes sociales. Por lo tanto, la *fan page* mantiene un nivel relacional comunicativo entre la ciudadanía y la institución que se establece desde una “perspectiva difusionista” – aunque esporádica – de las obras realizadas o necesidades del Gobierno Autónomo Descentralizado local; como por ejemplo: convocatorias a eventos o puestos de trabajo. El resultado de la naturaleza y de la función optada por la institución de la red social repercute proporcionalmente en el impacto de ésta. Así, por otro lado, la ausencia de mensajes estratégicos enfatiza el inadecuado manejo del canal de comunicación.

Por consiguiente, el uso de esta red social por parte de la institución es puramente para la difusión quedando fuera de la mirada paradigmática de comunicación política. En efecto, según Scolari & Kuklinski Pardo (2009), dentro de la web 2.0 existe una interrelación masiva de distintas redes, tanto digitales como virtuales, que permiten al

momento de la búsqueda un aumento importante del flujo de información como es el caso en las redes sociales, tales como: Facebook. Así, al perder su poder como canal interconectado recae en una perspectiva tradicional de funcionamiento en el campo de la comunicación.

Ahora bien, es importante considerar que para hacer uso de la red social mencionada anteriormente, y que sea vista como una herramienta en pro de la mejora de la comunicación debe existir una estructura estable tanto en el uso como en la percepción resultante del manejo de la misma. No obstante, la página de Facebook del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural de Guayllabamba no mantiene un nivel de interacción adecuado para el cumplimiento de objetivos comunicativos dentro de un contexto de comunicación política paradigmática. Es por esto, que el medio de comunicación se transforma en un *talón de Aquiles*.

¿Ha visitado la página de Facebook de la Junta Parroquial de Guayllabamba?

44 respuestas

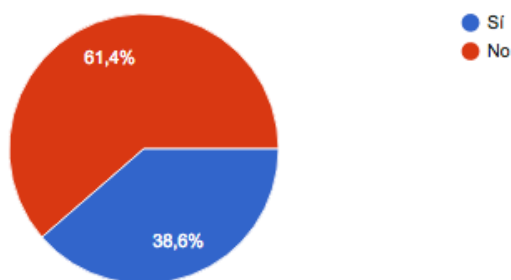


Gráfico 5: Impacto (en cantidad de visitas) de la fan page de Facebook

En efecto, como se observa en el gráfico 5 un gran porcentaje de las personas sondeadas no ha visitado la página de Facebook (61,4%), lo cual enfatiza un desinterés por parte de la ciudadanía en relación a la institución.

Por otro lado, la cantidad de personas que visitan la red social de la Junta Parroquial es superior (casi en una relación de dos a uno) a las visitas de la página web oficial. En un primer análisis este comportamiento se debe a la naturaleza de las plataformas. Por un lado, la página de Facebook siendo una red social, permite tener un mayor impacto de la institución en cuestión, aunque mínimo por tener mensajes y publicaciones de carácter informativo. En cambio, la página web no logra mantener una relación con la ciudadanía de Guayllabamba por ser de carácter oficial y en respuesta a una exhortación hacia las normativas y reglamentos fuera de su naturaleza de medio de comunicación, y en especial de comunicación política paradigmática estratégica.

Finalmente, la ausencia de comunicación en la dupla institución – ciudadanía y la falta de comprensión de un adecuado manejo de los medios de difusión existentes (página web oficial y *fan page* de Facebook) resultan en la inexistencia de comunicación política paradigmática. No obstante, al mantener una mirada tradicional e instrumentalista de la repercute en la posibilidad de la creación de políticas de comunicación que se inserten en el cambio paradigmático desde una comunicación política clásica hacia una paradigmática.

3. Políticas de comunicación

Dentro del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural Guayllabamba y desde la percepción global interna de la comunicación y su funcionamiento, se puede inferir que no existe un constructo que englobe el manejo, uso y función de la comunicación. Por consiguiente, se interpreta la no existencia de una política de comunicación o plan de comunicación vigentes.

Para la construcción de políticas de comunicación acordes a la realidad de la institución partiremos desde la comprensión local, aunque incipiente, de lo que es comunicación. En efecto, se toma como marco de referencia la definición realizada por el actor político – por antonomasia – del Gobierno Autónomo Descentralizado, institución de representación política, el presidente de la Junta Parroquial.

E: ¿Considera que existe una política de comunicación dentro de Junta Parroquial?

L.G: Bueno la comunicación, o sea lo hacemos más que todo a los entes de control como es: Consejo de Participación Ciudadana, SENPLADES, Ministerio de Finanzas, Banco Central y cuando nos citan a la Contraloría, o sea allá es donde más. Y de ahí, aquí en las asambleas pues que se realizan ahí se informa de todo y, también, en las reuniones que se realizan en los barrios, entonces ahí lo que compete a cada barrio.

Y cuando son así proyectos de interés de la Parroquia, ahí se les informa. Por ejemplo, ahorita estamos en el proyecto asimismo de la competencia de recolección de basura. Entonces, como un tipo de socialización en los barrios directamente para saber el criterio de la comunidad. (L.Guaytarilla, comunicación personal, 25 de julio de 2018)

En un principio, la comunicación se relaciona directamente con la idea de socialización de parte de la entidad hacia la ciudadanía sobre las obras realizadas tomando en cuenta el factor de interés. Esta percepción de comunicación termina siendo un visión sesgada en detrimento de la perspectiva estratégica de las políticas de comunicación. Por lo tanto, se observa que la comunicación se mantiene a través de mecanismos de participación ciudadana, como son: asambleas y reuniones. Si bien la naturaleza de los mecanismos permiten la participación de todos, en un contexto de igualdad de oportunidades, se mantiene una relación de poder o “imposición” desde la convocatoria, actores a participar y, sobre todo, los temas que serán tratados desde una agenda organizada por la entidad de Gobierno. Por consiguiente, el modelo de comunicación no responde a una política ordenadora de comunicación, sino a la obligación constitucional de mantener informada a la ciudadanía local. Es por esto, que las políticas de comunicación, se encuentran en un plano “idílico” en el GADPG.

La falta de definición de políticas de comunicación – como ejes transversales – dentro de los flujos de comunicación presentes en el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural de Guayllabamba permite obtener lineamientos propicios para la construcción y ejecución de políticas de comunicación. Esto se debe a las condiciones contextuales creadas por la ausencia.

Así, es de importancia, subrayar el hecho de que las políticas de comunicación requieren del estudio a profundidad de los factores del contexto en todas sus dimensiones – formales o aplicativas – en especial del relacionamiento de la comunicación desde su

aspecto formal y, por otro lado, la construcción o idea de comunicación creada desde el imaginario colectivo de la ciudadanía. En efecto, una mirada de comunicación integra es necesaria para realizar los pasos considerados como previos a la fundamentación misma de la política de comunicación. Es por esto, que la perspectiva de funcionamiento doble o en hélice de la comunicación pregonada por Dominique Walton (“La communication politique: Le Politiste,” s.f.), es de valor *ipso facto*.

Sin embargo, intrínsecamente a este contexto de ausencia (relacionado con el paradigma de comunicación propuesto), la naturaleza rectora de la política de comunicación surge como respuesta para la mejora sistémica y ordenada tanto de la comunicación como de los procesos internos y externos de la entidad. Consecuentemente al querer implementar políticas de comunicación en el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural Guayllabamba se pretende conformar una estructura que permita el desarrollo en un corto, mediano y largo plano de planes, acciones y actividades, en todos los campos de aplicación. Vale la pena recalcar, que los campos de aplicación se refieren a los tres poderes convencionales del Estado, pero vistos desde el contexto de la entidad. Así, los campos de aplicación se relacionan en gran parte con los poderes, y sobre todo sus respectivas funciones considerando su naturaleza organizacional. Por lo tanto, los campos de aplicación son: el legislativo, administrativo – operativo y el social. En efecto, la interrelación de todos los campos de aplicación permiten el funcionamiento idóneo del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural Guayllabamba. Sin embargo, el trabajo en conjunto de todos los niveles y actores de los campos de aplicación requieren de una estructura de comunicación que intensifique las relaciones y flujos desde una perspectiva de comunicación política paradigmática. Por consiguiente, el surgimiento de una política de comunicación estrechamente relacionada con la regulación y control es de importancia para lograr una homogenización de los procesos internos como externos. Un elemento importante a tomar en cuenta es que al decir que la política de comunicación interactúa con la regulación y el control no tiene como propósito el de ser una “camisa de fuerza” sino el medio adecuado para el cumplimiento de los objetivos planteados. En efecto, esta primera política de comunicación se focaliza en el manejo de la comunicación dual tanto interna del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural de

Guayllabamba como los flujos de intercambio con la comunidad. No obstante, la misma naturaleza de control y regulación de la política de comunicación posee una limitante de aplicación relacionada con el factor social y en el modelo de comunicación presente en la entidad en cuestión.

Por lo cual, al tener un modelo de comunicación mayoritariamente horizontal tanto dentro del GADPG como fuera es necesario crear una política de comunicación que relacione la participación e integración ciudadana con la institución. Es evidente que el factor social – ciudadano es de relevancia para el GADPG por ser una entidad de gobernanza. Así, la política de comunicación de participación e integración tiene como propósito el crear canales y medios que permitan democratizar la comunicación y los proyectos realizados. Un elemento importante a considerar dentro de la aplicación de esta política de comunicación es la volatilidad en su construcción y funcionamiento. En efecto, al tratarse de la comunidad local existen varias problemáticas de naturaleza social; como por ejemplo, las diferencias políticas, la condición socioeconómica, la cosmovisión, entre otras. Sin embargo, el resultado final de esta política de comunicación recae en la implementación de un modelo de comunicación que permita poseer una diversidad de flujos de comunicación de multidireccionales, y por ende, incrementar la accesibilidad a la información de naturaleza pública entre los distintos actores de las estructuras socialmente aceptadas y preestablecidas. Finalmente, es de importancia considerar un factor social de impacto en la política de comunicación como lo es la cultura, y la cultura política. En consecuencia, esta política debe contemplar las necesidades de la comunidad y sus opiniones para poder ser aplicada de manera simbiótica con el contexto.

No obstante, esta segunda política de comunicación pone en evidencia una tercera problemática presente dentro de la institución, la cual se relaciona con la idea de hacer política, la filiación/compreñión política y una forma de “culto a la persona” de los distintos actores políticos.

E: Y, para concluir esta corta entrevista. ¿cree que una política de comunicación vista desde la estrategia, como para englobar todo lo que hace el GAD, es necesario para la Junta Parroquial de Guayllabamba?

