

Estrategias de comunicación y etnodesarrollo en San Andrés de Canoa

Elisa Escobar



UNIVERSIDAD ANDINA
SIMÓN BOLÍVAR
Ecuador

Serie Magíster

Estrategias de comunicación y etnodesarrollo en San Andrés de Canoa

Elisa Escobar



UNIVERSIDAD ANDINA
SIMÓN BOLÍVAR
Ecuador

Serie Magíster
Vol. 373

Estrategias de comunicación y etnodesarrollo en San Andrés de Canoa
Elisa Escobar

Primera edición

Producción editorial: Jefatura de Publicaciones
Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador
Annamari de Piérola, jefa de Publicaciones
Shirma Guzmán P., asistente
Patricia Mirabá T., secretaria

Corrección de estilo: Gabriela Cañas
Diseño de la serie: Andrea Gómez y Rafael Castro
Impresión: Fausto Reinoso Ediciones
Tiraje: 120 ejemplares

ISBN Universidad Andina Simón Bolívar,
Sede Ecuador: 978-9942-641-57-1
© Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador
Toledo N22-80
Quito, Ecuador
Teléfonos: (593 2) 322 8085, 299 3600 • Fax: (593 2) 322 8426
• www.uasb.edu.ec • uasb@uasb.edu.ec

La versión original del texto que aparece en este libro fue sometida a un proceso de revisión por pares, conforme a las normas de publicación de la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.

Impreso en Ecuador, junio de 2024

Título original:
Diseño de estrategias de comunicación para dinamizar la interacción
y desarrollo en la parroquia San Andrés de Canoa

Tesis para la obtención del título de magíster en Comunicación Estratégica
Autora: Anahí Elisa Escobar Moreira
Tutor: Ángel Hernán Reyes Aguinaga
Código bibliográfico del Centro de Información: T-3887

CONTENIDOS

AGRADECIMIENTOS	5
INTRODUCCIÓN	7

Capítulo primero

COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA Y ENACTIVA PARA EL CAMBIO SOCIAL	11
COMUNICACIÓN: ELEMENTO DINAMIZADOR DE LA INTERACCIÓN SOCIAL Y DESARROLLO LOCAL	11
LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA: GENERADORA DE ESPACIO DE DIÁLOGO SOCIAL	17

Capítulo segundo

DIAGNÓSTICO SOCIOCOMUNICACIONAL DE LA PARROQUIA SAN ANDRÉS DE CANOA	25
ANTECEDENTES HISTÓRICOS, DIMENSIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL DE LA PARROQUIA	25
METODOLOGÍA	30

Capítulo tercero

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN PARA CANOA	37
DIAGNÓSTICO E IDENTIFICACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA COMUNICACIONAL	37
ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA GENERAR ESPACIOS DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA	43
Objetivo general	44
Objetivos específicos	44
Actores	44
Mensaje	45
Estrategias	46
Cronograma	50
Presupuesto referencial	51
Metodología de evaluación de la propuesta de comunicación estratégica	54

CONCLUSIONES	59
--------------------	----

RECOMENDACIONES 65
REFERENCIAS 67
ANEXOS 71

AGRADECIMIENTOS

A todas las personas que han sido parte de este camino académico, pues constituyen una pieza fundamental en mi formación.

A la familia y los amigos, por ser día a día la luz que me guía, por darme ánimos para continuar y luchar para alcanzar mis metas; sus brazos son un bálsamo frente a los huracanes de la vida.

A mi abuelita, por enseñarme que la única traba para seguir mis sueños es el miedo.

A los catedráticos de la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, por los conocimientos impartidos, por su esfuerzo para subsanar los conflictos que surgieron durante la pandemia de COVID-19; a pesar de todo, nos proporcionaron herramientas metodológicas que nos permitieron desarrollar el pensamiento crítico y enriquecer el conocimiento.

A mis compañeros, por su camaradería y colaboración en este proceso de enseñanza aprendizaje.

A los miembros de la parroquia San Andrés de Canoa, por su colaboración con el acceso a la información necesaria para la realización de este proyecto.

Gracias por su granito de arena, por ser y por estar.

INTRODUCCIÓN

La comunicación para el desarrollo es un tema que ha adquirido mucha importancia académica y se ha convertido en un área relevante dentro de espacios internacionales como las Naciones Unidas, desde donde se ha difundido una serie de documentos que enfatizan la relevancia de la comunicación en los procesos de desarrollo, especialmente en países catalogados del tercer mundo.

Ante la relevancia adquirida por la comunicación en la planificación para el desarrollo, es indispensable socializarla masivamente, al igual que patentizar su función como generadora de espacios de encuentro entre habitantes, asociaciones sociales, gobiernos, empresas públicas y privadas, para posibilitar diálogos y debates que logren consensos de beneficio común y el buen vivir de la mayoría.

Beltrán (1993) especifica que la importancia de la comunicación orientada al desarrollo radica en la capacidad de «los medios para crear una atmósfera pública favorable al cambio, la que se considera indispensable para la modernización de sociedades tradicionales por medio del progreso tecnológico y el crecimiento económico»; desde este enfoque, la comunicación se piensa como un proceso multidireccional entre los actores sociales que tiende a producir una interacción fluida frente a temas relevantes de interés general, ya sea para legitimar ciertas acciones o para lograr resolver problemas comunes.

La posibilidad de expresarse con libertad sobre los problemas que afectan el bienestar de la comunidad garantiza el éxito de los programas

de desarrollo implantados; analizar la realidad, puntualizar las fortalezas y carencias presentes permite instaurar procesos de desarrollo sostenibles que deben asentarse en estrategias de comunicación efectivas, de manera que la ciudadanía ejerza su participación decisiva que dinamice las acciones que se apliquen para el mejoramiento de la comunidad.

Frente a esta realidad, pensadores de la comunicación han enfocado sus estudios a esta área dando cabida a nuevas perspectivas, labores y acciones de la comunicación para el desarrollo, especialmente en Latinoamérica. Esta región cuenta con una realidad particular, marcada por la heterogeneidad cultural y alimentada por tradiciones históricas y saberes ancestrales; en este sentido, han surgido ideas, conceptos y teorías de comunicación para otro enfoque de desarrollo diferente al europeo o al anglosajón.

La necesidad de pensar a la comunicación desde este lado del mundo ha generado conceptos propios que responden a la complejidad presente, evitando modelos de desarrollo o de comunicación ajenos a la realidad diversa de Latinoamérica.

Los modelos de comunicación importados no responden de manera efectiva en la realidad latinoamericana debido a la homogeneidad con la que suelen mirar a los grupos humanos, ubicando a la audiencia como una masa uniforme, sin considerar la diversidad de características propias, aún más en Latinoamérica donde convergen una considerable cantidad de culturas. Un modelo alternativo de comunicación se enfoca en propiciar diálogo en todos los niveles, de manera que sea posible «reconocer los problemas más importantes y encontrar un terreno de acción común, y crea un clima de identificación y participación para poner en práctica sus decisiones» (Fraser y Viller 1992).

Consultar con los ciudadanos permite tener en cuenta «sus necesidades, actitudes y conocimientos tradicionales al determinar y formular programas de desarrollo» (Fraser y Viller 1992). Si el rol de los gobiernos se enfoca en el fortalecimiento y desarrollo de la comunidad, un correcto nivel de comunicación genera confianza, simpatía y credibilidad entre los ciudadanos, representantes y demás actores de una sociedad.

La comunicación al fomentar este diálogo pone en marcha el intercambio de ideas al igual que la capacidad para generar debate, la comprensión de los procesos políticos, la confianza y la generación de acciones conjuntas, a fin de alcanzar un cambio significativo basado en

su propia cultura, experiencia histórica, recursos reales y potenciales, adaptados a sus valores y aspiraciones.

Bajo estas consideraciones se ha elaborado el presente estudio, enfocado en proponer el diseño de estrategias de comunicación como elemento dinamizador de la interacción y el desarrollo en la parroquia San Andrés de Canoa, teniendo en cuenta sus características sociales, culturales y territoriales, para fomentar la interrelación y el diálogo entre los actores.

En este sentido, se plantea a modo de pregunta investigativa: ¿cómo puede la comunicación dinamizar los proyectos de etnodesarrollo en la parroquia San Andrés de Canoa? Se precisa así el problema comunicacional central, la pasividad presente en los procesos comunicativos de los diversos actores sociales, así como el distanciamiento que esta realidad genera, perjudicando así los procesos de desarrollo, ya que al limitarse los espacios de interacción social se crea una brecha entre los habitantes y las autoridades, generando acciones de desarrollo aisladas que, en lugar de ser significativas para el bien común, atrasan el progreso de la parroquia.

El objetivo principal de este trabajo es identificar las falencias vigentes en los procesos de comunicación como factores que coartan el desarrollo de la parroquia; en este sentido, reconocer los esquemas comunicativos presentes e identificar aquellos que, al no existir o ser ejecutados de manera inadecuada, ralentizan los proyectos de desarrollo local.

Como consecución del objetivo medular mencionado, se plantean propósitos específicos que se trazan como directrices; en un primer momento, analizar el tipo de relaciones existentes entre los diversos actores sociales, de manera que sea evidente la empatía o antipatía entre ellos, en miras de poder determinar las estrategias, técnicas y herramientas comunicacionales adecuadas en cada espacio de relación.

En suma, al esbozar dicho objetivo se plantea determinar los procesos sociales que fomenten el diálogo entre los diversos grupos sociales, habitantes en general y las autoridades locales, de manera que sea plausible generar espacios de interacción social entre los actores con el fin de subsanar los problemas existentes dentro de la parroquia. De esta manera, se plantea como objetivo específico elaborar un plan estratégico de comunicación, enfocado en generar espacios de diálogo considerando la heterogeneidad presente de manera que se dinamice un tipo de desarrollo sustentable dentro de la parroquia.

El propósito del presente proyecto es constituirse como una herramienta de incidencia para procurar el trabajo participativo de las autoridades, la sociedad civil y ciudadanos en general, enfocar sus acciones y la comunicación al desarrollo local, identificando los actores sociales, sus funciones e incidencia con el propósito de generar líneas y espacios de diálogo útiles y enriquecedoras para el intercambio de conocimientos, experiencias y propuestas.

Se realizará a partir del diseño de la metodología participativa de la investigación en comunicación (IEC) derivando en la aplicación de las técnicas de mapeo comunicacional de actores (MCA), matrices socioculturales (MS) y árbol de soluciones, aplicando instrumentos y herramientas como diagrama de actores, esquema evolutivo de tecnologías sociales, productos y espacios de comunicación, matriz escalonada de planificación de acciones, proyectos y programas de comunicación que permitirán generar el diálogo de saberes entre los actores sociales de la parroquia San Andrés de Canoa, posicionando a la comunicación como espacio de encuentro que genere una conversación tanto micro como macrosocial, propia de lo comunicacional (Massoni 2019).

Abordar el proyecto desde una metodología participativa permite aproximarse a la comunicación desde un enfoque crítico, con un acercamiento inter y transdisciplinario, proporcionando elementos que se distancian de los modos tradicionales de afrontar y ejercer la comunicación, esta teoría se plantea desde las «epistemologías del sur y se nutre de tres raíces: el pensamiento comunicacional latinoamericano, el buen vivir de nuestros pueblos originarios y los nuevos paradigmas de la ciencia» (Massoni 2019, 246).

En el primer capítulo se pone en consideración las reflexiones teóricas conceptuales y parámetros bajo los cuales se trata el presente trabajo de comunicación; en el segundo capítulo se establece un acercamiento a la realidad social, territorial, económica y ambiental de la parroquia San Andrés de Canoa, al igual que la metodología aplicada así como las líneas de acción de acuerdo al contexto.

Finalmente, en el tercer capítulo, se despliegan las estrategias, acciones, herramientas y medios de comunicación adecuados para establecer el enfoque que genere espacios de diálogo para procurar el dinamismo del desarrollo local de la parroquia.

CAPÍTULO PRIMERO

COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA Y ENACTIVA PARA EL CAMBIO SOCIAL

COMUNICACIÓN: ELEMENTO DINAMIZADOR DE LA INTERACCIÓN SOCIAL Y DESARROLLO LOCAL

La característica innata de los seres humanos de vivir en sociedades precisa que los individuos generen espacios de relación, interacción y diálogo para mantener la convivencia; esta realidad ha hecho que la comunicación sea una parte transversal de la vida humana, considerando que la participación de los miembros de una colectividad es acción clave para el desarrollo social. En este sentido, la comunicación se presenta de manera cotidiana como diálogo y debate que propicia espacios de interacción para el cambio social, basados en las enseñanzas y experiencias históricas y culturales. Estos sitios de interacción y convergencia posibilitan la generación de respuesta a las necesidades, problemas y aspiraciones vigentes dentro de la realidad local, de modo que los propios ciudadanos tengan las herramientas necesarias para satisfacerlas y resolverlas de manera sostenible, según sus capacidades, valores, herramientas y técnicas identificadas.

Favorecer espacios de comunicación e interacción social permite a los ciudadanos expresar sus ideas y aspiraciones, la participación de

actores sociales es decisiva para dinamizar acciones que promuevan, socialicen e impulsen el desarrollo efectivo para la comunidad, se conviertan en el motor que incita el bien común y aporte con los elementos necesarios para que el resultado sea permanente. Obregón (2011) determina que el desarrollo debe responder a «necesidades locales, a procesos endógenos, a promover la participación en todos los niveles, a la autodeterminación, a promover la igualdad y a considerar la cultura en forma adecuada».

Generar una comunicación planificada y organizada permite «consultar con la población, para tener en cuenta sus necesidades, actitudes y conocimientos tradicionales, al determinar y formular programas de desarrollo» (Fraser y Viller 1992), configurándose como un proceso clave para apoyar proyectos, tomar decisiones consensuadas y definir modelos de manera conjunta a través de herramientas que propicien un ambiente de colaboración y participación hacia el desarrollo.

Las acciones comunicativas tienen su espacio inicial desde el gobierno local, y ayudan a mantener una imagen «homogénea y mensajes coherentes que refuercen la reputación» (Tuñez y Altamirano 2015, 111), así como a fomentar esta percepción en los habitantes de la parroquia. De esta forma, constituir una «comunicación responsable de la gestión integral, crea una imagen positiva sobre su entidad ante sus diferentes públicos» (García 2013, 297) contribuyendo a crear condiciones que hagan posible el desarrollo desde el debate y el diálogo públicos.

La adecuada gestión de los gobiernos locales e instituciones gubernamentales, al igual que una interacción adecuada entre los actores, es crucial en el fortalecimiento y progreso de la comunidad, mantener un correcto nivel de comunicación genera confianza, simpatía y credibilidad de los ciudadanos, la participación desde diferentes niveles asegura un desarrollo local equilibrado que busca justicia social y libertad para expresar sus inquietudes y necesidades.

Dentro de este proceso, el gobierno local es el encargado de iniciar los procesos comunicativos de manera estructurada, con planes, estrategias y herramientas adecuadas para inducir el desarrollo e incentivar la intervención de los miembros de su parroquia. Como dice Riorda (2008), «La comunicación tiene un objetivo: generar consenso. Si la comunicación política no actúa bien, no hay consenso y si no hay consenso, no hay buena gestión».

Equilibrar la comunicación y la participación de los actores de una comunidad para fomentar el diálogo, el intercambio de ideas, de opiniones, de capacidades, implica arribar a un «momento relacionante de la diversidad sociocultural y, por lo tanto, espacio de cambio, de transformación» (Massoni 2008, 91) desde la comprensión de los procesos políticos y la generación de confianza en las acciones conjuntas elaboradas desde los gobiernos locales, asegurando un cambio significativo y sustentable.

La comunicación está contenida en cada una de las etapas de los proyectos de desarrollo; promueve el fortalecimiento de identidades sociales que permite «indagar los posibles puntos de articulación de las diferencias en función de intereses y necesidades de grupos sociales que se reconocen como distintos, para operar desde allí con relación a un objeto» (Massoni y Mascotti 2021, 3) transformando a la sociedad desde una perspectiva micro y macro social, procurando mejoría de las condiciones de vida.

Abordar los inconvenientes que se suscitan con herramientas y técnicas que se adaptan a la realidad local genera en las sociedades el «incremento de la capacidad de decisión del propio grupo social tanto sobre sus recursos como sobre recursos ajenos de los que pueda apropiarse» (Bonfil 1995, 135) con el fin de adaptarlos a las necesidades que requieran ser subsanadas, y constituyen un factor ralentizador del desarrollo local.

Estimular la participación de los ciudadanos forma parte de los propósitos que se ubican en el terreno de la comunicación social con el fin de generar espacios en los cuales miembros de la comunidad se sientan parte de ella, expresen sus problemas y demandas, al tiempo que propongan soluciones y líneas de acción, lo cual propicia un tipo de desarrollo participativo con «acciones internas y externas que los humanos emprenden cotidianamente con el objeto de alcanzar un estándar de vida que satisfaga sus ideales de existencia» (Obregón 2011, 1). Tales acciones mejoran la gobernabilidad y, con procesos de comunicación adecuados, hacen factible mejorar también la planificación al igual que la coordinación de proyectos.

Queda claro que el rol de la comunicación es indispensable dentro de los procesos de desarrollo democrático y constituye un instrumento imprescindible con pretensión de converger en una misma dirección los

intereses de los individuos de una comunidad. «Una mejor comunicación con la población a todos los niveles permite a esta reconocer los problemas más importantes y encontrar un terreno de acción común, y crea un clima de identificación y participación para poner en práctica sus decisiones» (Fraser y Viller 1992); por lo tanto, no es viable pensar en el desarrollo sin contemplar su estrecha relación con la comunicación.

Una comunicación adecuada entre los miembros de la sociedad y gobiernos locales implica que no haya restricciones en el acceso a los diferentes medios de socialización, incentivando la intervención de las personas en las calles, negocios, escuelas, mercados y en sus espacios de actividades cotidianas para favorecer la manifestación de sus necesidades así como sus opiniones, promover en la población el sentido de pertenencia, de comunidad, que propicie de manera conjunta una cultura particular que genere desarrollo local, una estructura sólida que en palabras de Bonfil (1995) se denomina «etnodesarrollo».

Para entender la relevancia de impulsar procesos de comunicación, desde una mirada local, resulta menester abordar el concepto de «etnodesarrollo» el cual determina que la cultura propia se enfoca en la disponibilidad de recursos y el tipo de decisiones que puede tomar una comunidad, favoreciendo una sociedad autónoma, ideal para impulsar un desarrollo adecuado a largo plazo, contar con «la recuperación de la autodeterminación cultural y productiva como vía para la reivindicación social» (Castillo y González 2009, 181). Este enfoque concibe la realidad local como cimentada en las MS y saberes tradicionales, elementos relevantes para propiciar la solución a problemas suscitados en la comunidad.

El concepto de «etnodesarrollo» está planteado a manera de alternativa a la idea tradicional de desarrollo, concebido en el discurso histórico occidental dominante, que se ha proyectado desde una realidad ajena a la existente en el Sur del planeta; la perspectiva occidentalista de desarrollo aliena la heterogeneidad cultural, de saberes y conocimientos ancestrales del mundo, ubicando al otro en la categoría de «inferioridad», desconociendo su estructura cultural, social y económica propia.

Desmitificar este modelo de desarrollo conlleva retomar las culturas ancestrales, sus saberes y conocimientos, abordar la realidad desde una perspectiva cultural endógena, subsanando las necesidades de la comunidad con acciones autosustentables y por lo tanto perennes con la

finalidad de dinamizar un estilo de vida sostenible con la «posibilidad de construir alternativas de desarrollo» (Pérez 2014, 80).

El paradigma de etnodesarrollo conlleva un enfoque de inclusión y equidad desde «la ampliación y consolidación de los ámbitos de cultura propia, mediante el fortalecimiento de la capacidad autónoma de decisión de una sociedad culturalmente diferenciada para guiar su propio desarrollo y el ejercicio de la autodeterminación, que implica una organización equitativa y propia del poder» (Castillo y González 2009, 196), procurando autonomía política y administrativa en los recursos que poseen, al igual que en las decisiones que tomen como grupo social. Se enfoca en la capacidad y libertad de producir un tipo de sociedad construido desde el diálogo, conciliando acciones conjuntas entre la mayoría de sus ciudadanos propiciando la idea de desarrollo ya no desde un enfoque exclusivamente económico, sino aproximándose desde todas las dimensiones de la vida social de los miembros de la comunidad.

Bajo esta premisa, abordar una comunicación horizontal y participativa para impulsar procesos de etnodesarrollo requiere de la colaboración integral de la comunidad, para procurar descentralizar el poder y predisponer la toma de decisiones autónomas, estimular tanto la interacción como la concertación de los actores locales, con el propósito de incrementar las oportunidades para que la población participe de los procesos de etnodesarrollo y sus beneficios (Schejtman y Berdegué 2004), generando nuevas formas de organización con la capacidad de legitimar, consolidar y ampliar progresivamente acciones propias de gestión que propicien responsabilidad conjunta.

Contrario a este paradigma horizontal de desarrollo, el modelo tradicional es rígido y nulamente comunicativo, pensado por encima de los sujetos e incapaz de fomentar el diálogo y, por lo tanto, la comprensión de los problemas que se presentan en las sociedades. Su propósito central se enfoca en conseguir metas visibles y específicas con duración a corto plazo, generalmente con fecha de caducidad similar a la del gobierno de turno.

Propiciar una comunicación enfocada en el etnodesarrollo genera articulaciones sociales para facilitar la toma de decisiones, gestionar de manera pluralista el reordenamiento de la sociedad política y el Estado, como lo menciona también McCall (2011), pues al contar con canales de información y comunicación es factible aportar al empoderamiento

de las personas para influir en decisiones que afectan su vida y la de su entorno, creando condiciones adecuadas para que las comunidades se enfoquen en impulsar su cultura y desarrollo como alternativa a largo plazo, tanto de crecimiento como de sustento local.

Se puede proyectar al etnodesarrollo conectado con el cambio cultural, una mirada colectiva enfocada en propiciar el diálogo entre actores con un modelo de comunicación alternativa basada en su participación bajo el diseño de «acciones planificadas sistemáticamente en el tiempo que se llevan a cabo para lograr un determinado fin, misión u objetivo» (Aljure 2015). La idea es dinamizar la interacción de los actores, fomentar desarrollo local y elaborar políticas que se enfoquen en mejorar la calidad de la vida de los habitantes mediante una comunicación integral como «instrumento autogestionario para que las organizaciones intentasen autónoma y libremente cumplir sus objetivos» (Beltrán 1993, 18) generando condiciones favorables y convirtiéndose en actores de su propio desarrollo.

Para lograr este objetivo, se debe contar con la participación de la comunicación como elemento dinamizador en el etnodesarrollo, se requiere del compromiso de todos los «actores semióticos y simbióticos de la reconfiguración» (Massoni 2018, 87) con cooperación directa e indirectamente en la problemática, exaltando la relevancia de los saberes, de las emociones, la heterogeneidad de los actores, «propiciando la participación enactuada y la auto organización, predisponiendo el crecimiento constante e importancia de la interacción micro-macro social acorde a la realidad diversa y compleja en contextos fractales vivos de permanente movimiento» (Massoni 2019, 241).

En este paradigma, la comunicación enfocada al etnodesarrollo permite, desde todos los espacios sociales, resolver y expresar a los ciudadanos temas relacionados con su realidad próxima en asuntos relevantes para su estilo de vida, «buscamos decidir hoy hacia dónde dirigirnos y qué hacer en el futuro» (Aljure 2015). Se otorga empoderamiento a los ciudadanos a través de la participación en espacios sociales para así influir en decisiones relevantes para la comunidad.

La comunicación en apoyo al etnodesarrollo constituye un elemento concomitante con la participación social, «un proceso social que fomenta el diálogo entre las comunidades y los responsables de la adopción de decisiones locales, nacionales y regionales. Su objetivo es el

fomento, desarrollo e implementación de políticas y programas que mejoren la calidad de vida de todas las personas» (McCall 2011, 5). En este sentido, la comunicación se configura como una herramienta que impulsa al desarrollo a modo de proceso enfocado en los individuos en la participación activa de los diversos actores sociales y el reconocimiento de los otros como parte del todo que constituye una sociedad, identificando, aceptando y procesando la asimetría jerárquica de las relaciones entre los actores.

Reconocer dicha asimetría en las relaciones de los actores permite tener claro el escenario donde se elaboran los proyectos de desarrollo y, con ello, las acciones estratégicas comunicativas a realizar de acuerdo a los grupos, sus identidades específicas y formas de relacionarse.

LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA: GENERADORA DE ESPACIO DE DIÁLOGO SOCIAL

En Roma, en 2006, se definió a la comunicación para el etnodesarrollo como «un proceso social basado en el diálogo mediante una amplia gama de herramientas y métodos [...] un cambio en distintas áreas como escuchar, generar confianza, intercambiar conocimientos y capacidades, construir procesos políticos, debatir y aprender para lograr un cambio sostenido y significativo» (McCall 2011, 1); es decir, el desarrollo implica una intervención cultural que involucra a todos los actores sociales, y promueve la participación activa y conjunta.