L.G: Bueno verá o sea aquí el primer año de administración se elaboró una revista de información

L.G: Pero lo que pasa es que en ocasiones se torna político. Lo que se informa es de los proyectos, de la ejecución, de las obras sobre eso. Y a veces a los vocales más como que quieren ellos estar ahí con las fotos, y esa no es la finalidad, sino es de informar. Por eso es inclusive que ellos el presupuesto 2017 no me aprobaron para hacer una revista de información porque dijeron que ellos no estaban en las fotos. Entonces les dije lamentablemente aquí no estamos haciendo uniforme o una imagen de los vocales, más bien de las actividades que realizamos. (L.Guaytarilla, comunicación personal, 25 de julio de 2018)

En efecto, la relación de los factores problemáticos presentes en la entidad resultan en una construcción de una pugna del poder. Dicho elemento pone en evidencia que existe un conflicto cuasi estructural entre las personas y los cargos en detrimento del objetivo máximo de una entidad de esta naturaleza: representar y velar, de forma íntegra, por la comunidad de Guayllabamba. Esta transgresión existente en la dupla poder/política en relación a la comunicación se explica desde la dimensión *política – simbólica* en la que existe una tergiversación en el funcionamiento en sí de la política y el acontecer político o la realización de acciones en pro de la ciudadanía, en general. Por lo tanto, una política de comunicación que cree relaciones parejas entre los actores, sin limitar su libertad surge desde la dimensión de la expresión política. Por lo tanto, la tercera política de comunicación se la define de la siguiente manera: política de comunicación en expresión política.

Vale la pena recalcar, que la expresión política no se refiere a una interferencia en la vida política o pública de los actores políticos o en la percepción de la comunidad hacia la diversidad de partidos políticos, sino el aterrizaje de políticas hacia acciones concretas a través de normativas existentes. Es por esto, que la política de comunicación con finalidad en viabilizar la expresión política tiene como objetivo el naturalizar la comunicación política como parte compositiva del accionar del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural de Guayllabamba. Así, la política de comunicación al tener como contexto la expresión engloba el contrato social – implícito y establecido – entre la ciudadanía y la institución. Por lo cual, requiere de un trabajo en conjunto y recíproco de parte de los diferentes actores de poder. Definitivamente, la pugna de poder dentro del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural Guayllabamba responde a las condiciones y

constructos sociales herencia de una época pre colonialista y rural. Sin embargo, esta misma condición permite la creación y uso de la política de comunicación en expresión política para llegar a una inserción total hacia el paradigma comunicativo contemporáneo.

Consecuentemente, dicha política de comunicación resulta en una cuarta y última política que tiene como objetivo fundamental el manejo y entendimiento de la planificación. En efecto, la política planificación estratégica, se sitúa como el resultado de la interrelación de funcionamiento de las anteriores políticas de comunicación.

No obstante, es necesario entender esta política de comunicación desde la perspectiva de la planificación como herramienta. Es importante recalcar, que al referírsela como herramienta no pierde su valor, sino que intensifica su funcionalidad estructural dentro de un contexto establecido específico. En efecto, la planificación es el canal que dota de factibilidad al desarrollo de todo tipo de acción o estrategia. Es por esto, que mantiene una naturaleza de supraestructura dentro de la política. Resultado de esta relación de importancia y valor de la planificación con la comunicación, permite a la postre, tener una política de comunicación de naturaleza supra política.

Por otro lado, la planificación dentro de una política de comunicación mantiene una relación directriz con el resto de políticas por representar la aplicación, y marcar las pautas de funcionamiento del resto de políticas de comunicación. Con el valor transversal y estructural de esta política de comunicación se pretende establecer una estructura dinámica de las mismas fuera de los cambios constantes del contexto o de la estructura de poder presente en el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural de Guayllabamba.

Finalmente, esta política de comunicación mantiene una dimensión de relación importante desde la institución y la ciudadanía local, en efecto, al tener una planificación concreta de las actividades realizadas y de los planes políticos como de representación del Gobierno Autónomo Descentralizado se sobreentiende la creación de interés por la comunidad hacia la institución. De forma recíproca al tener visibilidad de los proyectos

desde el aspecto formal como lo es la planificación permite en el caso de la ciudadanía integrarse con la entidad de forma crítica.

A modo de conclusión, las cuatro políticas de comunicación – de carácter macro – permiten la comprensión y uso de la comunicación desde el concepto creado a través de la comunicación política paradigmática. Es importante mencionar que cada política de comunicación descrita anteriormente por su naturaleza misma, dentro de la concepción de comunicación política contemporánea actual, resultan en sub – políticas y estrategias que nutren y complementan en su totalidad a éstas.

3.1 Síntesis de Políticas de Comunicación para el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural Guayllabamba¹⁴

I. Política de comunicación y regulación.

- a. Creación de vínculos estratégicos (técnicos, administrativos y operativos) en concordancia a las normativas, políticas y planes nacionales vigentes.
- b. Fomentar directrices comunicativas para los procesos, internos y externos, del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural Guayllabamba.
- c. Estatuto y normativa de comunicación estratégica y paradigmática.

II. Política de comunicación de participación e integración de la ciudadanía.

- a. Sustitución del modelo comunicacional vigente, por un modelo inclusivo
- b. Cambio de rol desde los actores de participación y, de la toma de decisiones.
- c. Promover el sentimiento de pertenencia de la ciudadanía hacia sus entidades y parroquia.

III. Política de comunicación en expresión política.

- a. Incentivar prácticas políticas ecuanímes e inclusivas

¹⁴ La numeración romana hace referencia a las políticas de comunicación. En cambio, los numerales en minúsculas se refieren a las sub – políticas.

- b. Manifestar la importancia de la comunicación política en el accionar político y de representación.
- c. Fomentar mecanismos para la viabilidad de las políticas regentes de la entidad de gobernabilidad.
- d. Crear una atmósfera política acorde a los valores y lineamientos de la institución.

IV. Política de planificación estratégica.

- a. Hacer una estructura de planificación para los proyectos del GADPG.
- b. Crear lineamientos y metas de cumplimientos en las diversas acciones llevadas a cabo por la entidad.
- c. Incentivar un modelo de planificación operativo, administrativo y político según los planes nacionales vigentes.
- d. Mantener la participación e inclusión de la ciudadanía en temas de planificación, y ejecución de las obras.

Vale la pena recalcar que las subpolíticas no responden a una clasificación jerárquica de importancia, sino a un mismo nivel de relevancia, y por ende, de necesidad en su cumplimiento de manera conjunta en respuesta a las políticas planteadas.

4. Estrategias de comunicación

Dentro de las políticas de comunicación planteadas para el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural de Guayllabamba y sus respectivas subpolíticas es importante tomar en consideración a las estrategias de comunicación como un canal de aplicación y cumplimiento de las primeras.

En efecto, una diferencia fundamental a ser analizada para la idoneidad en la construcción y aplicación de estrategias de comunicación es la diferencia entre: estrategia entendida desde el cumplimiento de un interés o proyecto personal y, por otro lado, una estrategia de comunicación desde una perspectiva pública. Así, “una estrategia de

comunicación pública es el conjunto de tácticas que utilizan los comunicadores en sus juegos públicos de confrontación o de cooperación” (Pérez González, 2008, p.552). Es por esto, que las estrategias de comunicación en el contexto de la institución estudiada mezclan los principios de comunicación y las condiciones políticas del GADPG.

Vale la pena recalcar, que las estrategias de comunicación, en este caso en específico, se relacionan tanto con las subpolíticas como las políticas, en general. Esto quiere decir que muchas de las estrategias responden tanto a una sola política o contrariamente a un conjunto de subpolíticas, independientemente de su clasificación o naturaleza. Finalmente, las estrategias de comunicación responden a la necesidad imperante de comunicación para la mejora sistémica del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural Guayllabamba.

4.1 Clasificación de las estrategias de comunicación según cada política y/o subpolítica para el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural Guayllabamba

I. Política de comunicación y regulación.

- a. Creación de vínculos estratégicos (técnicos, administrativos y operativos) en concordancia a las normativas, políticas y planes nacionales vigentes.
- b. Fomentar directrices comunicativas para los procesos, internos y externos, del GADPG.
- c. Estatuto y normativa de comunicación estratégica y paradigmática.

Estrategia 1	Formación de equipos técnicos en comunicación para la regulación y control de los lineamientos y estructura organizacional.
Estrategia 2	Implementación de técnicas cualitativas (lluvia de ideas o grupos focales) para la creación de planes de comunicación.
Estrategia 3	Plan de capacitaciones sobre formas de regulación y control aplicables al contexto

II. Política de comunicación de participación e integración de la ciudadanía.

- a. Sustitución del modelo comunicacional vigente por un modelo inclusivo
- b. Cambio de rol desde los actores de participación y, de la toma de decisiones.
- c. Promover el sentimiento de pertenencia de la ciudadanía hacia sus entidades y parroquia.

Estrategia 1	Creación de mecanismos y herramientas que permitan el diálogo entre las distintas esferas de participación de la comunidad de Guayllabamba.
Estrategia 2	Implementación de una agenda de actividades y de informes elaborados en conjunto entre la ciudadanía y el GADPG.
Estrategia 3	Plan de mejora continua de los canales de comunicación existentes en el GADPG con un enfoque en nuevas tecnologías e inclusión en redes.

III. Política de comunicación en expresión política.

- a. Incentivar prácticas políticas ecuánimes e inclusivas
- b. Manifiestar la importancia de la comunicación política en el accionar político y de representación.
- c. Fomentar mecanismos para la viabilidad de las políticas regentes de la entidad de gobernabilidad.
- d. Crear una atmósfera política acorde a los valores y lineamientos de la institución.

Estrategia 1	Implementación de un proyecto de comunicación con el propósito de mejorar las condiciones políticas.
Estrategia 2	Jornadas de capacitación sobre la construcción de discursos y técnicas de campaña.
Estrategia 3	Creación de un plan de comunicación y modelos de aplicación a través de casos concretos para el aprendizaje de comunicación en crisis.

IV. Política de planificación estratégica.

- a. Hacer una estructura de planificación para los proyectos del GADPG.
- b. Crear lineamientos y metas de cumplimiento en las diversas acciones llevadas a cabo por la entidad.
- c. Incentivar un modelo de planificación operativo, administrativo y político según los planes nacionales vigentes.
- d. Mantener la participación e inclusión de la ciudadanía en temas de planificación, y elaboración de las obras.

Estrategia 1	Capacitaciones sobre técnicas, herramientas y metodología de planificación en un contexto político parroquial.
Estrategia 2	Organización de jornadas inclusivas en pro de la participación de la comunidad.
Estrategia 3	Fomentar talleres de planificación estratégica (para los miembros del GADPG) a través de alianzas con otras entidades.

5. Objetivos

Al tener políticas y estrategias de comunicación acordes a las necesidades del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural Guayllabamba se requiere de la implementación de objetivos generales que estructuren de forma general un “plan” de políticas de comunicación. Es por esto que los siguientes objetivos responden a una suerte de explicación de la política, y no de una aplicación en específico según cada estrategia, su política o subpolítica.

Objetivo 1: Diseñar un plan político de comunicación realizable en un periodo de 5 años.

Objetivo 2: Implementar estrategias y acciones concretas para la mejora de los procesos internos y externos del GADPG.

Objetivo 3 : Mejorar las dinámicas y el ambiente laboral (político) del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural Guayllabamba.