Bajo este paradigma, la comunicación estratégica prioriza a los individuos, sus necesidades e intereses, por ello procura abrir espacios de diálogo y participación de los actores sociales, no solo dentro de un proyecto sino fuera de él; considera los complejos modos de relación de los sujetos, de manera que se revelen sabidurías tradicionales, historias, experiencias y perspectivas diversas de la población que contribuyen a reconfigurar la realidad. Así, fomenta vínculos de relación, generando una participación integradora para subsanar los conflictos locales y facilitar consensos entre los actores de la sociedad, propiciando convergencias en la diversidad, ya que cada individuo aporta sus particularidades a la identidad social y cultural compartida.

Las relaciones comunicativas que se van forjando entre los individuos refuerzan la cultura y a partir de ella se gesta una nueva construcción de

identidad propia, tanto individual como colectiva, basada en las características particulares de los actores. Esta heterogeneidad es mucho más rica al momento de generarse un diálogo, aunque sigue siendo un reto consolidarla por las mismas diferencias culturales, sociales y políticas. El objetivo de la comunicación estratégica es posibilitar el diálogo entre los actores, sin eliminar la heterogeneidad existente ni negar la presencia jerárquica de las relaciones sociales, creando vínculos de respeto mutuo y pluralidad.

En virtud de los argumentos planteados, la comunicación y el desarrollo se configuran como elementos estratégicos en la realidad de las sociedades. Alfaro (1993, 11) considera que

la comunicación está ligada directamente al desarrollo [...] como objeto mismo de transformación de la sociedad y de los sujetos que la componen [...] es el medio y fin, aspecto y estrategia global [...]. Está así comprometida, consciente o inconscientemente, con modelos y proyectos macro y micro sociales porque toda concepción de desarrollo supone otra comunicativa y viceversa.

La relevancia de la comunicación en la sociedad se asienta en su rol como generadora de empatía y espacios de diálogos. Massoni (2018, 88) la define como

el encuentro en la diversidad, una reconfiguración micro-macro social compleja, situacional, fluida, fractal auto organizada. Un cambio social conversacional que enactúa, en tanto que hace emerger nuevos mundos compartidos en distintos momentos del individuo-sociedad.

Abordar la realidad desde esta perspectiva permite a los comunicadores estratégicos convertirse en patrocinadores de una reconfiguración de la realidad basada en los diálogos de saberes heterogéneos, así como sobrepasar la dimensión informativa hacia un orden multidimensional enfocado en el encuentro de la diversidad.

Bajo este enfoque, la experiencia de la participación de los actores en espacios de diálogo y debate ciudadano promueven la reconfiguración social; produce condiciones de cambio que posibilitan construir en conjunto propuestas de etnodesarrollo; genera un sentido de convivencia dinámico con ciudadanos interesados en participar y conocer los acontecimientos que se desarrollan en su entorno próximo, en

cuestiones coyunturales como el género, la ecología, los derechos humanos, la salud y la educación, propiciando soluciones con resultados eficientes, perennes y viables a los inconvenientes de su localidad. De esta forma, la comunicación se presenta como «contribuyente directa a la profundización de formas de democracia participativa» (Aguirre 2012, 62) gestando cooperación a la pluralidad de voces frente a los modelos de desarrollo predominantes.

En este panorama de participación, diálogo e integración enfocado al desarrollo local, los medios de comunicación (los tradicionales y actualmente los digitales) son vistos como herramientas sociales donde coexisten cultura y consumismo, se configuran en «espacios para el encuentro» (Salazar, Portal y Fonseca 2016, 43) con el propósito de crear conciencia; constituyen el factor instrumental no solo para la transferencia de información, sino como parte de los proyectos para apoyar el desarrollo local desde un enfoque pluralista que generen la participación de las personas en los procesos de adopción de decisiones.

Tradicionalmente los medios constituyeron herramientas competentes para la transmisión de ideas, gestadas en realidades específicas; difundían un modelo utópico de desarrollo que debía adaptarse a otras culturas; el modelo de comunicación predominante era lineal y jerárquico, encasillaba a los espectadores en sujetos pasivos, receptores dependientes de las metáforas emitidas por los medios de comunicación.

Actualmente, aunque parte de esta concepción sigue latente, los medios de comunicación también se han reconfigurado como herramientas relevantes en la estimulación o desaliento de una cultura, dependiendo del destino que se le otorgue, tiene la capacidad tanto de generar deterioro moral como político; al constituirse en precursores del desarrollo, la democracia y la justicia social, constituyen un instrumento con el poder de impactar la sensibilidad de las personas, ya que por medio de la difusión de diversos contenidos o la exposición de publicidad, ponen en la palestra pública temas que pasan a ser relevantes en la sociedad.

Por lo expuesto, los medios de comunicación pueden adoptar posturas tanto en perspectiva democratizadora y liberadora o bien, meramente conformista y consumista. La relación entre medios y sociedad se puede mirar desde el prisma emisor-productor, receptor-consumidor, por lo tanto, los temas y problemas de la sociedad se investigan desde

una posición difusiva con el fin de crear un producto; sin embargo, esta mirada no plantea la comunicación desde los sujetos, sino privilegia los medios, tampoco toma en cuenta las condiciones de vida, la cultura y las mediaciones de los individuos, sino solo piensa los mensajes trabajados como productos para ser consumidos por una masa pasiva e incommunicada entre sí.

Desde una postura optimista, los medios de comunicación se conciben como herramientas democratizadoras que fortalecen los sistemas culturales, que construyen interacciones políticas a pesar de la evidente relación de jerarquía, pues los medios manejan los discursos haciendo público lo privado, propiciando que los sujetos amalgamen los discursos mediáticos con su cotidianidad. La comunicación es abordada como una relación útil, relevante para el etnodesarrollo en la medida que se obtienen datos respecto a la manera en cómo perciben y asimilan la información los individuos, sectores y grupos sociales.

Los medios de comunicación se mueven en una interacción compleja con la sociedad y los gobernantes a veces priorizan las preferencias de los espectadores para hacer noticias, desde su cotidianidad, transformándose así en generadores de diálogo, mediadores entre la realidad y los ciudadanos, para la elaboración y legitimación de agendas sociopolíticas; incluso cuando privilegian los contenidos de entretenimiento, optan por la seducción con acceso para todos, y así también «los medios ayudan a construir poderes que no se imponen, sino que establecen relaciones de seducción, de recuperación de necesidades [...] hechas de razonamientos, emociones, goces y recuperaciones simbólicas» (Alfaro 1993, 42) que forman parte del diálogo cotidiano.

Como espacios de interacción y diálogo, los medios de comunicación son mecanismos para facilitar el involucramiento en actividades de su propio desarrollo local; la participación activa de la comunidad genera la descentralización del poder y el fortalecimiento de los gobiernos locales. El interés de los habitantes por conocer las acciones que se ejecutan en su entorno favorece que las gestiones administrativas se sometan a rendición de cuentas, genere transparencia y mejora en las políticas públicas, transformando las relaciones con los gobernantes; en este sentido, coadyuva a crear relaciones horizontales multidireccionales de confianza y entendimiento mutuo, y a actuar como medios de comunicación alternativos e integradores.

La comunicación como apoyo al etnodesarrollo es «la base para una transformación del ser y del mismo entorno» (Aguirre 2012, 59), es el nexo que inicia una acción en cadena dando como resultado la interacción social dinámica y fluida; refuerza la construcción de relaciones y genera espacios de diálogo no solo dentro de un proyecto sino fuera de él, propiciando que las acciones ejecutadas sean sostenibles, con estrategias comunicativas que generan impacto y promuevan la actividad e involucramiento de los sujetos. La intervención de la comunicación se presenta en casi todas las esferas sociales con pautas para generar procesos que, aunque es arduo y demandante, predisponga oportunidades en la participación social con resultados permanentes y efectivos para la comunidad en la adopción de decisiones locales.

Como se ha puntualizado con anterioridad, el etnodesarrollo se entiende como un proceso de crecimiento de la sociedad que se desenvuelve en diversas fases, de las cuales cada una cuenta con su propia estrategia, su éxito está en la manera como dichas fases se concatenan con la anterior y se relacionan con la siguiente. En este sentido, se produce un tipo de vínculo lineal que procura alcanzar los objetivos planteados, al tiempo que busca subsanar problemas que cada sociedad presenta de manera particular en diferentes etapas de su historia, particularizando las estrategias y acciones comunicativas a ser aplicadas de acuerdo a la realidad específica.

Así, «los cambios sociales e individuales se configuran como dos caras de una misma moneda» (McCall 2011, 7) que buscan dinamizar un lado y generar de manera concomitante la activación del otro. Por ello, generar acciones estratégicas con mensajes adaptados propicia cambios de comportamiento y de aprehensión de la realidad, pues «el comportamiento individual está determinado por el contexto social, cultural, económico y político» (McCall 2011, 7) en el que se desarrollan los sujetos sociales.

El diálogo y la participación constituyen la parte esencial del desarrollo local, generando agentes de cambios y favoreciendo alianzas estratégicas, así la comunicación estratégica enfocada en el etnodesarrollo se centra en el diálogo y la participación, como señala Massoni (2008), y tiene el fin de favorecer acciones concertadas, enfocadas en el desarrollo sostenible como cambio social conversacional, el cual es un elemento constitutivo de la realidad local capaz de direccionar una

comunicación estructurada con objetivos y propósitos claros que abran una participación estratégica en la toma de decisiones conjunta entre el gobierno y actores sociales. Las medidas a ser tomadas por los actores pueden ir acompañadas con estrategias comunicacionales para informar a la ciudadanía de las acciones ejecutadas que son de afectación a la comunidad.

En esa dirección, la tarea de un comunicador estratégico es facilitar vínculos y analizar los momentos claves de interacción de los actores, de acuerdo a los intereses así como a las necesidades que se presenten, considerando siempre la diversidad sociocultural presente y las «transformaciones permanentes donde todos son actores múltiples» (Massoni 2008, 90). Parte desde la idea de comprender y aceptar la diversidad, de manera que se elaboren estrategias considerando dicha heterogeneidad para propiciar una participación auténtica. En un primer momento, procura gestionar el conflicto desde su apropiación, para posteriormente considerar la disponibilidad de que los actores pueden o quieren participar de manera conjunta y genuina para construir el eje del trabajo de manera que otros actores se involucren, actuando desde sus intereses y necesidades. «[A] partir de lo fluido [...] y sin negar la complejidad, empieza la negociación» (Massoni 2007, 16) y la elaboración de acciones relevantes, acompañadas de estrategias comunicacionales que integren la participación.

Establecer estrategias adecuadas coadyuva que los actores sociales se conviertan en partícipes y protagonistas del proceso de comunicación, en la dirección que interesa a la comunidad, favoreciendo una «reconfiguración espacio-temporal, un cambio social conversacional» (Massoni 2014, 93). En lugar de mantener la estructura tradicional jerárquica de la comunicación de emisores activos y los receptores pasivos, se busca generar, en su lugar, profesionales capacitados en producir espacios de encuentros socioculturales, en construir redes de confianza y en dinamizar la interacción de actores sociales basados en sus características individuales, familiares, así como grupales en la cotidianidad; de esta manera, elaborar acciones que subsanen los problemas sociotemporales que se presenten, comprometiendo a los actores y definiendo sus aportes dentro de los proyectos.

El papel de la comunicación estratégica dentro de los proyectos enfocados al etnodesarrollo consiste en fomentar el diálogo entre los

actores desde sus identidades garantizando su participación en espacios simbólicos cargados de situaciones, relaciones y valoraciones cotidianas, donde se generan las interlocuciones en determinados momentos históricos. Significa volver a la concepción esencial de un tipo de comunicación horizontal y participativa, con un manejo del lenguaje comprensible e incluyente, que ubique temas complejos y de interés para los ciudadanos, construyendo redes de confianza entre los actores identificándolos y motivándolos a generar estrategias que subsanen los conflictos, satisfagan sus necesidades y aporten concretamente a su transformación.

Así, la comunicación estratégica determina «el diálogo como factor de desarrollo local, ligado a lo político como conciencia ciudadana y como participación vecinal real» (Alfaro 1993, 63) creando y reforzando una realidad individual y colectiva basada en acciones concretas de negociación, apoyo y debate para resolver problemas específicos que ralentizan el desarrollo local.

CAPÍTULO SEGUNDO

DIAGNÓSTICO SOCIOCOMUNICACIONAL DE LA PARROQUIA SAN ANDRÉS DE CANOA

ANTECEDENTES HISTÓRICOS, DIMENSIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL DE LA PARROQUIA

San Andrés de Canoa es una parroquia rural perteneciente a la jurisdicción político-administrativa del cantón San Vicente en la provincia ecuatoriana de Manabí, cuenta con un total de 6887 habitantes de acuerdo al último censo de población y vivienda realizado en 2010 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2022), con un total de 3663 hombres y 3224 mujeres de condición social variado que habitan en las zonas urbanas y rurales.

Su parroquialización data de 1822, y es una de las primeras en configurar la provincia de Manabí. Ya desde sus inicios, la participación de los pobladores ha sido activa y sin privilegios «noble, cholo, rico, pobre, negro, blanco, analfabeto, letrado, peón, tumbador de cacao o doctor en el tribunal de justicia» (Nieto 2011, 49), todos participan por igual en cuestiones sociales, sin ningún tipo de discriminación.

Históricamente, la parroquia se ha enfocado en un tipo de economía basada en la agricultura, ganadería y pesca, que actualmente constituyen el 52,97 %, con destinos de comercialización en los lugares

aledaños y el mercado local. En el área de la construcción se estima un 3,54 %; en el comercio al por mayor y menor, un 5,56 %. A más de estos enfoques económicos, la parroquia se ha configurado en un pujante destino turístico constituyendo el 8,55 % de la economía local generada por alojamiento y servicios de alimentación. Otros negocios varios, como enseñanza, funciones en el hogar y trabajos nuevos, forman el 10,91 % que no presentan una actividad predominante, quedando un total de 10,28 % como ingresos económicos no declarados.

En la parroquia predominan los cultivos de algodón, banano, maíz y una gran variedad de frutas y verduras, generalmente producidas de forma silvestre debido tanto a la riqueza natural como a la acuífera, que permite que la agricultura se constituya como uno de las principales fuentes económicas junto con la pesca, la ganadería y el área de turismo.

El actual gobierno parroquial, considerando los beneficios naturales que propician la agricultura, plantea la ejecución de proyectos como la industrialización de maracuyá, capacitación en el manejo de cultivos y construcción de sistemas de riego, además de favorecer la legalización de tierras para la implementación de huertos orgánicos comunitarios.

La ganadería es otro elemento importante en la economía local, la parroquia cuenta con pastizales extensos destinados a la alimentación y crianza de bovinos, al igual que haciendas canalizadas a la producción cárnica, lechera y derivados de calidad, fomentando la existencia de locales comerciales especializadas en mercadería agrícola, avícola, ganadera y pesquera.

En el sector pesquero, el cultivo en cautiverio de camarón se está enfocando para la exportación, lo que a su vez genera la instalación de varios laboratorios para la producción de larvas. Respecto a la pesca artesanal, se extraen cantidades de especies marinas destinadas para el consumo local y la comercialización en restaurantes y hoteles de la zona, posicionando a la pesca como una fuente importante de sustento para una cantidad considerable de familias.

La parroquia Canoa se configura también como un atractivo turístico, cuenta con amplios espacios naturales, playas cautivadoras y clima propicio para vacacionar e incursionar en rutas turísticas y varios deportes que disfrutan tanto viajeros locales como extranjeros. Esta particularidad ha dinamizado el comercio local y se ha generado un sector turístico bien dotado de infraestructura hotelera, hostales, hosterías,

residencias, restaurantes, bares, espacios de entretenimiento como surf, banana acuática, vela, esquí acuático, ciclismo, parapente y alas delta. Estos negocios son la base para la configuración de ocupaciones complementarios como la venta de hamacas, vestimentas, sombreros, además de comercios minoristas como cevicheros, heladeros, vendedores ambulantes de alimentos y artesanías representativas, creando un placentero ambiente para los visitantes y residentes.

La riqueza natural y la geografía de la zona, apta para la práctica de deportes aéreos y acuáticos, ha favorecido la organización de campeonatos nacionales con participación internacional de eventos como surf, alas delta y parapente, entre los deportes de mayor atractivo.

El ecoturismo sustentable es otro aspecto significativo en la parroquia. Guías nativos realizan recorridos en las tradicionales canoas o bongos por el estuario del río Chone hacia la isla Corazón, donde se aprecian cinco especies de manglares, habitados por aves marinas, crustáceos y reptiles. Es posible realizar caminatas por senderos naturales para explorar la flora y fauna, contactarse con haciendas locales para experimentar con recorridos a caballo, paseos por los ríos Canoa y Muchacho, participar en el ordeño de vacas y elaboración de queso y yogur. Lugares como el Peñón de Piqueros Patas Azules, Punta Chinita, Punta Barquito, Puerto Cabuyal y La Mila (Piedra del Diablo) son espacios de gran atractivo para ejecutar este tipo de actividades.

Las fiestas parroquiales son otro factor atractivo para turistas nacionales y extranjeros. Si bien esta conmemoración consta de manera oficial el primero de enero, los habitantes han naturalizado su celebración el 29 y 30 de noviembre; en estas fechas se desarrolla una sesión solemne, eventos culturales y deportivos. Otras celebraciones y festividades importantes son las del 29 y 30 de junio, conocidas como las fiestas de San Pedro y San Pablo, que constituyen un evento importante para los ciudadanos, en ellas se resaltan sus creencias religiosas, se preparan bailes populares, organizan eventos religiosos, culturales, deportivos, patrocinados por los priostes junto con la participación de las autoridades parroquiales, cantonales y eclesiásticas.

En estas festividades se pone en escena la cultura manabita con bailes folclóricos en trajes típicos compuestos de camisa blanca liviana, pantalón corto generalmente blanco, pañuelo rojo en el cuello para hombres y faldas largas combinadas con blusas holgadas para mujeres. La música

tradicional es un sincretismo entre los ritmos nativos prehispánicos y los europeos, emergiendo géneros bailables como el vals criollo, la contradanza, el minué y la polca que constituyen actualmente un patrimonio. Juegos tradicionales como gallos enterrados, caña encebada, cintas en caballos o en bicicletas, los chigualos, entre otras actividades de esparcimiento, son parte activa de las festividades. Igualmente, la zona se caracteriza por la particular manera de componer versos sueltos con rimas consonantes conocidos como amorfinos, constitutivos de la cultura popular local, que se han mantenido en forma oral y son parte de las festividades que congregan a pobladores y visitantes.

La relevancia de las festividades las resalta Martín-Barbero (1984, párr. 9), sosteniendo que las festividades tienen significativa importancia dentro de la cultura popular por su capacidad para «proporcionar a la colectividad el espacio para descargar las tensiones, desahogar el capital de angustia acumulado, desviar la agresividad, activar los grupos de edad y redefinir las relaciones», además de configurarse en espacios de convergencia entre los habitantes, grupos sociales, autoridades cantonales y demás actores.

En la parroquia San Andrés de Canoa es posible identificar la presencia de varios actores sociales y políticos reconocidos como los representantes de la Biblioteca Municipal, de la Asociación de Integración de Discapacitados y Adultos Mayores, los estamentos de la Unidad Educativa Elías Cedeño Jerves y quienes dirigen y participan del Centro de Salud Canoa, Albergue Canoa, Asociación de Gobiernos Parroquiales Rurales de la provincia de Manabí, Cuerpo de Bomberos del cantón San Vicente, Asamblea ciudadana local, Comisaría Municipal de Canoa, autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) parroquial, Comisaría Nacional de Policía, GAD cantonal de San Vicente, Unidad de Policía Comunitaria Canoa, Tenencia Política de Canoa y Asamblea Ciudadana local.

En la parroquia existen diversas asociaciones constituidas de acuerdo a las actividades económicas: la compañía de taxis de la parroquia, la Asociación de Pescadores Artesanales y Afines Canoa, la Cooperativa de Pescadores Puerto Canoa, la Asociación de vendedores de bisutería y artículos varios, varias asociaciones de carperos, la Asociación de Hoteleros de Canoa y la Asociación de Cabañas Prestadoras de Servicios Turísticos de Canoa.

Respecto al espacio territorial se cuenta con representantes de las comunidades y las localidades como Briceño, Nuevo Briceño, La Unión, El Achote, Chita, Palo Amarillo, Río Canoa, Ambache, El Pital, Barlomí Chico, Cascano, Montabuy, Aguafría, Tutumbe, Río Mariano, El Remojo, Camarones, Tatiquigua, San Pablo, La Humedad, Murachi, San Francisco, Boca de Piquigua, La Mila, Zapallo, Río Muchacho, Tabuchila, Tabuchila Adentro, Valle de Hacha, Santo Tomás, El Cabo, Muyuyal, Rambuche, La Badea, Cabuyal (EC Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de San Vicente 2022).

Las manifestaciones religiosas interesan a la mayoría de los habitantes alrededor de los santos de mayor devoción y tangible en las celebraciones de San Pedro y San Pablo, muy relevante para los habitantes de la parroquia. Sin embargo, otras religiones como la evangélica también cuentan con un número considerable de adeptos.

Con tales antecedentes (históricos, económicos, sociales, la densidad demográfica de la parroquia, la riqueza natural y cultural) se considera la factibilidad de implementar un tipo de comunicación estratégica que genere espacios de diálogo, creando redes de confianza hacia las políticas públicas y permitiendo una constante evaluación de las acciones comunicacionales ejecutadas, que tome en cuenta las opiniones emitidas tanto desde los colectivos locales, organizaciones sociales como de organismos gubernamentales relevantes dentro de la parroquia, enfocándose en la solución de conflictos a través de diferentes medios de comunicación adecuados para la realidad local, lugares donde se «recobran memorias y se tejen nuevos lazos de pertenencia al territorio [...] rompen y reimaginan el sentido de convivir deshaciendo y rehaciendo los rostros y las figuras de identidad» (Martín-Barbero 2002, 20) propiciando sentido de pertenencia y compromiso basado «no solo en que las decisiones sean públicas, sino que sean tomadas bajo condiciones de plena información y adecuada reflexión» (Ramos 2013, 71).

El GAD de la parroquia San Andrés de Canoa actualmente está dirigido por la señora presidenta María Fernanda Loor Ganchozo, con una gestión enfocada a intensificar las fortalezas de la parroquia, propiciando un acercamiento entre el gobierno local, los habitantes y sus necesidades. En su administración los medios de comunicación institucional cobraron relevancia, intensificó la página web: <https://www.canoa.gob.ec/> alcanzando 50k de visitas globales, el 89 % de presencia *online*,

una visibilidad del 25 % a una velocidad de respuesta de búsqueda de 57 %, y manteniendo un tráfico orgánico mensual de 24 usuarios, incluyéndose en 115 palabras clave orgánicas y con 1156 enlaces externos que conducen al sitio web.¹

Respecto a las redes sociales, la administración de la actual presidenta fortaleció la presencia de la parroquia y del GAD principalmente a través de la plataforma de Facebook (<https://www.facebook.com/GADPCanoa>) que cuenta con 3838 seguidores. Tanto la página web como las redes sociales son parte de los medios oficiales para emitir mensajes acerca de las actividades, así como de los planes trazados por las autoridades, como el proyecto que ha puesto en marcha el GAD parroquial con enfoque comunicacional dirigido a jóvenes en el uso de las TIC, con el propósito de generar soluciones tecnológicas fomentando puntos de encuentro que propicien la participación de los habitantes en los medios digitales.

En la parroquia existe también un medio digital de entretenimiento con entrevistas digitales en vivo, denominado TV Canoa, con emisión principal en Facebook (<https://www.facebook.com/TvCanoa>) creada el 5 de marzo de 2021 y cuenta con 4077 seguidores, 176 menciones con un rango de 405 489, Me gusta..

METODOLOGÍA

El presente proyecto se construyó a partir de la revisión y análisis de fuentes bibliográficas basadas esencialmente en la IEC elaborada por Sandra Massoni, con el propósito de impulsar políticas comunicacionales que propicien el desarrollo integral que al considerar la heterogeneidad característica de Latinoamérica, pueda «situarse en los entrecruzamientos y las articulaciones de los procesos sociales, las mediaciones, para desde ahí comprender el fenómeno comunicativo» (Salazar, Portal y Fonseca 2016, 40). Esto determina que los procesos sociales y las relaciones entre los actores constituyen el fundamento para comprender la realidad local y generar estrategias al igual que herramientas comunicacionales eficientes que estén en sincronía con la realidad de la parroquia.

1 Cifras obtenidas de los reportes de presencia en internet y redes sociales, de elaboración propia, basado en los esquemas de investigación de Iván Rodrigo-Mendizábal, 2021.

Para que el etnodesarrollo sea sustentable y sostenible debe construir sus bases desde el interior de la comunidad a partir de una comunicación asida al desarrollo, «no solo como aporte auxiliar y metodológico, sino como objeto mismo de transformación de la sociedad y de los sujetos que la componen» (Alfaro 1993, 11), e impulsando un tipo que propicie diálogos, espacios de interacción e información para dinamizar la participación de los ciudadanos y su compromiso en las actividades de la parroquia.