6. Sistematización de las políticas de comunicación

6.1 Casos de aplicación de las políticas de comunicación

Según las políticas planteadas para el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural Guayllabamba es posible crear casos de aplicación para la comprensión, y posterior aplicación de éstas en el contexto político local. Es importante recordar que las políticas de comunicación – dentro de un contexto de comunicación política paradigmática – tienen como funcionalidad el ordenar tanto el accionar como los procesos de las distintas esferas, y de la estructura del GADPG. Dentro de este punto, es de relevancia enfatizar que los casos de aplicación pretenden explicar procesos realizables desde la comprensión de la ciudadanía a través del sondeo de naturaleza exploratoria realizado en la localidad. Por lo tanto, se utilizarán los resultados obtenidos en el sondeo. Por consiguiente, las variables tomadas en cuenta para el análisis y conformación de los casos son las siguientes: edad, nivel de confianza en relación al Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural Guayllabamba, calificación de la entidad (de carácter subjetivo), procesos de comunicación y comunicación formal.

Por consiguiente, los casos de aplicación sobre las políticas de comunicación se fundamentan en la necesidad de explicar el comportamiento de la ciudadanía sobre temas en torno al Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural Guayllabamba.

El primer caso de aplicación explica la relación existente entre las características etarias que oscilan entre los 18 y más de 65 años de edad y la calificación del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural Guayllabamba. En este primer caso es importante tomar en consideración que responde directamente con la política de comunicación que tiene como campo de aplicación la participación e integración de la ciudadanía local.

En efecto, al conocer desde los diferentes rangos de edad la percepción de la entidad en cuestión permite la creación de un panorama claro para la construcción de acciones.

Así, desde el ámbito comunicativo los resultados obtenidos en este primer caso permiten plantear diferentes mecanismos para la inserción de la comunidad en las obras del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural Guayllabamba, y a la postre, mejorar la clasificación de la misma, elemento fundamental en la construcción de la imagen dentro de la opinión pública.

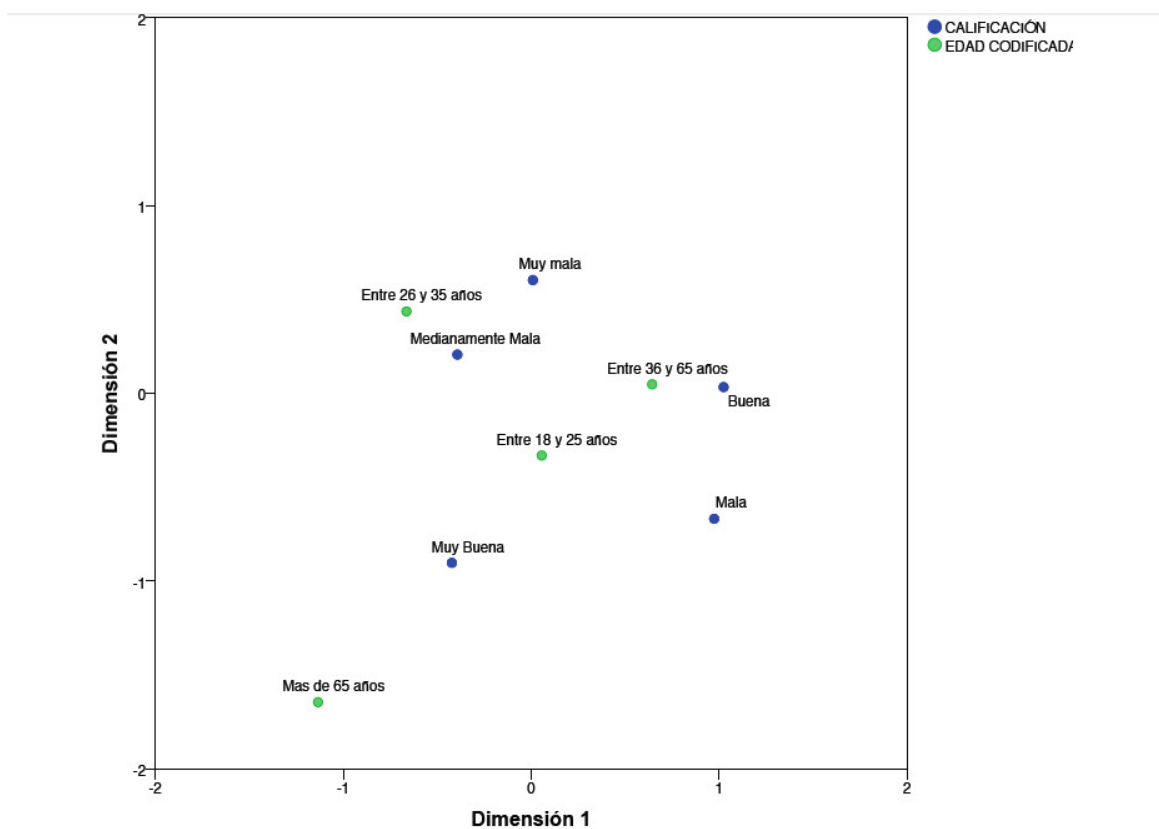


Gráfico 6: Nivel de interrelación entre calificación del GADPG y edad

En efecto, podemos observar en el gráfico que la percepción de un sector de importancia dentro de la comunidad de Guayllabamba (entre los 26 y 35 años de edad) mantiene una percepción negativa en su calificación al Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural Guayllabamba ya que se mantiene entre muy mala y medianamente mala. Es por esto, que un plan de comunicación a través de la política de

comunicación implementada permitiría la mejora en la percepción – de fondo política – de las personas pertenecientes al grupo descrito. Así, este primer caso de aplicación de la política requeriría de un primer componente como lo es diseño y ejecución al plan de comunicación, y una segunda fase relacionada con la política de comunicación en torno a la expresión política con la implementación de talleres sobre la importancia de entidades de gobierno y su funcionalidad en un contexto de parroquia.

En un segundo caso de aplicación, nos permite crear un vínculo entre la confianza de las personas hacia el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural Guayllabamba y la edad. En este segundo caso de aplicación es importante enfatizar que el nivel de confianza se encuentra en una relación dispar hacia la edad desde una perspectiva de comunicación. En efecto, el nivel de confianza representa un juicio de valor que tiene como fundamento la observación y el nivel de comunicación o de información existente entre la ciudadanía y la entidad. Se observa que la edad es un factor determinante para confiar o no en una entidad de gobierno ya que depende de un contexto coyuntural tanto social como político. No obstante, dentro de las dinámicas internas del Gobierno Autónomo Descentralizado la relación entre la confianza y la edad repercute de manera trascendental. Por consiguiente, este caso de aplicación responde a la política de regulación y control. Si bien la relación no es estrechamente directa entre el caso de aplicación y la política mantiene un vínculo de dependencia a favor de la mejora del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural Guayllabamba.

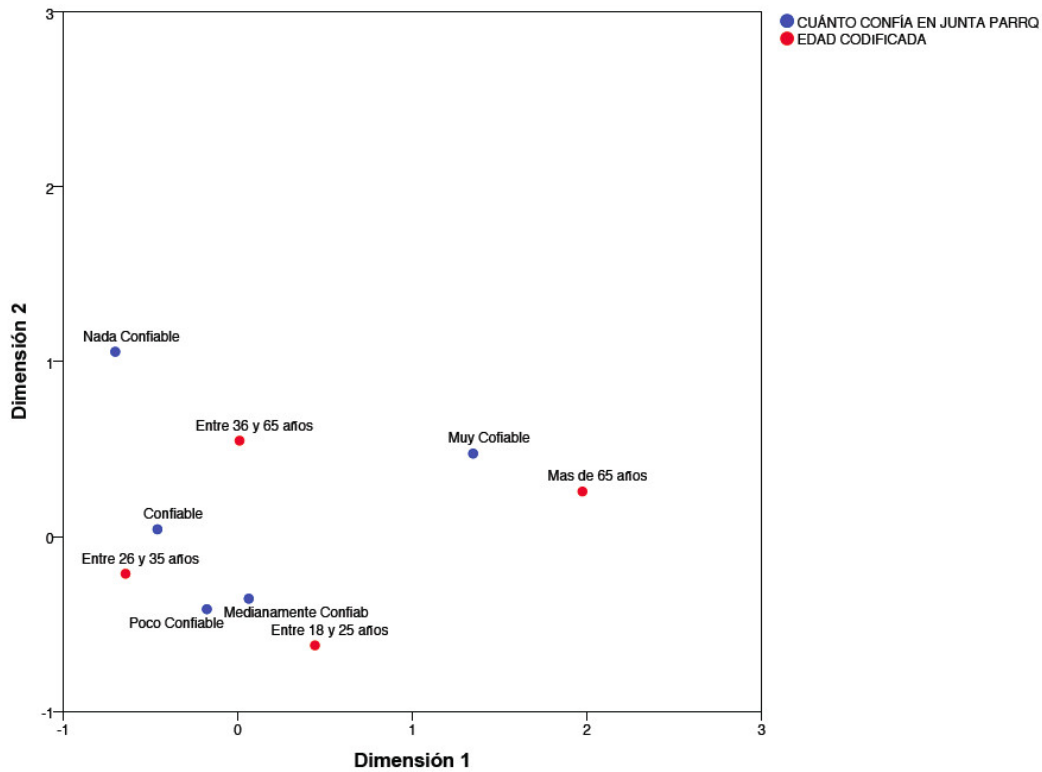


Gráfico 7: Nivel de interrelación entre edad y confianza en el GADPG

Se observa que la población posee una relación de confiabilidad que se mantiene en el medio. Este resultado repercute en la forma en la que se construye la idea del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural Guayllabamba de parte de la ciudadanía. Así, el caso de aplicación debería contener mecanismos para la mejora de la confianza a través de procesos de comunicación integrales. Por ejemplo: una agenda de las actividades o buzón de sugerencias. Además, es importante mencionar que este caso representa una oportunidad para fomentar vínculos tanto desde el Gobierno Autónomo Descentralizado como de la ciudadanía en la mejora de las condiciones y del desarrollo general de la comunidad.

Finalmente, el último caso de aplicación tiene como objetivo el reconocer la relación entre la comunicación tanto en su aspecto formal, uso, calificación y nivel de confianza teniendo en cuenta la segmentación etaria. En efecto, este caso de aplicación mantiene la relación entre los distintos actores y le permite al Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural Guayllabamba establecer las políticas de comunicación

planteadas. Así, este caso de aplicación se relaciona con la política de comunicación de planificación.

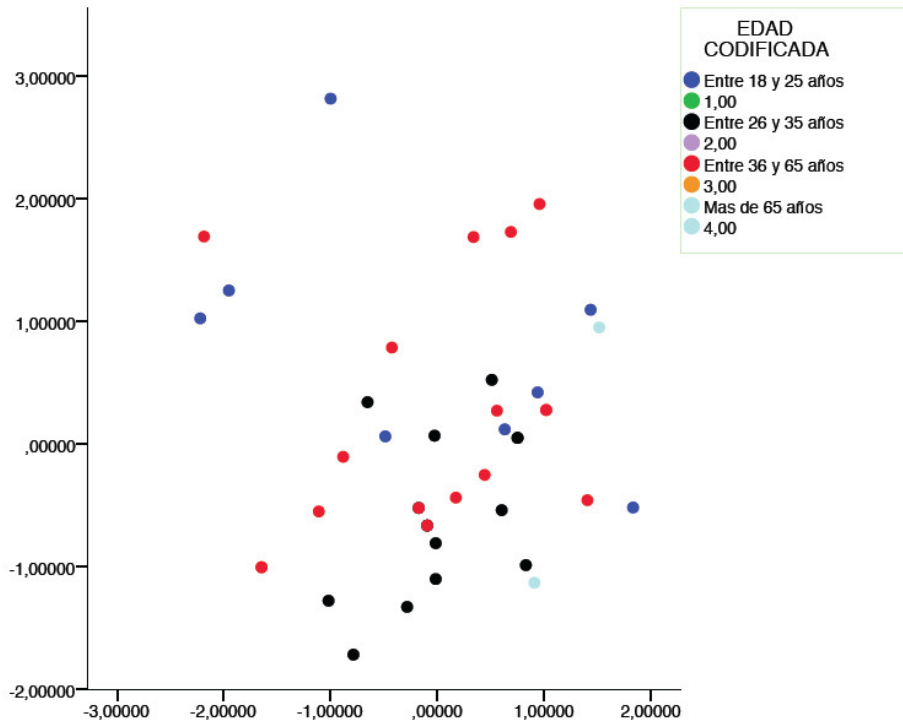


Gráfico 8 : Nivel de relacionamiento entre la ciudadanía y el GADPG según la edad

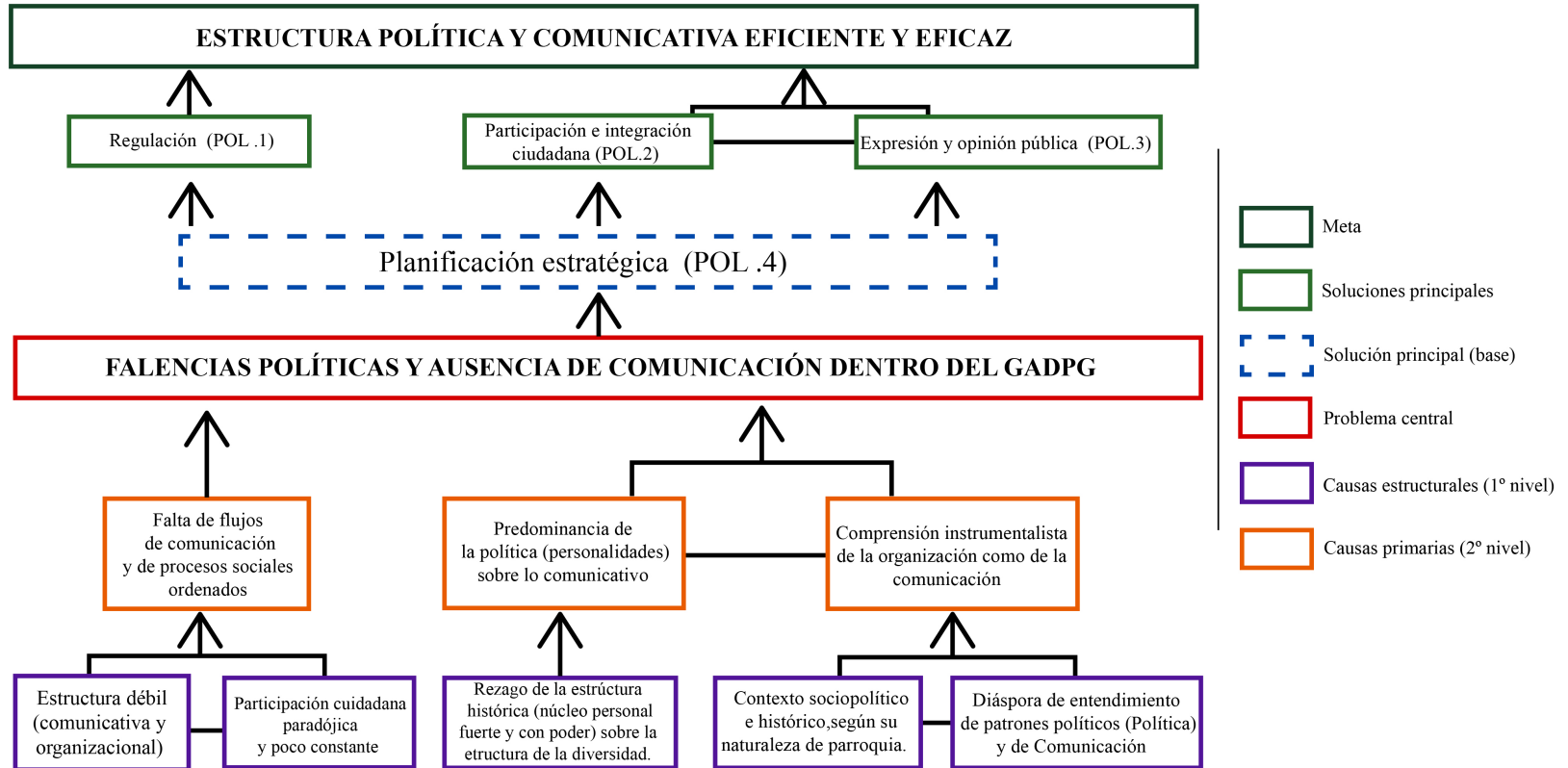
En conclusión, este caso de aplicación tiene como objetivo el de entender el nivel de relacionamiento entre los integrantes de la ciudadanía con el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural Guayllabamba. En efecto, se observa que las personas entre los 26 y 35 años edad mantienen una relación de compromiso pero de necesidad de cambio. Es por esto, que las condiciones sociales como de la cosmovisión de los integrantes de la comunidad representan una oportunidad para el cambio de acciones de parte del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural Guayllabamba. Así, las acciones que pueden ser llevadas a cabo dentro de esta última aplicación de la política se relacionan con el cumplimiento de lineamientos para la conformación de planes, estrategias y acciones a través de obras de importancia para todos los actores de la comunidad de Guayllabamba.

6.2 Matriz de planificación de políticas y estrategias de comunicación

Es importante considerar para el cumplimiento de las políticas, subpolíticas y estrategias de comunicación una matriz que permita la sistematización ordenada tanto en su construcción como su aplicación. Así, las variables a ser consideradas dentro de esta matriz son las siguientes:

1. Políticas de comunicación
2. Subpolíticas
3. Objetivos planteados en relación a las políticas de comunicación, y
4. Estrategias

Tabla 9: Antecedentes y matriz de planificación



MATRIZ DE PLANIFICACIÓN DE POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

POLÍTICA DE COMUNICACIÓN	SUBPOLITICAS	OBJETIVOS DE LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN	ESTRATEGIAS
<p align="center">Política de comunicación y regulación</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Creación de vínculos estratégicos (técnicos, administrativos y operativos) en concordancia a las normativas, políticas y planes nacionales vigentes. b. Fomentar directrices comunicativas para los procesos, internos y externos, del GADPG. c. Estatuto y normativa de comunicación estratégica y paradigmática 	<p align="center">Primer objetivo: Crear un plan político de comunicación realizable en un periodo de 5 años.</p>	<ul style="list-style-type: none"> 1. Formación de una comisión técnica en comunicación para la regulación y control de los lineamientos y estructura organizacional 2. Implementación de técnicas cualitativas (lluvia de ideas o grupos focales) para la creación de planes de comunicación 3. Plan de capacitaciones sobre formas de regulación y control aplicables al contexto

MATRIZ DE PLANIFICACIÓN DE POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN			
POLÍTICA DE COMUNICACIÓN	SUBPOLITICAS	OBJETIVOS DE LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN	ESTRATEGIAS
Política de comunicación de participación e integración de la ciudadanía	<ul style="list-style-type: none"> a. Sustitución del modelo comunicacional vigente por un modelo inclusivo b. Cambio de rol desde los actores de participación y, de la toma de decisiones c. Promover el sentimiento de pertenencia de la ciudadanía hacia sus entidades y parroquia 	<p>Segundo Objetivo: Implementar estrategias y acciones concretas para la mejora de los procesos internos y externos del GADPG.</p>	<ul style="list-style-type: none"> 1. Creación de mecanismos y herramientas que permitan el dialogo entre las distintas esferas de participación de la comunidad de Guayllabamba 2. Implementación de una agenda de actividades y de informes elaborados en conjunto entre la ciudadanía y el GADPG 3. Plan de mejora continua de los canales de comunicación existentes en el GADPG con un enfoque en nuevas tecnologías e inclusión en redes

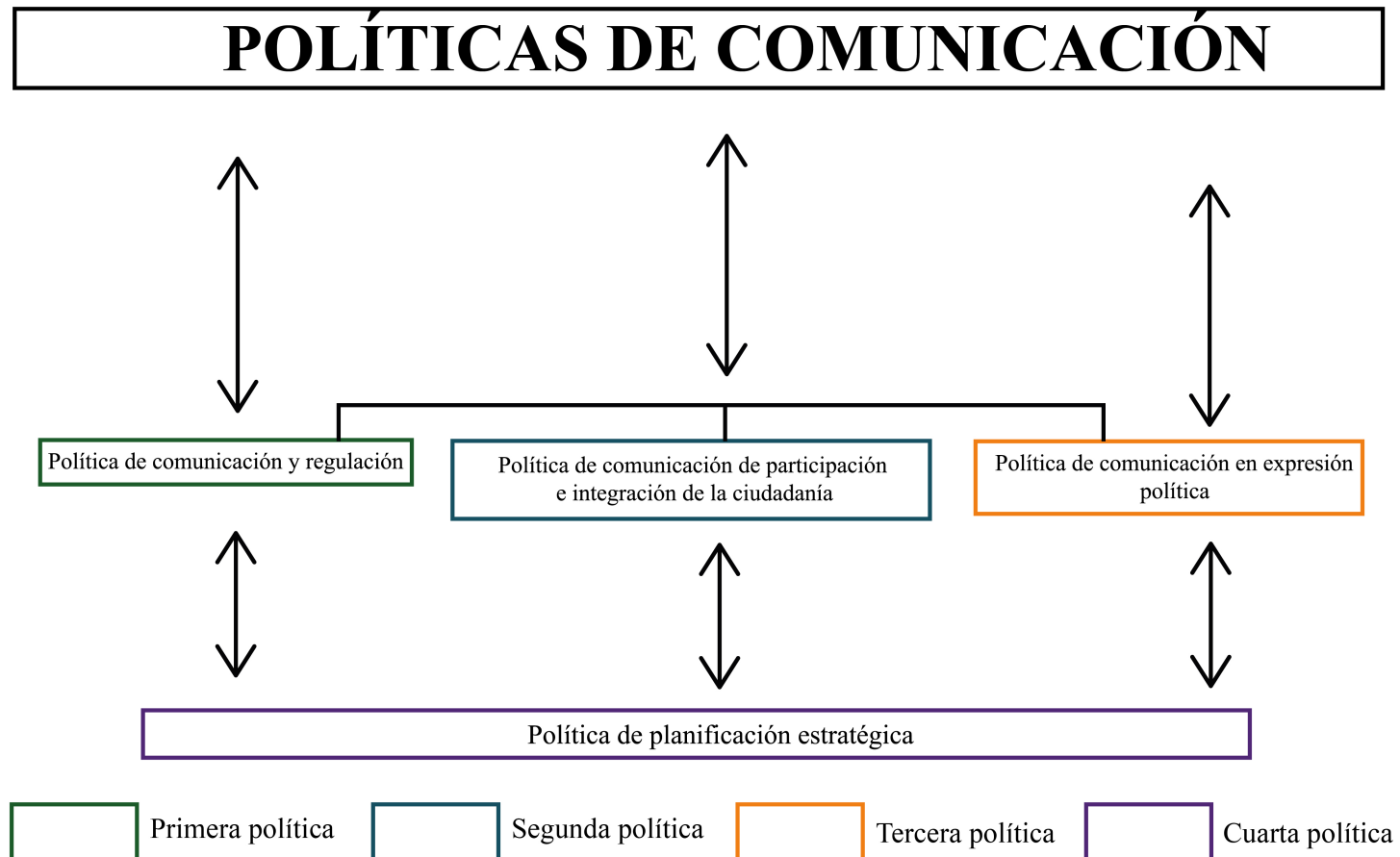
MATRIZ DE PLANIFICACIÓN DE POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