La comunicación estratégica enactiva (CEE) cuenta con herramientas y técnicas que permiten la producción de tácticas desde una perspectiva de cambio social conversacional basado en la heterogeneidad de la sociedad y sus cambios; abordar esta comunicación favorece que el modelo de desarrollo que se genere en la parroquia surja desde sus habitantes, concomitante con una comunicación autodispositiva, colectiva y dinámica que legitime las acciones conjuntas de los gobiernos y actores sociales.

Trabajar la comunicación desde las nuevas perspectivas estratégicas beneficia el surgimiento del desarrollo sostenible a largo plazo, permite trabajar el micropoder de los grupos sociales al propiciar su participación e interés en las decisiones que suceden en su entorno y legitimar las acciones que se ejecutan desde el gobierno local, considerando que la estrategia es la ciencia del pensamiento y la acción conjunta, su aplicación y ejecución se desenvuelve entre sujetos con saberes, sentimientos, razones y experiencias, tejedores de encuentros y diversidad.

Basados en el modelo de la teoría de la CCE, el proyecto propuesto se desenvuelve dentro de la metodología de la investigación estratégica enactiva (IEE) con la idea de fomentar el «encuentro sociocultural como principal competencia del comunicador estratégico» (Massoni 2014, 101). Se busca elaborar tácticas, técnicas así como herramientas de comunicación que provean una forma de categorización y visualización de la información obtenida de la parroquia, de manera que sea posible evaluar las estrategias propuestas. A través de medios para la identificación del problema utilizando la versión técnica comunicacional (VTC), análisis de las MS, reconocimiento de las mediaciones comunicacionales y desarrollo del árbol de soluciones, se establecen los lineamientos de la realidad de la parroquia y mantienen registros comparables del plan estratégico de comunicación que se propone realizar.

Así, nos acercamos al dilema expuesto con una «metodología participativa que aborda a la comunicación desde una perspectiva crítica» (Massoni 2019, 245), lo que requiere el despliegue de las técnicas de la metodología IEC, ancladas a las operaciones cognitivas que responden a la problemática planteada. La IEE cuenta con modelos que constituyen una guía para realizar acciones estratégicas de manera que los actores sociales construyan una comunicación horizontal, desde los saberes, conceptualización y destrezas de cada uno, desarrollándose de manera concomitante con los modos, códigos y redes de interacción ubicadas en un espacio determinado, atravesados por los saberes, «abordando a la comunicación como eje conductor de la innovación» (Massoni 2014, 104), con construcción de relaciones fijas entre los actores y ciudadanos por períodos largos, propiciando negociaciones sometidas a planificación y evaluación.

Trabajar bajo este modelo en la elaboración de estrategias de comunicación implica usar métodos y técnicas adecuadas para responder con soluciones sintonizadas a la problemática de la parroquia, «considerando la fractalidad de lo social y la multidimensionalidad de lo comunicacional, a partir de las metodologías de la comunicación estratégica» (Massoni 2014, 104).

Siguiendo el ciclo de IEC, la aplicación de las técnicas, instrumentos y herramientas basados en las operaciones planteadas guía el diálogo de saberes a la aplicación de la VTC que «consiste en la elaboración de una definición concertada del problema comunicacional realizada desde los saberes técnico científicos existentes» (Massoni, Urange y Longo 2018, 32). A partir de ahí reconoce el problema comunicacional presente en la parroquia Canoa, propicia particularizar los saberes relacionados a la problemática, los componentes, aspectos, síntomas, consecuencias y causas que la integran; de esta manera, favorece la identificación de actores relacionados de manera directa e indirecta al igual que las posibles acciones estratégicas a considerar para buscar una solución.

La aplicación de la VTC permitió puntualizar el problema como la ruptura de procesos comunicativos entre los actores que conforman la parroquia generando distancia entre ellos, y frenando los proyectos y acciones de la parroquia. La técnica del MCA, referente a la operación cognitiva, ubicó a los agentes semióticos y simbióticos de la reconfiguración desde el «reconocimiento y la jerarquización de los actores

vinculados a cada componente del problema comunicacional» (Massoni 2018, 39), centrando la relevancia de sus saberes dentro de la problemática actual en la parroquia.

El reconocimiento de los autodispositivos colectivos a través de la técnica de las MS las determina como necesarios para favorecer los diferentes procesos comunicacionales, son el modo en que se relacionan los actores con la variabilidad, trayectoria y lógicas de funcionamiento de los componentes del problema, lo que permitió diseñar acciones compartidas de cada grupo o sector, posibilitando agrupar a los actores de acuerdo a las «acciones diferenciales compartidas por un grupo o sector vinculado a la VTC» (Massoni 2016, 95) de manera que sea posible identificar los intereses, saberes, necesidades, emociones y expectativas de los grupos sociales para establecer estrategias eficaces y oportunas.

Con el diseño y codiseño de espacios y productos de comunicación a través de la aplicación de la técnica árbol de soluciones (anexos 1) como una «herramienta de trabajo que facilita el diseño de acciones comunicacionales sobre cada uno de los componentes identificados en la VTC», (Massoni 2016, 95) se establecieron las tareas a realizar en la parroquia, relacionadas directamente con los actores, MS y dimensión comunicacional, identificadas en las técnicas precedentes, donde los encuentros socioculturales operan de distintas maneras y se registran como cartografías referenciales para llevar secuencia conforme se modifica la realidad de la parroquia.

El proyecto sobre el que se despliega la estrategia de comunicación demuestra su importancia como interacción participativa en las relaciones, lo que constituye un factor determinante en el desarrollo de las sociedades, «un encuentro en la diversidad, una reconfiguración micro-macro social, compleja, situacional, fluida, fractal, auto organizada; cambio social que enactúa» (Massoni 2018, 88).

La teoría de la CCE proporciona herramientas que dan cabida a la experimentación y comprensión de lo compleja, rica, multidimensional, fractal y viva que es la comunicación; entenderla y abordarla desde la diversidad, exaltando la relevancia de los saberes, de las emociones, la heterogeneidad de los actores, favoreciendo la participación enactuada y la autoorganización, predisponiendo el crecimiento constante e importancia de la interacción social acorde a la realidad diversa y compleja en contextos fractales vivos de permanente movimiento, propicia el cambio

social, empoderamiento de los actores, democratización del conocimiento e incorporación de las personas a los problemas de su comunidad.

El caso de estudio se singulariza en la parroquia San Andrés de Canoa, cuyas principales actividades económicas se enfocan en la pesca, agricultura, ganadería y turismo. A pesar de contar con naturaleza privilegiada, paisajes hermosos y sitios de gran atractivo turístico, es un territorio con zonas de difícil acceso, caminos transitables de verano con dificultades en la movilidad, lo que genera inconvenientes para mantenerse al tanto con información inmediata de los sucesos en su comunidad y las acciones del gobierno local.

Si bien en la mayoría de la parroquia se cuenta con facilidades para la recepción, servicio móvil y acceso a internet, también existen espacios territoriales donde la señal escasea, añadiendo complejidad y desconocimiento en el manejo de dichas plataformas digitales por parte de muchos habitantes, creando disonancia en la interacción entre los actores que componen la parroquia y dificultando las actividades propuestas por el gobierno local y los representantes sociales.

El problema que se evidenció fue la ruptura de procesos comunicativos entre los actores locales que provocó distancia entre ellos, y frenó los proyectos y acciones de la parroquia lo que derivó en la elaboración de estrategias de comunicación desde una perspectiva dinamizadora para el desarrollo que propicie e intensifique la participación conjunta de gobiernos, comunidades, grupos sociales y habitantes, de manera que al activar un diálogo entre ellos sea posible fomentar el etnodesarrollo.

En la problemática comunicacional presente en la parroquia, es necesario considerar la forma en que se relacionan desde su forma de pensar, su capacidad para adaptarse a las particulares MS, lo que a su vez faculta la aplicación de la IEE como propuesta metodológica, un tipo de investigación que «suma tipologías tradicionales en ciencias sociales con un trabajo transdisciplinar que busca la enacción» (Massoni 2018, 86) y permite mantener un constante ajuste a las acciones estratégicas diseñadas, acoplándose a la realidad local y aplicando una revisión constante de las gestiones que se van elaborando, de manera que se vaya configurando un cambio social y se visibilice el aporte de la comunicación.

Elaborar estrategias desde un nuevo paradigma permite abordar la comunicación como una dimensión humana, como un modo concreto

de acercamiento al otro, para acompañar la edificación de una sociedad más incluyente, transparente y participativa por su capacidad de generar diálogo entre sus miembros; propiciar un auténtico acercamiento a la vez que generar espacios de encuentro e interacción, proyectada desde la complejidad particular de una comunidad; favorecer encuentros micro-macro sociales de los actores en la diversidad, generando un cambio en la acción del comunicador, ya no desde la perspectiva tradicional de un sujeto indiferente, transmisor de información, sino como un individuo activo y predispuerto al diálogo con otros actores, combinando tanto relaciones jerárquicas como heterárquicas.

Desde estos principios se proponen planes estratégicos que respondan a la realidad amalgamada y, por lo tanto, compleja de Latinoamérica, región rica en diversidad social y cultural, donde coexisten pueblos ancestrales, nuevas tecnologías, turismo, procesos de migración que generan mezclas culturales y «conforman sujetos heterogéneos sometidos y participantes de producciones culturales nuevas» que reproducen sus costumbres en la localidad receptora «acomodándolas y cambiándolas de sentido y signo» (Alfaro 1993, 63).

Reconocer la realidad comunicacional desde este enfoque permite elaborar estrategias como dispositivos de interpelación a la realidad local, con el fin de dinamizar la interacción y favorecer el ecodesarrollo. Se opta por estrategias de comunicación que convoquen espacios dialógicos donde converjan los diversos actores sociales que conforman la parroquia Canoa, analizando el tipo de relaciones existente de manera que sea factible la elaboración de un plan estratégico de comunicación enfocado en dinamizar el desarrollo sustentable dentro de la parroquia. Así, se busca fortalecer «la comunicación y la información como herramientas básicas que hagan del desarrollo un proceso centrado en las personas», para generar participación y cambios internos, considerando que el desarrollo se construye «desde dentro y desde abajo» (McCall 2011, 5) ya que, si viene de fuera como algo impuesto, no será un cambio perenne.

La acción del comunicador enactivo se enfoca en abordar la relevancia del contexto y la multidimensionalidad fluida de la comunicación, plantearla como encuentro, espacio y momento de construcción de la dinámica social que entiende la existencia de una realidad heterogénea, la importancia de desarrollar estrategias que respondan a esta fluidez

considerando que las acciones que se tomen en cualquier nivel de dicha realidad tiene repercusión constante y directa en la totalidad social.

Comprendiendo esta complejidad, la teoría de la CEE establece la relevancia de determinar las operaciones cognitivas para la aplicación de técnicas apropiadas que generen estrategias acorde con la realidad de la sociedad; a la vez, considera las «prerelaciones de clase, género, etnia, educación, generación, religión, tendencia política, ocupación social u otra identidad específica que marque la existencia de igualdades o diferencias, objetos de interacción y desarrollo» (Alfaro 1993, 62), a fin de establecer nexos a largo plazo entre los miembros de la comunidad.

De ahí la relevancia de identificar a los diferentes actores y beneficiarios, su rol e importancia social dentro de la parroquia, al igual que su nivel de participación (anexo 2). Con esta base, se propone generar discusión y propiciar compromiso determinando sus respectivos campos de acción en los proyectos planteados, identificando, y jerarquizando tanto las necesidades como los conflictos, al tiempo que se definen las estrategias, acciones y herramientas para subsanarlas. Consecuentemente, las propuestas obtenidas y consensuadas entre todos los actores son evidenciadas de manera concreta a todos los miembros de la parroquia, es así que todos los momentos se ven relacionados de manera concomitante con la comunicación.

CAPÍTULO TERCERO

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN PARA CANOA

DIAGNÓSTICO E IDENTIFICACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA COMUNICACIONAL

La administración actual de la parroquia, presidida por María Fernanda Loor Ganchozo, se ha enfocado en fortalecer los canales de comunicación entre las autoridades locales y los habitantes, dirigiendo sus acciones en el desarrollo sostenible de la parroquia; de ahí que, canales de información como la página web oficial del GAD y la red social Facebook hayan registrado incrementos en sus visitas y visualizaciones durante el período correspondiente al ejercicio de sus funciones.

El incremento de interacción en las plataformas digitales entre autoridades y ciudadanos parece reflejar un proceso donde los participantes «crean y comparten información entre sí con el propósito de alcanzar un entendimiento mutuo» (Obregón 2011, 3), considerando el contexto local para mantener canales de diálogo, especialmente entre las autoridades y los pobladores. De tal manera, como señala Alfaro (1993), esta dinámica parece «aportar a la construcción de una vocación y voluntad cotidiana por el diálogo, porque permitirá que una autoridad se vaya conformando a sí misma en relación con los gobernados».