POLÍTICA DE COMUNICACIÓN	SUBPOLITICAS	OBJETIVOS DE LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN	ESTRATEGIAS
<p align="center">Política de comunicación en expresión política</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Incentivar prácticas políticas ecuanímes e inclusivas b. Manifiestar la importancia de la comunicación política en el accionar político y de representación c. Fomentar mecanismos para la viabilidad de las políticas regentes de la entidad de gobernabilidad d. Crear una atmósfera política acorde a los valores y lineamientos de la institución 	<p align="center">Tercer Objetivo: Mejorar las dinámicas y el ambiente del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural Guayllabamba.</p>	<ul style="list-style-type: none"> 1. Implementación de un proyecto de comunicación con el propósito de mejorar las condiciones políticas 2. Jornadas de capacitación sobre la construcción de discursos y técnicas de campaña 3. Creación de un plan de comunicación y modelos de aplicación a través de casos concretos para el aprendizaje de comunicación en crisis

MATRIZ DE PLANIFICACIÓN DE POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN			
POLÍTICA DE COMUNICACIÓN	SUBPOLITICAS	OBJETIVOS DE LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN	ESTRATEGIAS
Política de planificación estratégica	<ul style="list-style-type: none"> a. Hacer una estructura de planificación para los proyectos del GADPG b. Crear lineamientos y meta de cumplimiento en las diversas acciones llevadas a cabo por la entidad c. Incentivar un modelo de planificación operativo, administrativo y político según los planes nacionales vigentes d. Mantener la participación e inclusión de la ciudadanía en temas de planificación, y elaboración de las obras 	.	<ul style="list-style-type: none"> 1. Capacitaciones sobre técnicas, herramientas y metodología de planificación en un contexto político parroquial 2. Organización de jornadas inclusivas en pro de la participación de la comunidad 3. Fomentar talleres de planificación estratégica (para los miembros del GADPG) a través de alianzas con otras entidades

6.3 Árbol de políticas de comunicación

Ilustración 10: Árbol de políticas de comunicación



Política de comunicación y regulación



Fomentar directrices comunicativas para los procesos,
internos y externos, del GADPG

Creación de vínculos estratégicos
(técnicos, administrativos y operativos)
en concordancia a las normativas,
políticas y planes nacionales vigentes



Estatuto y normativa de comunicación
estratégica y paradigmática

 SUBPOLÍTICAS

 POLÍTICA

Política de comunicación de participación e integración de la ciudadanía



Cambio de rol desde los actores de participación
y, de la toma de decisiones



Sustitución del modelo comunicacional vigente,
por un modelo inclusivo



Promover el sentimiento de pertenencia de la ciudadanía
hacia sus entidades y parroquia

 SUBPOLÍTICAS

 POLÍTICA

Política de comunicación en expresión política



Incentivar prácticas políticas ecuánimes e inclusivas



Fomentar mecanismos para la viabilidad de las políticas regentes de la entidad de gobernabilidad



Manifiestar la importancia de la comunicación política en el accionar político y de representación



Crear una atmósfera política acorde a los valores, fundamentos y valores de la institución

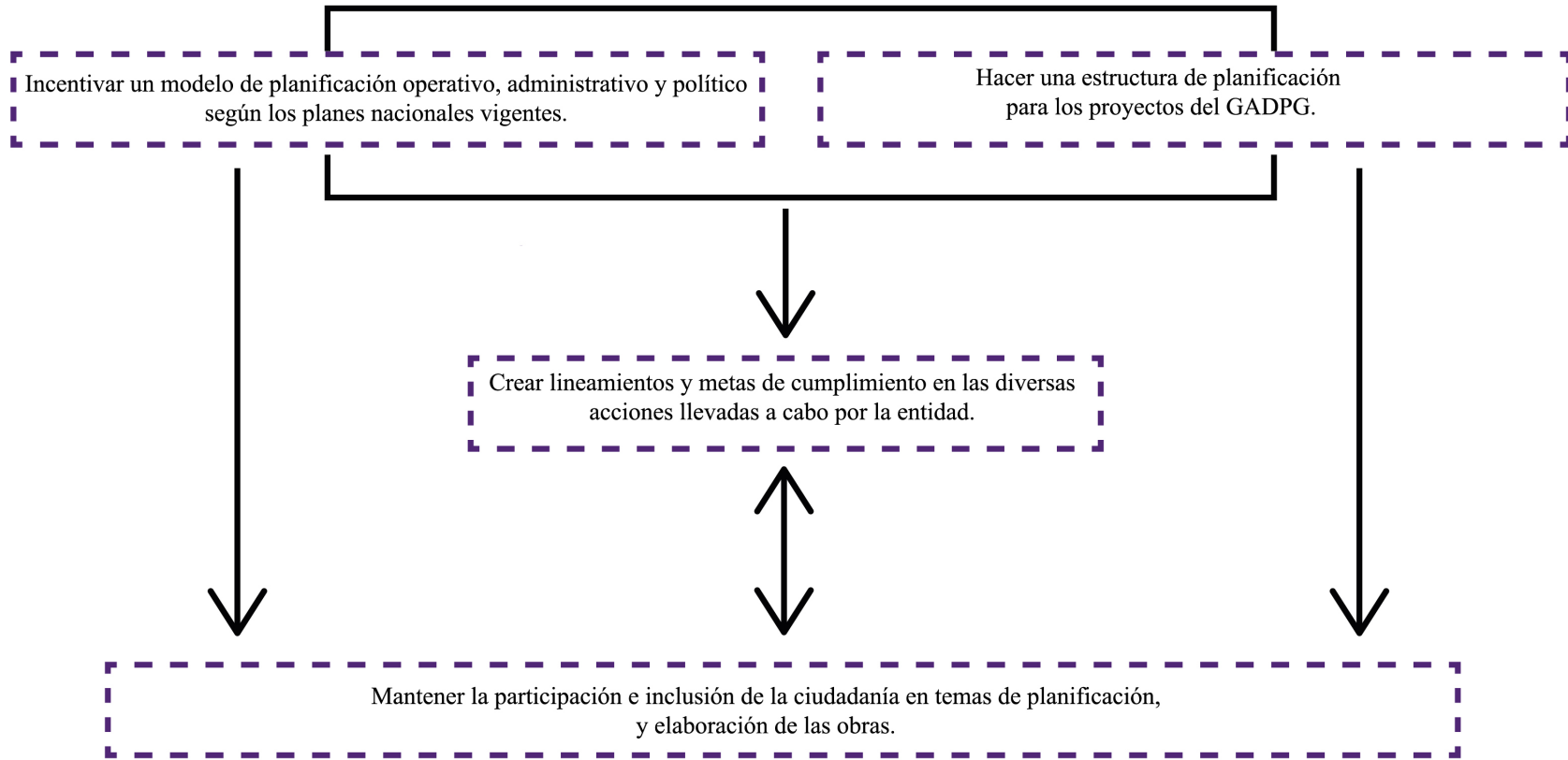


SUBPOLÍTICAS



POLÍTICA

Política de planificación estratégica



▭ SUBPOLÍTICAS

▭ POLÍTICA

Conclusiones

Las políticas de comunicación y contando con la voluntad política de los directivos deben ser tomadas en cuenta desde una dimensión participativa poniendo énfasis especial en las dinámicas existentes entre el GADPG y la ciudadanía.

Los medios de comunicación implementados por el Gobierno Autónomo Descentralizado como son la fan page de Facebook y la página web no tienen un nivel adecuado de relacionamiento y de transmisión de la información provocando una pérdida importante de creación de flujos de comunicación.

La construcción de políticas de comunicación en los siguientes campos de aplicación (regulación y control, participación e integración de la comunidad, expresión política y planificación) permiten tener una mirada holística en la mejora de los procesos futuros del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural Guayllabamba.

Las políticas de comunicación tienen un fundamento trascendental y de regente para el adecuado funcionamiento de la diferente estrategias, tácticas y acciones planteadas. Por otro lado, la elaboración de políticas de comunicación dentro de un contexto de parroquia y, en especial, de una entidad de representación ciudadana representa una oportunidad para la comprensión de la comunicación como una condicionante para el desarrollo de la sociedad desde todas las esferas de poder y representación.

El sondeo llevado a cabo en el marco de la presente disertación demostró que la comunicación depende de la brecha tecnológica existente en la zona, la comprensión de la forma de hacer comunicación de parte del GADPG y del nivel de participación como interés de la ciudadanía. Es por esto, que las políticas de comunicación, de manera conjunta, pretenden modificar los modelos e ideas sobre comunicación para estar a la base de un desarrollo sostenible de la parroquia.

Recomendaciones

Se recomienda la implementación de las políticas de comunicación como de un plan anual de comunicación para el desarrollo de las actividades, acciones y funciones de la diferentes actores políticas sin tomar en cuenta la afinidad política o partidista.

Se recomienda el respeto de las normativas mínimas para un funcionamiento adecuado del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural de Guayllabamba.

Se recomienda tener en consideración las diferencias políticas y evitar las pugnas de poder para la construcción e implementación de las políticas de comunicación.

Se recomienda modificar el modelo de comunicación presente en el GADPG por un modelo acorde al paradigma actual, y a las necesidades existentes en el comunidad.

Finalmente, se recomienda la divulgación de las políticas de comunicación como de las estrategias planteada a toda la comunidad y los integrantes del GADPG para su aprobación; teniendo en consideración la diversidad de puntos de vista de la ciudadanía de Guayllabamba para la elaboración de cualquier actividad.

Bibliografía y referencias

- Andagoya, J., & Silva, M. del R. (2014). *Diseño e implementación del departamento de Comunicación en el Gobierno Descentralizado de la Parroquia Rural de Guayllabamba (GAD-GUAYLLABAMBA)*. Universidad Politécnica Salesiana.
- Asamblea Nacional Constituyente. (2008). Constitución 2008. *Libro Incluye Las Reformas Aprobadas En El Referéndum y Consulta Popular de 7 de Mayo Del 2011*, (Constitución de la República del Ecuador), 1–216. <https://doi.org/10.1515/9783110298703.37>
- Barbero, J. M. (1978). *Comunicación masiva: Discurso y Poder* (1ª edición). Quito: Época.
- Andagoya, J., & Silva, M. del R. (2014). *Diseño e implementación del departamento de Comunicación en el Gobierno Descentralizado de la Parroquia Rural de Guayllabamba (GAD-GUAYLLABAMBA)*. Universidad Politécnica Salesiana.
- Asamblea Nacional Constituyente. (2008). Constitución 2008. *Libro Incluye Las Reformas Aprobadas En El Referéndum y Consulta Popular de 7 de Mayo Del 2011*, (Constitución de la República del Ecuador), 1–216. <https://doi.org/10.1515/9783110298703.37>
- Bauman, Z. (2013). *La cultura en el mundo de la modernidad líquida*. (L. Mosconi, Ed.) (1ª Edición). México: Fondo de Cultura Económica.
- Beltrán, L. R. (1974). *Reunión de Expertos sobre Planificación y Políticas de Comunicación en América Latina*. Colombia.
- Bertalanffy, L. (1989). General System Theory. *Teoría General de Los Sistemas*, 311. Recuperado de: http://cienciasyparadigmas.files.wordpress.com/2012/06/teoria-general-de-los-sistemas-_fundamentos-desarrollo-aplicacionesludwig-von-bertalanffy.pdf
- Boaventura, S. S. (2013). *El milenio huérfano. Ensayos para una nueva cultura política*. Bogotá. Recuperado de: https://digitum.um.es/xmlui/bitstream/10201/37830/1/19_El_milenio_huerfano.pdf
- Castells, M. (2016). *Comunicación y Poder*. Madrid: Alianza Editorial, S.A.
- Castro Sáez, B. A. (2011). Aportes de Niklas Luhmann a la teoría de la complejidad. *Polis (Santiago)*, 10(29), 283–300. <https://doi.org/10.4067/S0718-65682011000200013>
- CNRTL. (n.d.). POLITIQUE : Etymologie de POLITIQUE. Recuperado el 1 de Julio, 2018, de <http://www.cnrtl.fr/etymologie/politique>
- Cohen, D. (1988). Políticas de comunicación. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, ISSN 1390-1079, ISSN-e 1390-924X, N°. 28 (OCT-DIC), 1988, Págs. 68-71, (28), 68–71. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5791879>
- Dahl, R. A. (2007). The concept of power. *Behavioral Science*, 2(3), 201–215. <https://doi.org/10.1002/bs.3830020303>
- Delli Carpini, M. X., & Keeter, S. (1993). Measuring Political Knowledge: Putting First Things First. *Source: American Journal of Political Science*, 37(4), 1179–1206. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/2111549>
- Fernanda, C., Preciado, P., & Marín, L. F. (2008). Comunicación Política y Política de Comunicación Organizacional en la PSD del Gobierno de Álvaro Uribe Vélez. Recuperado de: <http://javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis129.pdf>
- Foucault, M. (1982). The Subject and Power. *Critical Inquiry*, 8(4), 777–795. <https://doi.org/10.1086/448181>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural Guayllabamba. (2018). Recuperado el 3 de Junio, de <http://gadguayllabamba.gob.ec/>
- Gobierno de Pichincha. (2015). Actualización de plan de desarrollo y ordenamiento territorial Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Guayllabamba 2015 -2019. Quito : Gobierno de Pichincha . Recuperado de: http://181.112.151.230:8081/attachments/download/629/PDOT_GUAYLLABAMBA_2015.pdf
- Gobierno Parroquial Rural Guayllabamba. Reglamento Orgánico Funcional del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de Guayllabamba (2014). Ecuador.
- González, A. (2010). La importancia de la comunicación de las políticas públicas. *Más Poder Local* , (31), 6–7. Recuperado de:

- <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5962950>
- Gumucio Dagon, A. (2004). El cuarto mosquetero: la comunicación para el cambio social. *Investigación & Desarrollo. Redalyc*, 12(1), 2–23. Recuperado de: www.redalyc.org/articulo.oa?id=26800101%0ACmo
- Habermas, J. (1981). *Historia y crítica de la opinión pública* (2ª edición). Barcelona: Gustavo Gili S.A.
- Heras Gómez, L. (2002). Cultura Política: el Estado del arte contemporáneo. *Convergencia*, 9(30), 18. Retrieved from <http://www.redalyc.org/html/105/10503014/>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ª edición). México D.F: Mc GrawHill Education.
- La communication politique: Le Politiste. (n.d.). Recuperado el 2 de Septiembre, 2018, de <http://www.le-politiste.com/la-communication-politique/>
- Leyval-Granger, A. (1999). La communication locale : entre service public et promotion politique. *Communication et Langages*, 120(1), 41–54. <https://doi.org/10.3406/colan.1999.2925>
- López Ramírez, O. (1998). EL PARADIGMA DE LA COMPLEJIDAD EN EDGAR MORIN. *Revista Departamento de Ciencias*, 17. Recuperado de: <http://bdigital.unal.edu.co/11086/1/01235591.1998.pdf>
- Martín Barbero, J. (1998). *De los medios a las mediaciones*. (Secretaría Ejecutiva del Convenio Andrés Bello, Ed.) (5ª Edición). Santafé de Bogotá: Editorial Gustavo Gili, S.A.
- Martín Serrano, Manuel, Piñuel Raigada, José Luis, Gracia Sanz, Jesús, A. F. M. A. (1982). *Cuadernos de Comunicación*. (A. Corazón, Ed.) (2ª Edición). Madrid: Valencia S.A.
- Mazzoleni, G. (2010). *La Comunicación política*. (J. Linares de la Puerta, Ed.) (2ª Edición). Madrid: Alianza Editorial, S.A.
- Monzón, C. (2006). *Opinión pública, comunicación y política*. (Editorial Tecnos, Ed.) (2ª Edición). Madrid: Grupo Anaya S.A.
- Napolitano, A. (2010). Democracia y responsabilidad política. *Nueva Serie*, 10(1), 249–278.
- Pérez González, R. A. (2008). *Estrategias de comunicación* (4ª edición). España: Book Print Digital.
- Pineda de Alcázar, M. (2001). Las teorías clásicas de la comunicación: Balance de sus aportes y limitaciones a la luz del siglo XXI. *Opción*, 36(36), 11–29.
- Santos, B. D. S. (2011). Introducción: las epistemologías del sur. *Foro de Davos*, 9–22.
- Schenoni, L. L. (2007). EL CONCEPTO DE LO POLÍTICO EN NICOLÁS MAQUIAVELO. *Andamios*, 4(7), 207–226. Recuperado de: <http://www.scielo.org.mx/pdf/anda/v4n7/v4n7a8.pdf>
- Scolari, C., & Kuklinski Pardo, H. (2009). Web 2.0: Caos Conceptual y nuevos mitos en el discurso cibercultural. In F. Sierra Caballero (Ed.), *IX Congreso Iberoamericano de Comunicación: Ibercom 06: Iberoamérica: comunicación, cultura y desarrollo en la era digital*. (p. 15). Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Tello Charún, M. (2009). Perú: Políticas de comunicación en la primera década del siglo XXI. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 155, 32–39.
- Uranga, W., & Bruno, D. (2009). *El sentido de las técnicas en el diagnóstico desde la comunicación*. La Plata.
- Watzlawick, P., Hermick Beavin, J., & Jackson, D. D. (1985). *La comunicación paradójica. Teoría de la Comunicación Humana. Interacciones, patologías y paradojas* (4ª Edición). Barcelona: Editorial Herder. Recuperado de: <http://primeravocal.org/wp-content/uploads/2011/05/Watzlawick-Paul-Teoria-De-La-Comunicacion-Humana3.pdf>

ANEXOS

Anexo 1: Sondeo de opinión

Sondeo de Opinión: Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural Guayllabamba

El presente sondeo es para conocer su percepción sobre la Junta Parroquial o GAD.

De antemano agradecemos su participación, y queremos rectificar que las respuestas serán utilizadas puramente con fines académicos.

*Obligatorio

Datos demográficos

* Por favor, en todas las preguntas a continuación solo puede elegir una respuesta.

1. Género *

Marca solo un óvalo.

- Mujer
 Hombre

2. Edad *

Marca solo un óvalo.

- Entre 18 a 25 años
 Entre 26 a 35 años
 Entre 36 a 65 años
 Más de 65 años

Reconocimiento de la Junta Parroquial de Guayllabamba

*Por favor, puede elegir solo una respuesta por pregunta

3. ¿Conoce la Junta Parroquial de Guayllabamba? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No Deja de rellenar este formulario.

Deja de rellenar este formulario.

Percepción de la Junta Parroquial de Guayllabamba

4. Según usted, ¿es importante tener una Junta Parroquial en Guayllabamba? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

5. Según usted, ¿cómo calificaría a la Junta Parroquial de Guayllabamba? *

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Muy mala	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy buena

Canales de comunicación

*Por favor, puede elegir solo una respuesta por pregunta

6. Principalmente, ¿cómo se entera de lo que hace la Junta Parroquial de Guayllabamba? *

Marca solo un óvalo.

- Por su familia
- Por sus vecinos
- Por sus amigos/as
- Redes sociales (Facebook, Whatsapp)
- Otro: _____

7. Si usted quisiera comunicarse con la Junta Parroquial de Guayllabamba, ¿cómo lo haría? *

Marca solo un óvalo.

- Por teléfono
- Por redes sociales (Facebook o Whatsapp)
- Visitando las oficinas en Guayllabamba
- A través de la página web de la Junta Parroquial de Guayllabamba
- Otro: _____

8. Cree usted, ¿qué existe comunicación entre la Junta Parroquial de Guayllabamba y la población? *

Marca solo un óvalo.

- Sí
- No

Credibilidad de los mensajes

*Por favor, puede elegir solo una respuesta por pregunta

9. ¿Ha visitado la página web de la Junta Parroquial de Guayllabamba? *



Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

10. ¿Ha visitado la página de Facebook de la Junta Parroquial de Guayllabamba? *



Marca solo un óvalo.