En este sentido, las plataformas digitales del GAD parroquial, así como las independientes, se convierten en vehículos potentes para promover el valor añadido de la comunicación enfocado en el etnodesarrollo desde la equidad, la justicia social, participación activa y colaboración (McCall 2011). Considerando que la comunicación se inscribe como un derecho de segundo orden por su capacidad de habilitar otros derechos fundamentales para la sostenibilidad de los sistemas democráticos, esta dinámica sobrepasa la idea de la representación, promulgando la participación de todos los miembros de la sociedad generando una representación informada y legitimada por todos los miembros de la sociedad.

En la perspectiva de que «la comunicación es determinante para incrementar o disminuir la confianza» (Canel y Sanders 2010, 8), su práctica entre los actores sociales motiva a debatir sobre la mejor forma de avanzar en un proceso de colaboración, priorizando las tradiciones y valores culturales, reforzar el tejido social comunitario y dejando atrás procesos meramente informativos conducidos por expertos, para incorporar temas relevantes a diálogo y debates sin generar conflictos (Obregón 2011).

Si bien la acertada gestión para fortalecer las plataformas digitales del GAD parroquial ha logrado que su página web <https://www.canoa.gob.ec/> haya alcanzado 50k de visitas globales, con el 89 % de presencia *online*, visibilidad del 25 % manteniendo un tráfico orgánico mensual de 24 usuarios, con 1156 enlaces externos que conduce al sitio web, aún se visibilizan datos desactualizados con relación a los acontecimientos recientes en la parroquia, en comparación con las noticias que circulan en la red social oficial del GAD parroquial (<https://www.facebook.com/GADPCanoa>). Esta cuenta tiene 3838 seguidores e información actualizada con publicaciones constantes acerca de las actividades así como de los planes trazados por las autoridades además de un considerable tráfico de usuarios, como se evidencia de los reportes de presencia en internet y redes sociales expuesto a continuación en la tabla 1.

Tabla 1. Plantilla para reportes de presencia en internet y redes sociales del GAD parroquial Canoa

Página web	
https://www.canoa.gob.ec/	
Visitas totales	50k
Presencia online	89 %
Visibilidad	25 %
Seguridad	69 %
Velocidad	57 %
Puntuación	13
Tráfico orgánico mensual	24
Palabras clave orgánicas	115
Backlinks	1 156
Facebook	
https://www.facebook.com/GADPCanoa	
Seguidores	3838

Fuente y elaboración propias basadas en formatos de Iván Rodrigo-Mendizábal, 2021.

Un eje básico de la comunicación en la parroquia son los contenidos de entretenimiento, así como entrevistas en vivo en el medio digital TV Canoa que se emite a través de Facebook como @TvCanoa (<https://www.facebook.com/TvCanoa>), tal como se evidencia en la tabla 2. Este medio fue creado el 5 de marzo de 2021 y cuenta con 4,2 mil seguidores, 179 175 menciones con un rango de Me gusta de 405 489 hasta abril de 2022; la plataforma es trabajada en forma conjunta con las autoridades parroquiales para propiciar tanto el acercamientos como la participación de los actores sociales por medio de entrevistas, publicidad a negocios locales y cobertura de eventos, constituyéndose en un actor con capacidad de colectivización.

En este sentido, fue importante la consolidación de los canales de comunicación en las plataformas digitales como espacios para socializar información en temas como salud, orientación legal y familiar, además que se constituyen en herramientas para propiciar el diálogo y convocar a la participación ciudadana; de igual forma, sirven para reafirmar las tradiciones y valores culturales, así como reforzar los tejidos sociales comunitarios por medio de una comunicación tanto horizontal como

participativa, fomentando el fortalecimiento de los vínculos comunitarios, amplificando las voces de los grupos sociales y robusteciendo las organizaciones de base y la participación democrática.

Tabla 2. Plantilla para reportes de presencia en la red social Facebook del medio digital TV Canoa

Facebook	
@TvCanoa	
Grado	B-
Likes ganados en la página	4 257
Cantidad de usuarios que hablan sobre el cliente/producto	176
Rank de likes	405 489
Hablando de rangos	179 175
Rango de categoría	Por determinar

Fuente y elaboración propias basadas en formatos de Iván Rodrigo-Mendizábal, 2021.

La eficacia de los medios digitales de la parroquia ha acrecentado la participación de actores sociales, sin embargo, se encuentra limitada a quienes cuenten con las herramientas tecnológicas, la conectividad y el conocimiento necesario para usarlas; en este sentido, el manejo exclusivo de plataformas digitales como principal medio de comunicación por parte del gobierno local ha generado ruidos, distanciamiento y aislamientos comunicacionales especialmente en territorios con escasa señal de internet y complejo acceso vial, sin olvidar a los ciudadanos que desconocen el manejo de las plataformas digitales quienes, por lo tanto, quedan al margen de la información publicada en la web o la reciben de manera esporádica.

Tabla 3. VTC del proyecto IEC-Frase núcleo del problema

VTC del proyecto IEC	Herramienta n.º
Comunicación y desarrollo	01
Frase núcleo del problema	Fecha
	24/03/2022
Tema	Comunicación y desarrollo
Para quién	Parroquia Canoa
Frase núcleo de la VTC	Dificultad en la generación de procesos comunicativos entre los actores de la parroquia

Fuente y elaboración propias basadas en Massoni, 2013.

Por esta razón, se evidencia una ruptura de procesos comunicativos entre los actores que conforman la parroquia, en la práctica se ha generado distancia entre ellos frenando los proyectos y acciones de la parroquia, como se evidencia en la tabla 3 de VTC del proyecto IEC, en la frase núcleo del problema, que se despliega en la tabla 4 exponiendo los componentes y aspectos del problema.

Tabla 4. VTC del proyecto IEC-Componentes y aspectos del problema

VTC del proyecto IEC	Herramienta n.º
Comunicación y desarrollo	01
Componentes y aspectos del problema	Fecha
	24/03/2022
Frase núcleo de la VTC: Dificultad en la generación de procesos comunicativos entre los actores de la parroquia	
Componentes	Aspectos
Componente 1: <i>Técnico- comunicacional</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Señal de internet intermitente en algunos territorios y escasa en otros • Complejidad en la comunicación entre los actores • Complejidad de acceso a ciertas comunidades
Componente 2: Sociocultural	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de participación ciudadana en las acciones realizadas por el gobierno local para el desarrollo de la parroquia • Espacios limitados para integrar a los actores sociales • Desconocimiento en el uso de plataformas digitales y redes sociales
Componente 3: Administrativo	<ul style="list-style-type: none"> • Dificultad en la generación de espacios para fomentar la participación social • Socialización limitada de hechos que suceden en la comunidad y acciones que desarrolla el gobierno local en la parroquia • Transporte limitados para acceder a localidades y comunidades distantes

Fuente y elaboración propias basadas en Massoni, 2013.

Frente a estas limitaciones, el propósito de establecer estrategias comunicacionales es trabajar la combinación de la red relacional interna (inteligencia colectiva) con la relación externa (conectividad) a fin de generar «un sistema integral y notable de comunicación popular, basado en tecnologías elementales utilizadas creativamente y en conjunción con una organización comunitaria activa» (Beltrán 1993, 8), de manera que los habitantes de la parroquia puedan acceder a la información, comprenderla y adquirir confianza para generar acciones útiles en beneficio de la comunidad.

La elaboración de estrategias, a más de estructurar acciones comunicacionales con mensajes dirigidos a cumplir un objetivo, permitirá prevenir posibles falencias, vacíos de naturaleza comunicacional que se pudiesen generar, propiciando, por el contrario, acciones oportunas y adecuadas pues en tiempos de crisis la voz de confianza es la voz oficial; tomando en cuenta los niveles del problema por componente de la VTC del proyecto expuestas en la tabla 5 a continuación:

Tabla 5. VTC del proyecto IEC-Niveles del problema por componente

VTC del proyecto IEC	Herramienta n.º
Comunicación y desarrollo	01
Niveles del problema por componente de la VTC	Fecha 26/03/2022
Frase núcleo de la VTC: Dificultad en la generación de procesos comunicativos entre los actores de la parroquia	
Componente 1 de la VTC: <i>Técnico-comunicacional</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Señal de internet intermitente en algunos territorios y escasa en otros • Complejidad en la comunicación entre los actores • Complejidad de acceso a ciertas comunidades
Síntomas	<ul style="list-style-type: none"> • Zonas de difícil acceso • Dificultad en la generación de espacios y vínculos de comunicación • Caminos de libre y seguro tránsito solo en verano
Consecuencias	<ul style="list-style-type: none"> • Desconexión entre los habitantes de la parroquia • Desarrollo pasivo de la parroquia • Limitada comunicación entre comunidades
Causas próximas	<ul style="list-style-type: none"> • Geografía accidentada • Carencia de espacios para motivar la participación ciudadana • Caminos de uso seguro y constante en verano
Causas básicas	<ul style="list-style-type: none"> • Desconocimiento de la relevancia de la comunicación • Distancia entre las comunidades y los hechos que suceden en ellas • Geografía compleja para acceder a localidades
Componente 2 de la VTC: <i>Sociocultural</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de participación ciudadana en las acciones realizadas por el gobierno local para el desarrollo de la parroquia • Espacios limitados para integrar a los actores sociales • Desconocimiento en el uso de plataformas digitales y redes sociales
Consecuencias	<ul style="list-style-type: none"> • Presencia de desinformación y noticias falsas • Inactividad en la participación de ciertos actores sociales • Apatía por aprender e informarse acerca del uso de internet y sus aplicaciones
Síntomas	<ul style="list-style-type: none"> • Limitación del contacto y participación de comunidades alejadas físicamente • Intervención activa de pocos grupos • Brecha generacional en el uso de plataformas digitales

VTC del proyecto IEC Comunicación y desarrollo Niveles del problema por componente de la VTC		Herramienta n.º 01 Fecha 26/03/2022
Causas próximas	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicaciones lejanas con caminos de tránsito complejo • Gestión pasiva para generar espacios de interacción social • Educación digital a la población 	
Causas básicas	<ul style="list-style-type: none"> • Geografía accidentada y de tránsito complicado • Escasa infraestructura física para incentivar la interacción social • Dificultad en el uso de tecnologías 	
Componente 3 de la VTC: <i>Administrativa</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Dificultad en la generación de espacios para fomentar la participación social • Socialización limitada de hechos que suceden en la comunidad y acciones que desarrolla el gobierno local en la parroquia • Transporte limitados para acceder a localidades y comunidades distantes 	
Síntomas	<ul style="list-style-type: none"> • Grupos sociales incomunicados y desinformados • Limitado acceso a información de las acciones gubernamentales y el entorno de la parroquia • Desconexión espacial de pobladores 	
Consecuencias	<ul style="list-style-type: none"> • Hermetismo de los grupos sociales y pobladores • Intervención ciudadana pasiva en acciones benéficas de la parroquia • Poco contacto con los ciudadanos de localidades alejadas 	
Causas próximas	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión pasiva en la generación de espacios y herramientas de participación • Inercia en informarse acerca de la realidad cercana • Caminos de verano que dificultan la conexión continua con pobladores 	
Causas básicas	<ul style="list-style-type: none"> • Escasa infraestructura para la participación ciudadana • Pasividad por fomentar comunicación e interacción • Mejora de caminos que faciliten el tránsito y transporte integrado en la parroquia 	

Fuente y elaboración propias basadas en Massoni, 2013.

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA GENERAR ESPACIOS DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA

Dentro del proyecto se aborda a la comunicación estratégica como un «algoritmo fluido de la diversidad» (Massoni 2014, 104) pertinente, dada la heterogeneidad de la población en la parroquia San Andrés de Canoa evidente en los diferentes estilos de vida, maneras de relacionarse, intereses, conocimientos, tradiciones y aspiraciones; de ahí la necesidad de implementar un plan de comunicación estratégica para el etnodesarrollo como espacio relacionante de la diversidad social,

considerando el contexto local como eje determinante en la toma de decisiones, cuyas características principales se describen a continuación.

OBJETIVO GENERAL

Elaborar estrategias de comunicación como apoyo para dinamizar proyectos de desarrollo local coherente y sostenible, impulsando la participación de los habitantes de la parroquia.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Fortalecer las plataformas digitales oficiales del GAD parroquial e incrementar nuevas redes adicionales adecuadas al perfil de los habitantes.
2. Generar acciones comunicativas con programas y proyectos enfocados a comunidades lejanas que no cuenten con señal de internet o sean ajenos al uso de las plataformas digitales.
3. Fomentar la participación social generando espacios de encuentro y diálogo.