- Sí
 No

11. ¿Qué tan confiable es para usted la Junta Parroquial de Guayllabamba? *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

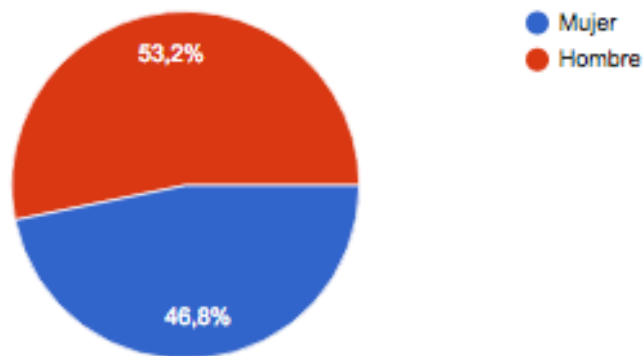
Nada confiable Muy Confiable

Anexo 2: Resultados sondeo de opinión

Datos demográficos

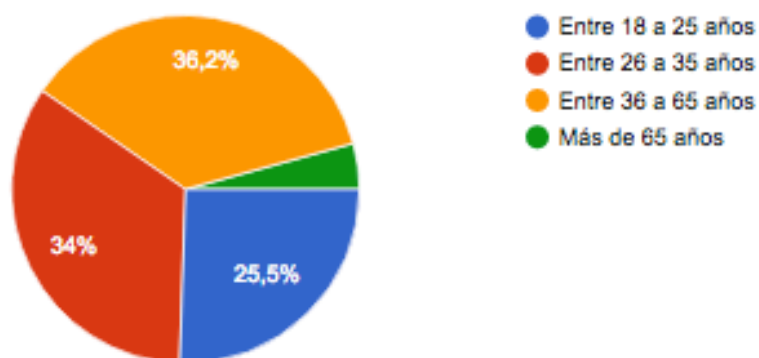
Género

47 respuestas



Edad

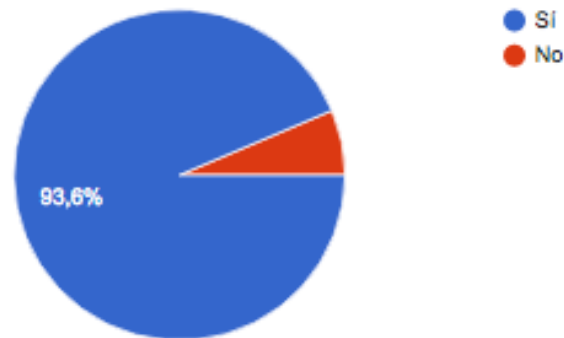
47 respuestas



Reconocimiento de la Junta Parroquial de Guayllabamba

¿Conoce la Junta Parroquial de Guayllabamba?

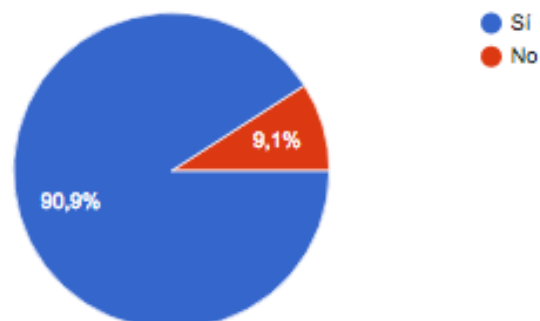
47 respuestas



Percepción de la Junta Parroquial de Guayllabamba

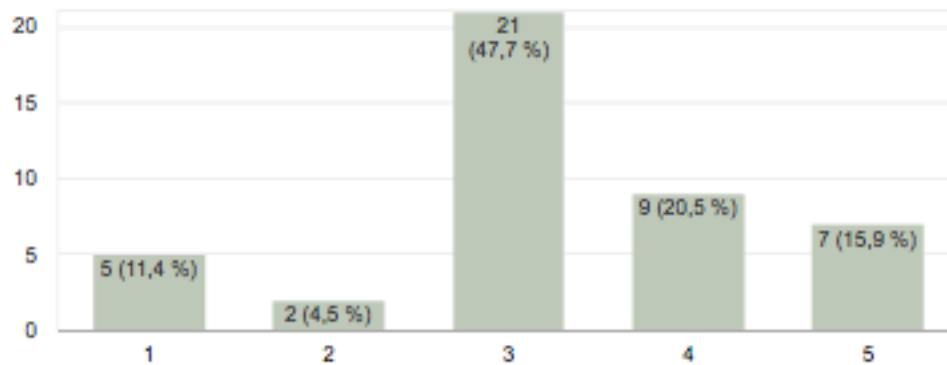
Según usted, ¿es importante tener una Junta Parroquial en Guayllabamba?

44 respuestas



Según usted, ¿cómo calificaría a la Junta Parroquial de Guayllabamba?

44 respuestas



Canales de comunicación

Principalmente, ¿cómo se entera de lo que hace la Junta Parroquial de Guayllabamba?

44 respuestas



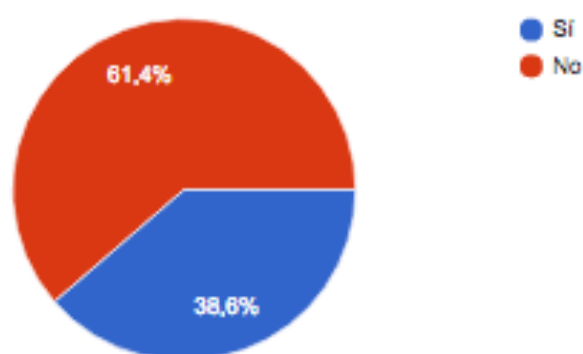
Si usted quisiera comunicarse con la Junta Parroquial de Guayllabamba, ¿cómo lo haría?

44 respuestas



Cree usted, ¿qué existe comunicación entre la Junta Parroquial de Guayllabamba y la población?

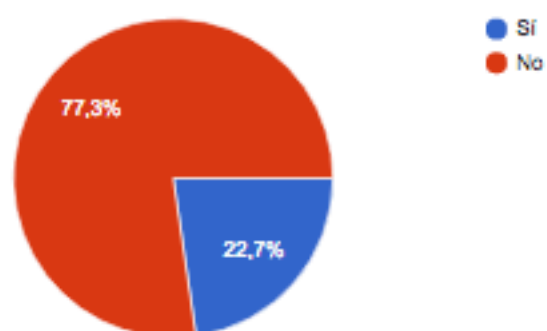
44 respuestas



Credibilidad de los mensajes

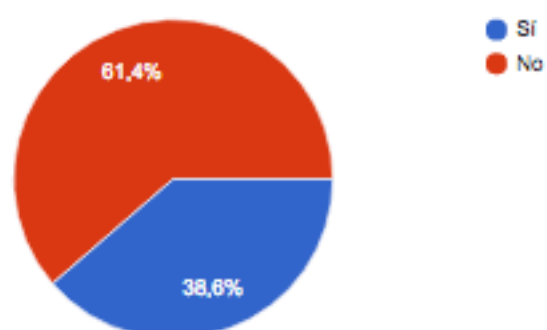
¿Ha visitado la página web de la Junta Parroquial de Guayllabamba?

44 respuestas



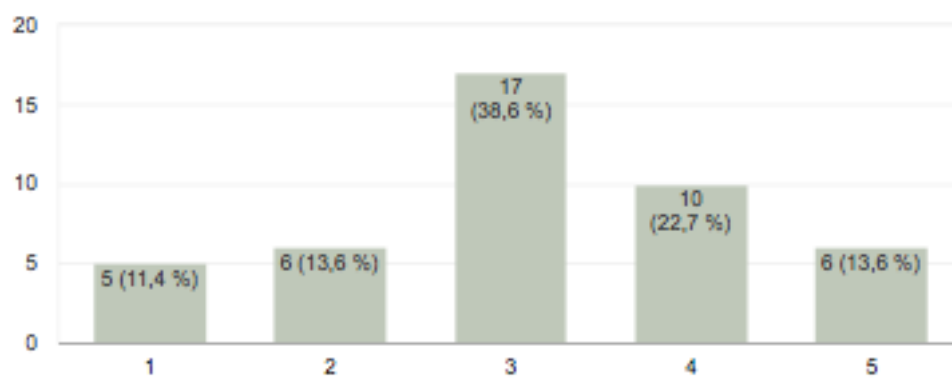
¿Ha visitado la página de Facebook de la Junta Parroquial de Guayllabamba?

44 respuestas



¿Qué tan confiable es para usted la Junta Parroquial de Guayllabamba?

44 respuestas



Anexo 3: Corrida estadística del sondeo de opinión

Tabla personalizada 1

				CALIFICACIÓN
				Muy mala
				% del N de la columna
EDAD CODIFICADA	Entre 18 y 25 años	GÉNERO ENCUESTADO	Hombre	0,0%
			Mujer	100,0%
	Entre 26 y 35 años	GÉNERO ENCUESTADO	Hombre	100,0%
			Mujer	0,0%
	Entre 36 y 65 años	GÉNERO ENCUESTADO	Hombre	0,0%
			Mujer	100,0%
	Mas de 65 años	GÉNERO ENCUESTADO	Hombre	0,0%
			Mujer	0,0%

Tabla personalizada 1

				CALIFICACIÓN
				Mala
				% del N de la columna
EDAD CODIFICADA	Entre 18 y 25 años	GÉNERO ENCUESTADO	Hombre	0,0%
			Mujer	100,0%
	Entre 26 y 35 años	GÉNERO ENCUESTADO	Hombre	0,0%
			Mujer	0,0%
	Entre 36 y 65 años	GÉNERO ENCUESTADO	Hombre	100,0%
			Mujer	0,0%
	Mas de 65 años	GÉNERO ENCUESTADO	Hombre	0,0%
			Mujer	0,0%

Tabla personalizada 1

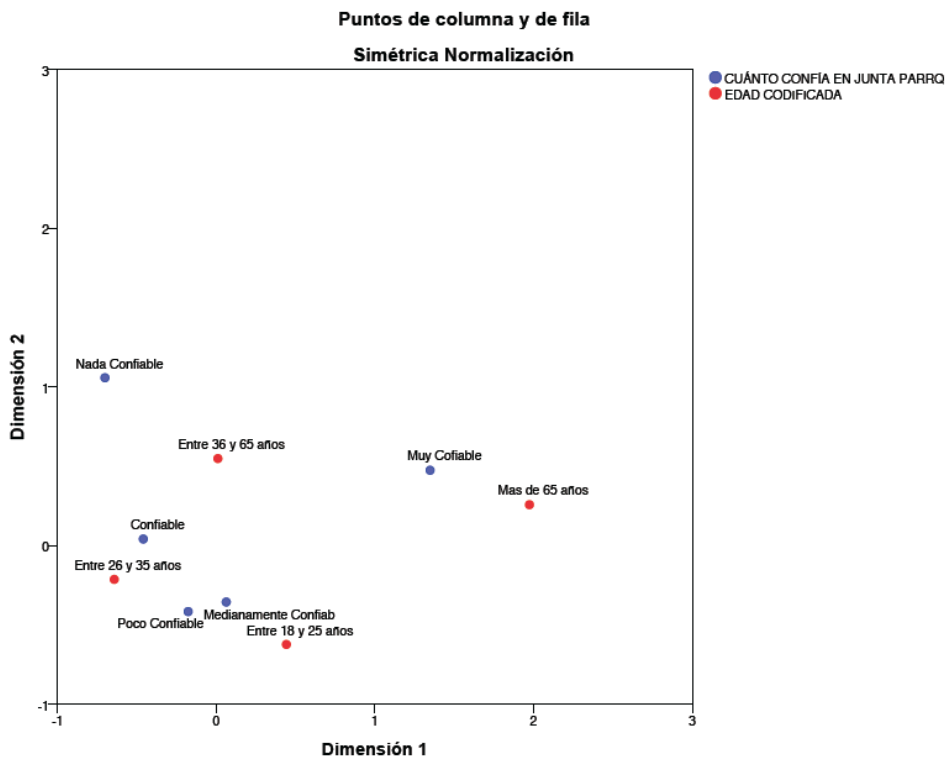
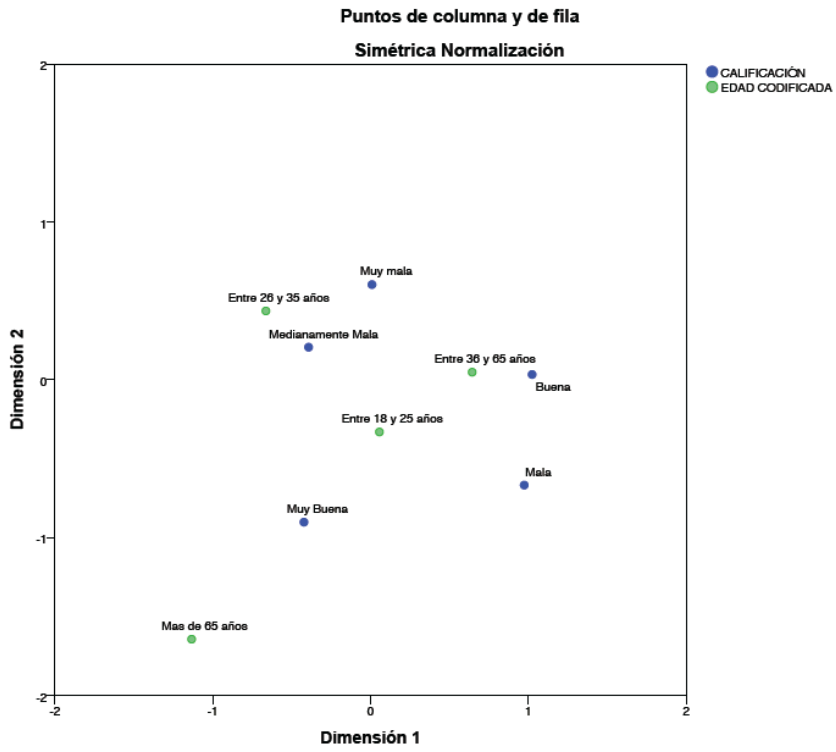
				CALIFICACIÓN
				Medianament e Mala
				% del N de la columna
EDAD CODIFICADA	Entre 18 y 25 años	GÉNERO ENCUESTADO	Hombre	80,0%
			Mujer	20,0%
	Entre 26 y 35 años	GÉNERO ENCUESTADO	Hombre	44,4%
			Mujer	55,6%
	Entre 36 y 65 años	GÉNERO ENCUESTADO	Hombre	33,3%
			Mujer	66,7%
	Mas de 65 años	GÉNERO ENCUESTADO	Hombre	100,0%
			Mujer	0,0%

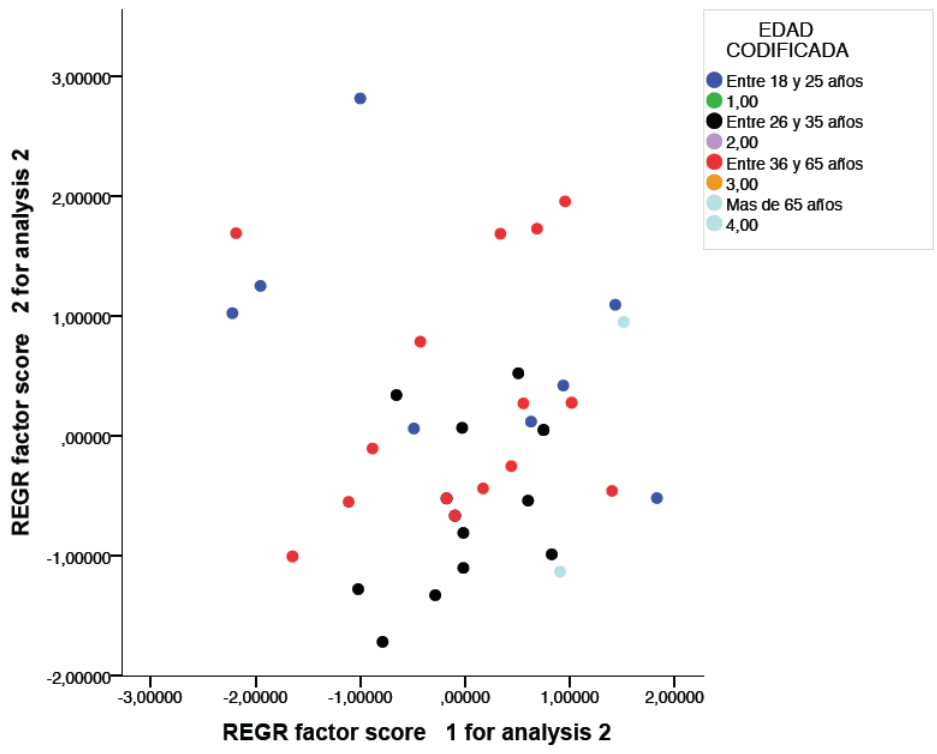
Tabla personalizada 1

				CALIFICACIÓN
				Buena
				% del N de la columna
EDAD CODIFICADA	Entre 18 y 25 años	GÉNERO ENCUESTADO	Hombre	0,0%
			Mujer	100,0%
	Entre 26 y 35 años	GÉNERO ENCUESTADO	Hombre	0,0%
			Mujer	100,0%
	Entre 36 y 65 años	GÉNERO ENCUESTADO	Hombre	66,7%
			Mujer	33,3%
	Mas de 65 años	GÉNERO ENCUESTADO	Hombre	0,0%
			Mujer	0,0%

Tabla personalizada 1

				CALIFICACIÓN
				Muy Buena
				% del N de la columna
EDAD CODIFICADA	Entre 18 y 25 años	GÉNERO ENCUESTADO	Hombre	100,0%
			Mujer	0,0%
	Entre 26 y 35 años	GÉNERO ENCUESTADO	Hombre	100,0%
			Mujer	0,0%
	Entre 36 y 65 años	GÉNERO ENCUESTADO	Hombre	50,0%
			Mujer	50,0%
	Mas de 65 años	GÉNERO ENCUESTADO	Hombre	100,0%
			Mujer	0,0%





Anexo 4: Transcripción entrevista a profundidad

Transcripción: Entrevista Sr. Luis Guaytarilla, Presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado de Guayllabamba

Entrevista por teléfono

Fecha: 25 de julio de 2018

Hora: 14:50 pm

Duración: 5:37 minutos

Entrevistado: Sr. Luis Guaytarilla, Presidente del Gobierno Autónomo Descentralizado de Guayllabamba

Objetivo: Conocer y analizar el manejo de la comunicación dentro del Gobierno Autónomo Descentralizado de Guayllabamba de parte del Presidente vigente.

E: ¿Cómo se maneja la comunicación dentro del GAD?

L.G: Y también tenemos en Facebook tenemos del GAD Parroquial eso son los dos únicos medios de difusión. Y a veces cuando es necesario solo a través de un contacto de whatsapp que tengo. De ahí eso son las únicas maneras de los medios de comunicación

E: De acuerdo Sr. Guaytarilla. Un favor me permite grabar este audio

L.G: Claro, no hay problema

E: Listo, muy amable. Entonces como estaba mencionando tienen la página de Facebook y la página oficial, la página web.

L.G: Sí

E: Considera usted que la página web oficial del GAD, ¿crea vínculos entre el GAD y la ciudadanía de Guayllabamba?

L.G: Bueno, o sea aquí hemos hecho un análisis de eso, no. O sea lo jóvenes, o sea quienes están más cerca a la tecnología pues son los que están. De ahí la mayoría de población no les interesa o no tienen acceso a esa información por eso es que muy poco

se difunde a través de Facebook. Y la otra de la página web, bueno eso ya es lo que oficialmente por ley debemos cumplir con esa publicación.

E: Perfecto, Sr. Guaytarilla. Y una pregunta más relacionándonos a la página de Facebook, yo estos días he estado revisando su página de Facebook y he visto que suben información referente al GAD a los proyectos que están haciendo y a un financiamiento que recibió el GAD, ¿Cuál cree que es la funcionalidad de la página de Facebook? ¿Informar a la comunidad? o más bien es un medio para que ustedes se enteren de los problemas o las necesidades que tiene la comunidad

L.G: No al menos en mi caso, a mi no me interesa de los problemas ajenos a parte de aquí. A mi lo que me interesan son o sea saber directamente de aquí de la comunidad. Por ejemplo en mi caso como Presidente yo estoy un contacto más directo con la comunidad por que yo siempre estoy realizando las reuniones continuamente. Entonces ahí es dónde yo directamente tengo conocimiento y me informo de todos los problema. Y de ahí también lo que se utiliza de repente para cualquier publicación. Por ejemplo, ahorita estamos necesitando un maestro albañil; entonces hacemos la publicación invitando a las personas interesadas. Pero no, no surte mucho efecto, por ejemplo, tenemos tres inscritos aquí, tres personas que han presentado carpeta en eso. Igual se hizo un, por el día del niño, un evento, no. Y se hizo la publicación solo a través de ese medio y, nosotros el proyecto era para 400 niños, y asistieron solo 134 niños. Entonces es de que no, no la gente no tiene conocimiento o no le interesa ese medio de comunicación que tenemos.

E: Ahora una pregunta, ¿considera que existe una política de comunicación dentro de Junta Parroquial?

L.G: Bueno la comunicación, o sea lo hacemos más que todo a los entes de control como es: Consejo de Participación Ciudadana, SENPLADES, Ministerio de Finanzas, Banco Central y cuando nos citan a la Contraloría, o sea allá es donde más. Y de ahí, aquí en las asambleas pues que se realizan ahí se informa de todo y, también, en las reuniones que se realizan en los barrios, entonces ahí lo que compete a cada barrio. Y cuando son así proyectos de interés de la Parroquia, ahí se les informa. Por ejemplo, ahorita estamos en el proyecto asimismo de la competencia de recolección de basura. Entonces, como un tipo de socialización en los barrios directamente para saber el criterio de la comunidad.

E: Y, ¿cree usted que la participación ciudadana, en el caso de Junta Parroquial de Guayllabamba, es constante o no necesariamente?

L.G: A parte de ser importante es una obligación que como entidad pública tenemos que informar, de todo, presupuesto, obras, inversión, todo, todo.

E: Y, para concluir esta corta entrevista. ¿ cree que una política de comunicación vista desde la estrategia ,como para englobar todo lo que hace el GAD, es necesario para la Junta Parroquial de Guayllabamba?

L.G: Bueno verá o sea aquí el primer año de administración se elaboró una revista de información

E: Ya

L.G: Pero lo que pasa de que en ocasiones se torna político. Lo que se informa es de los proyectos, de la ejecución, de las obras sobre eso. Y a veces a los vocales más como que quieren ellos estar ahí con las fotos, y esa no es la finalidad, sino es de informar. Por eso es inclusive que ellos el presupuesto 2017 no me aprobaron para hacer una revista de información porque dijeron que ellos no estaban en las fotos. Entonces les dije lamentablemente aquí no estamos haciendo uniforme o una imagen de los vocales, más bien de las actividades que realizamos.

E: Muchas por su ayuda, Sr. Guaytarilla.

L.G: No hay de qué.