ACTORES

Identificar a los actores semióticos y simbióticos de la parroquia es sumamente relevante al momento de elaborar estrategias comunicacionales como apoyo para dinamizar los proyectos de desarrollo local. El aporte de sus saberes, su jerarquía, la relación entre ellos, el ejercicio de sus funciones y campos de acción definen las estrategias, acciones y presupuestos en los que se fundamenta el plan de comunicación.

En la parroquia se han identificado a actores gubernamentales con relación jerárquica, a actores sociales con relaciones heterárquicas y a la ciudadanía en general; entre ellos se han identificado específicamente a la Prefectura de la provincia de Manabí, al GAD del cantón San Vicente, a varias autoridades del GAD parroquial, a la Asociación de Gobiernos Parroquiales Rurales de la provincia de Manabí, al Cuerpo de Bomberos del cantón San Vicente y a la Asamblea ciudadana local.

Otros actores a considerar son: Comisaría Municipal de Canoa, compañías de taxis de la parroquia, Biblioteca Municipal, Asociación de Pescadores de la parroquia, Cooperativa de Pescadores Puerto Canoa, Asociación de Vendedores de Bisutería y Artículos Varios, Asociación de Carperos de Canoa, Asociación de Hoteleros de Canoa,

Asociación de Cabañas Prestadoras de Servicios Turísticos de Canoa, Asociación de Integración de Discapacitados y Adultos Mayores, instituciones educativas, Comisaría Nacional de Policía, Centro de Salud Canoa, Albergue Canoa, Unidad de Policía Comunitaria Canoa, Tendencia Política de Canoa, presidentes de las comunidades Río Muchacho, Río Canoa, Tabuchila, La Unión Arriba, El Achiote, La Tranca, Nuevo Briceño, Ambache, Sufrimiento, Puerto Cabuyal, Cabuyal, Pasa Borracho, La Badea, Valle de Hacha, Zapallo, Muyuyal, medio de comunicación local digital TV Canoa, plataformas digitales oficiales del GAD parroquial, cantonal y provincial y medios de comunicación cantonales y provinciales.

MENSAJE

Informar a los ciudadanos y actores sociales de los proyectos que se ejecutan en una localidad; a la vez, incentivar a los ciudadanos a participar en charlas y seminarios sobre los temas complejos de interés público, esto implica posibilitar que todos los ciudadanos tengan tanto interés como conocimiento sobre la realidad local; para ello hay que usar información comprensible y de lenguaje cotidiano basado en los códigos locales de comunicación.

El mensaje a transmitir debe concatenarse con dos objetivos: propiciar la participación social y posibilitar el encuentro alrededor de los proyectos de desarrollo planteado por el GAD Parroquial Rural San Andrés de Canoa. En tal dirección, el mensaje central se plantea: «De cada uno depende el destino de todos, cada uno tiene conocimientos y experiencias que otros no. Por ello, la opinión individual es valiosa para construir un Canoa mejor, una mejor vida. Infórmate y participa en temas de desarrollo parroquial».

Basado en esa narrativa central, se ha planteado elaborar mensajes que se adapten a la difusión de cada área de trabajo del plan de desarrollo. Asimismo, como parte del fortalecimiento de las plataformas digitales se plantea preparar *posts* con el uso *hashtags* como:

#CanoaJuntosPodemosHacerlo,
#CanoaMeImporta,
#CanoaJuntosPorElDesarrollo
#CanoaUnidosDePieAlProgreso
#MejorCanoaMejorVida.

ESTRATEGIAS

Las estrategias planteadas en la tabla 6 a continuación, se enfocan en crear comunidad y participación de los ciudadanos en temas de relevancia social, propiciar que el acceso a la información sea generalizado en todo el territorio parroquial y que se produzca un intercambio oportuno de datos que sirva de apoyo en el desarrollo local.

Tabla 6. Estrategias y tácticas realizadas a partir de los objetivos específicos

Objetivos específicos	Estrategias	Tácticas
<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer las plataformas digitales oficiales del GAD parroquial e incrementar nuevas redes adicionales adecuadas al perfil de los habitantes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener actualizada la información de la página web con datos relevantes de la parroquia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crear una página con énfasis en el mensaje propuesto, procurando generar palabras clave para posicionarse en los motores de búsqueda. • Añadir un mapa de sitio web para que los usuarios puedan acceder de manera sencilla a información de interés de manera simple, limpia y coherente. • Ingresar información faltante en varias pestañas de la página web con datos concretos, de fácil acceso y relevante como noticias, programas de eventos, sucesos importantes y espacios habilitados para realizar turismo. • Actualizar los datos existentes en la página web y habilitar funciones de atención a usuarios al igual que exponer los espacios de turismo comunitario de la parroquia.
	<ul style="list-style-type: none"> • Vincular la página web con las redes sociales de manera que la información se amplíe y detalle con productos multimedia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Facilitar el acceso a la página web socializando del sitio por redes sociales. • Registrar el sitio web en directorios locales y cantonales de manera que sea ampliamente conocido. • Establecer vínculos entre la página web y las redes sociales de manera que al entrar en una se tenga acceso a las demás creando una red de conexión dentro de ellas.
	<ul style="list-style-type: none"> • Crear nuevos espacios digitales que faciliten el acceso a la información por medio de productos multimedia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crear un canal de YouTube de la parroquia para generar contenido multimedia que exponga las noticias, eventos relevantes, exponer espacios destinados al turismo, aplicando los <i>hashtags</i> propuestos en el mensaje. • Crear una cuenta de Twitter de manera que se pueda compartir, intercambiar y descubrir información en tiempo real con afiches y pastillas de video, aplicando los <i>hashtags</i> propuestos en el mensaje. • Implementar el manejo profesional de redes sociales y sitios web con la participación de un <i>community manager</i> de manera que se ubiquen en tendencia los <i>hashtags</i> relacionados con la parroquia.

Objetivos específicos	Estrategias	Tácticas
<ul style="list-style-type: none"> • Generar acciones comunicativas con programas y proyectos enfocados a comunidades lejanas que no cuenten con señal de internet o sean ajenos al uso de las plataformas digitales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Conformar equipos multidisciplinarios que cuenten con pantallas móviles dinámicas que lleven información actualizada a las comunidades distantes. • Generar un programa comunicacional con autoridades del GAD parroquial que se emitirá desde diferentes territorios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Visitar las comunidades para involucrar personalmente a los ciudadanos en los contenidos de productos comunicacionales a fin de conocer experiencias y opiniones, y que expresen sus inquietudes y dudas. • Generar espacios de interacción presencial permanente alrededor de espacios educativos y los comités ciudadanos que tienen representatividad, para consolidar relaciones de confianza entre los diversos actores locales. • Movilizar pantallas a las comunidades para exhibir una vez por semana noticias de la parroquia, videos de los proyectos elaborados y planes de las actividades a realizar referentes a los ejes relevantes de la parroquia como economía, educación, agricultura y pesca, principalmente. • Elaborar una vez por semana el programa <i>La ruta del desarrollo</i> como producción rotativa desde una comunidad diferente cada vez, que se transmitirá en redes sociales y la página web, y se abordarán temas de interés para la comunidad, en particular, y la parroquia, en general.
<ul style="list-style-type: none"> • Fomentar la participación social generando espacios de encuentro y diálogo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar eventos semestrales donde se convoque al público en general para dar rendición de cuentas e interactuar entre los ciudadanos. • Organizar eventos relacionados con proyectos de desarrollo especialmente si coinciden con fechas relevantes de índole local o global, como el Día de la Tierra. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer o, si es el caso, crear espacios de diálogo entre autoridades y ciudadanos acerca de temas relevantes para el desarrollo local, como espacios permanentes de rendición de cuentas. • Convocar a los ciudadanos en todas las comunidades por medio de perifoneo, páginas web y redes sociales a las actividades a realizarse en los eventos semestrales. • Talleres de participación que aborden temas relacionados con los proyectos de desarrollo como pesca artesanal segura, espacios apropiados para el turismo comunitario, comercialización de productos y servicios con beneficios para todos, con la participación de expertos en los temas. • Los talleres y eventos se pueden organizar con sedes en las diferentes comunidades de acuerdo al interés y especialización de cada comunidad. • Los eventos serán transmitidos por la página web y redes sociales de manera que exista interacción directa con los usuarios digitales nacionales e internacionales. • Invitar a medios de comunicación, locales, cantonales, provinciales y nacionales a fin de socializar los talleres y eventos de la parroquia.

Fuente y elaboración propias.

Todas las actividades ubican a la comunicación como eje central en la construcción de relaciones de confianza a largo plazo entre los diversos actores, a fin de impulsar el trabajo conjunto en actividades de interés común y fortalecer vínculos entre ciudadanía y gobierno local, lo que apoya la ejecución de proyectos prioritarios de desarrollo como la industrialización de maracuyá a través del manejo adecuado de los cultivos, el rendimiento técnico de productos agrícolas endémicos como el maíz, banano, café, cacao, por medio de la implementación de fincas integrales, huertos orgánicos comunitarios, capacitación y construcción de sistemas de riego, además de la legalización de tierras.

Adicionalmente, el plan estratégico aquí propuesto concibe a la comunicación como una herramienta de educación que puede abordar pedagógicamente temas relevantes, por ejemplo, en el ámbito forestal, superar adecuadamente el problema de la tala y quema indiscriminada de bosques para la agricultura, en especial durante los meses de diciembre y enero cuando generalmente se llevan a cabo este tipo de actividades debido a que se encuentran cerca las primeras lluvias del año; con ello se impediría que esas prácticas afecten gravemente a los ceibos nativos de la zona, se repotenciaría la cultura campesina local y se recuperaría pertenencia identitaria a la parroquia.

Abordar la comunicación como una herramienta de educación y de repotenciamiento de la cultura local proporciona técnicas para impulsar los proyectos enfocados en turismo comunitario. Al aprovechar la belleza natural endémica de la parroquia, es posible determinar acciones para atraer turistas nacionales y extranjeros sin que estas actividades conlleven a la destrucción de hábitats; a consecuencia de ello, los negocios locales enfocados a esta actividad económica se verán beneficiados y, por consiguiente, la parroquia.

CRONOGRAMA

La temporalidad planteada para la ejecución de las estrategias de comunicación es de un año, tras lo cual se evaluarán sus logros, alcance y disposición para recibir los mensajes y determinar el grado de participación de los actores, la colaboración en los proyectos, las actividades ejecutadas, en definitiva, el alcance de los objetivos planteados. Las actividades estipuladas en la tabla 7 se despliegan por semanas, puntualizado

las que se van a realizar a lo largo de los doce meses, tiempo en el cual se realizará una evaluación de las estrategias planteadas para alcanzar los objetivos del plan de comunicación.

PRESUPUESTO REFERENCIAL

Las estrategias de comunicación propuestas en la tabla 8 requieren contar con recursos financieros específicos para su ejecución, conocer de manera clara el costo en la utilización de equipos, herramientas y personal especializado permite priorizar acciones, así como posicionar una inversión enfocada a la comunicación dentro de los gastos generales y, por lo tanto, contar con presupuesto para su realización.

Tabla 8. Presupuesto referencial

Acciones	Detalles	Costos
<ul style="list-style-type: none"> • Añadir descripción de página con énfasis en el mensaje propuesto procurando generar palabras clave para posicionarse en los motores de búsqueda. 		
<ul style="list-style-type: none"> • Añadir un mapa de sitio web para que los usuarios puedan acceder de manera sencilla a información de interés de manera simple, limpia y coherente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Contratación de diseñador y programador web 	USD 800,00
<ul style="list-style-type: none"> • Ingresar información faltante en varias pestañas de la página web con datos concretos, de fácil acceso y relevante. 		
<ul style="list-style-type: none"> • Actualizar los datos existentes en la página web y habilitar funciones de atención a usuarios. 		
<ul style="list-style-type: none"> • Facilitar el acceso a la página web socializando el sitio por redes sociales. 		
<ul style="list-style-type: none"> • Registrar el sitio web en directorios locales y cantonales de manera que sea ampliamente conocido. 	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios efectuados por autoridades y trabajadores del GAD parroquial 	USD 0,00*
<ul style="list-style-type: none"> • Establecer vínculos entre la página web y las redes sociales de manera que al entrar en una se tenga acceso a las demás, creando una red de conexión dentro de ellas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Contratación de diseñador y desarrollador web 	USD 0,00**
<ul style="list-style-type: none"> • Crear un canal de YouTube de la parroquia, para generar contenido multimedia que exponga las noticias y acciones que se realizan, aplicando los <i>hashtags</i> propuestos en el mensaje. 	<ul style="list-style-type: none"> • Programas de edición de video 	USD 20,99
	<ul style="list-style-type: none"> • Contratación de <i>community manager</i> 	USD 500,00 x 12 meses = USD 6000,00

Acciones	Detalles	Costos
<ul style="list-style-type: none"> • Crear una cuenta de Twitter de manera que se pueda compartir, intercambiar y descubrir información en tiempo real con afiches y pastillas de video, aplicando los <i>hashtags</i> propuestos en el mensaje. 	<ul style="list-style-type: none"> • Programas de edición de productos comunicacionales fotográficos y diseño de afiches, como Illustrator y Photoshop. 	USD 40,99
<ul style="list-style-type: none"> • Implementar el manejo profesional de redes sociales y páginas web con la participación de un <i>community manager</i> de manera que se ubiquen en tendencia los <i>hashtags</i> relacionados con la parroquia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Contratación de <i>community manager</i> 	USD 0,00*
<ul style="list-style-type: none"> • Visitar las comunidades para involucrar a los ciudadanos en la realización de productos comunicacionales (multimedia y fotográfico) a fin de conocer experiencias y opiniones, y que expresen sus inquietudes y dudas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte, combustible, alimentación y refrigerio 	USD 0,00**
	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte, combustible, alimentación y refrigerio 	USD 60,00 x 48 semanas = USD 2880,00
<ul style="list-style-type: none"> • Movilizar pantallas a las comunidades una vez por semana con noticias de la parroquia, videos de los proyectos elaborados y planes de las actividades a realizar. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pantalla de proyección manual 96" fijación de barra superior 	USD 141,12
	<ul style="list-style-type: none"> • Proyector portátil multimedia con entrada de varios puertos HDMI, USB, audio, se conecta con celulares 	USD 179,99
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar una vez por semana el programa <i>La ruta del desarrollo</i>, desde una comunidad diferente, que se transmitirá en redes sociales y la página web, y se abordarán temas de interés para la comunidad, en particular, y la parroquia, en general. 	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte, combustible, alimentación y refrigerio 	USD 0,00**
	<ul style="list-style-type: none"> • Pantalla de proyección y proyector portátil 	USD 0,00**
	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte de mesas, sillas y manteles 	USD 0,00**
	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Community manager</i> para la transmisión en vivo 	USD 0,00**

Acciones	Detalles	Costos
	• Transporte de mesas, sillas y manteles	USD 20,00*2 = USD 40,00
• Determinar espacios de diálogo entre autoridades y ciudadanos acerca de temas relevantes para el desarrollo local en espacios y rendición de cuentas.	• <i>Community manager</i> para la transmisión en vivo	USD 0,00**
	• Convocar a medios de comunicación, esencialmente a cantonales y provinciales	USD 0,00*
	• <i>Community manager</i> para la transmisión en vivo	USD 0,00**
• Convocar a los ciudadanos en todas las comunidades por medio de perifoneo, páginas web y redes sociales a las actividades a realizarse en los eventos semestrales.	• Kit sonido perifoneo megáfono, amplificador y bocina	USD 84,99
	• Transporte	USD 30,00*2 = USD 60,00
	• Transporte, combustible, alimentación y refrigerio	USD 60,00 x 12 meses = USD 720,00
	• Transporte de mesas y sillas	USD 25,00
• Talleres de participación que aborden temas relacionados con los proyectos de desarrollo como pesca artesanal segura y comercialización con beneficios para todos, con la participación de expertos en los temas.	• Contratación de especialistas en el tema	U S D 500,00***
	• Pantalla de proyección y proyector portátil	USD 0,00**
	• <i>Community manager</i> para la transmisión en vivo	USD 0,00**
• Los talleres y eventos se pueden organizar con sedes en las diferentes comunidades de acuerdo al interés y especialización de cada comunidad.	• Transporte del equipo necesario como mesas, sillas, pantalla de proyección, proyector portátil y personal necesario involucrado	USD 25,00

Acciones	Detalles	Costos
<ul style="list-style-type: none"> • Los eventos serán transmitidos por la página web y redes sociales de manera que exista interacción directa con los usuarios digitales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte del equipo necesario como mesas, sillas, pantalla de proyección, proyector portátil y personal necesario involucrado 	USD 0,00**
	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Community manager</i> para la transmisión en vivo 	USD 0,00**
<ul style="list-style-type: none"> • Invitar a medios de comunicación, locales, cantonales, provinciales y nacionales a fin de socializar los talleres y eventos de la parroquia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Invitaciones y comunicados de prensa a través de correo electrónico 	USD 0,00*
Gastos imprevistos		USD 300,00
TOTAL		USD 11 672,09

* El valor marca USD 0,00 considerando que son actividades que realizan personal que ya labora en el GAD parroquial o no constituyen un gasto extra.

** El valor marca en USD 0,00 ya que por el mismo costo se ha considerado en otras actividades.

***El valor es referencial; en este caso se procurará realizar convenios con universidades, ministerios e instituciones públicas, privadas, nacionales e internacionales, para lograr la colaboración de especialistas.

Fuente y elaboración propias.

Los costos expuestos en el num. 2.7 corresponden a un presupuesto referencial y pueden ser vistos como inversión, pues en su mayoría son aplicables solo para el primer año, especialmente en la adquisición de nuevos equipos que no deberán ser adquiridos en temporalidad próxima. Por lo tanto, el valor total de once mil seiscientos setenta y dos dólares con nueve centavos se verá considerablemente reducido el siguiente año, posterior a la evaluación del presente plan estratégico de comunicación.

METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

Al concluir el tiempo propuesto en el proyecto estratégico de comunicación, se realizará una evaluación de la efectividad de las estrategias propuestas, las tácticas empleadas y los recursos aplicados, al igual que su impacto y relevancia en la parroquia San Andrés de Canoa.

Los criterios de seguimiento y evaluación que se ejecutarán para el presente plan estratégico de comunicación se adaptarán de acuerdo con las acciones propuestas; en razón de ello, será posible mantener un seguimiento de la efectividad de las acciones planteadas, de esta manera evaluar las tácticas y estrategias ejecutadas con el propósito de alcanzar los objetivos propuestos, como se evidencia en la tabla 9 donde se detalla los criterios de seguimiento y evaluación del plan propuesto.

Tabla 9. Criterios de seguimiento y evaluación

Acciones	Criterios de seguimiento y evaluación
<ul style="list-style-type: none"> • Añadir descripción de página con énfasis en el mensaje propuesto procurando generar palabras clave para posicionarse en los motores de búsqueda. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las presentes acciones serán evaluadas por medio de métricas, es decir, con la aplicación de programas de medición de la actividad e interacción digital se elaborarán reportes semestrales e informes donde se plasmen datos de la presencia en internet de las plataformas digitales y redes sociales del GAD parroquial. En páginas como Similarweb, Ionos, Neilpatel, Twitonomy, Unionmetrics, Socialblade y otras similares, es posible contar con información acerca del alcance, la repercusión, el tráfico y otros datos que permiten determinar el estado, así como la evolución, aceptación y efectividad tanto de la página web como de las redes sociales. • Con el propósito de evaluar la aceptación de los habitantes y actores sociales, se recurrirá a la aplicación de encuestas de satisfacción a los ciudadanos de las comunidades, con el propósito de definir las fortalezas y debilidades tanto de la página web como de las redes sociales, de igual manera, el impacto y aceptación de las acciones aplicadas en los usuarios.
<ul style="list-style-type: none"> • Añadir un mapa de sitio web para que los usuarios puedan acceder de manera sencilla a información de interés de manera simple, limpia y coherente. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Ingresar información faltante en varias pestañas de la página web con datos concretos, de fácil acceso y relevante. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Actualizar los datos existentes en la página web y habilitar funciones de atención a usuarios. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Facilitar el acceso a la página web socializando el sitio por redes sociales. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Registrar el sitio web en directorios locales y cantonales de manera que sea ampliamente conocido. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Establecer vínculos entre la página web y las redes sociales de manera que al entrar en una se tenga acceso a las demás creando una red de conexión dentro de ellas. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Crear un canal de YouTube de la parroquia, para generar contenido multimedia que exponga las noticias y acciones que se realizan aplicando los <i>hashtags</i> propuestos en el mensaje. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Crear una cuenta de Twitter de manera que se pueda compartir, intercambiar y descubrir información en tiempo real con afiches y pastillas de video, aplicando los <i>hashtags</i> propuestos en el mensaje. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Implementar el manejo profesional de redes sociales y páginas web con la participación de un <i>community manager</i> de manera que se ubiquen en tendencia los <i>hashtags</i> relacionados con la parroquia. 	

Acciones	Criterios de seguimiento y evaluación
<ul style="list-style-type: none"> • Visitar las comunidades para involucrar a los ciudadanos en la realización de productos comunicacionales a fin de conocer experiencias y opiniones, y que expresen sus inquietudes y dudas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se evaluará por medio de encuestas de satisfacción, a fin de monitorear tanto el impacto como la aceptación de las acciones y herramientas comunicacionales aplicadas de manera que se puedan determinar las fortalezas para potenciarlas y subsanar las debilidades.
<ul style="list-style-type: none"> • Movilizar pantallas a las comunidades una vez por semana con noticias de la parroquia, videos de los proyectos elaborados y planes de las actividades a realizar. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se realizarán entrevistas focalizadas a un grupo muestra con el propósito de evaluar la acogida de las tácticas ejecutadas, evidenciar las falencias y mejorar la experiencia de los parroquianos, poniendo especial énfasis en el programa en vivo, la participación de los ciudadanos en la realización de los productos comunicacionales y la transmisión en las pantallas móviles y plataformas digitales.
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar una vez por semana el programa <i>La ruta del desarrollo</i>, desde una comunidad diferente, que se transmitirá en redes sociales y la página web, y se abordarán temas de interés para la comunidad, en particular, y la parroquia, en general. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Determinar espacios de diálogo entre autoridades y ciudadanos acerca de temas relevantes para el desarrollo local en espacios y rendición de cuentas. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Convocar a los ciudadanos en todas las comunidades por medio de perifoneo, páginas web y redes sociales a las actividades a realizarse en los eventos semestrales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se evalúa con la asistencia a los eventos de los ciudadanos convocados, esto sería por medio de la entrega de presentes a los asistentes, de acuerdo al evento que se esté desarrollando, como semillas, lápices ecológicos, bolsas de reciclaje, entre otros, adquiriendo una cantidad tentativa según cálculos previos de densidad de asistencia y, al final del evento, evaluar los restantes o faltantes.
<ul style="list-style-type: none"> • Talleres de participación que aborden temas relacionados con los proyectos de desarrollo como pesca artesanal segura y comercialización con beneficios para todos, con la participación de expertos en los temas. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Los talleres y eventos se pueden organizar con sedes en las diferentes comunidades de acuerdo al interés y especialización de cada comunidad. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Los eventos serán transmitidos por la página web y redes sociales de manera que exista interacción directa con los usuarios digitales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Para evaluar el impacto en las plataformas digitales de los eventos y talleres en los asistentes, se acudirá a la información de las transmisiones en vivo y, posterior al evento, a la aplicación de encuestas digitales.
<ul style="list-style-type: none"> • Invitar a medios de comunicación, locales, cantonales, provinciales y nacionales a fin de socializar los talleres y eventos de la parroquia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se evaluará a través de un monitoreo de medios haciendo énfasis a la temporalidad posterior a la ejecución de talleres y eventos de la parroquia.

Fuente y elaboración propias.

Conforme a las acciones expuestas en la tabla 9, las correspondientes a las plataformas digitales se evaluarán a través de programas de medición de la actividad e interacción digital, la elaboración de reportes de presencia en internet y redes sociales en páginas como Similarweb, Ionos, Neilpatel, Twitonomy, Unionmetrics, Socialblade, entre otras, las cuales arrojan información acerca del alcance, la repercusión, el tráfico y demás datos que permiten determinar el estado, evolución, aceptación y efectividad tanto de la página web como de las redes sociales.

Además de aplicar las métricas, se empleará un cuestionario a los habitantes de la parroquia acerca de la percepción que han tenido de las plataformas digitales en el último año, destinar un espacio determinado para solicitar sugerencias de cómo mejorar su experiencia en las plataformas digitales; las visitas y acciones que se realizarán a las comunidades, especialmente a aquellas que no cuentan con acceso a internet o señales inalámbricas, con el uso de las pantallas móviles; la recepción del programa *La ruta del desarrollo*; la rendición de cuentas y los talleres de participación. El método de evaluación que se aplicará es la realización de encuestas de satisfacción, permitirá monitorear la acogida y efectividad tanto de las tácticas como de las herramientas comunicacionales ejecutadas, para ser aplicadas en la primera visita a las comunidades del siguiente año. Se realizarán entrevistas puntuales a fin de evaluar el grado de aceptación y recoger sugerencias para mejorar la experiencia de los parroquianos.

CONCLUSIONES

La metodología aplicada en la elaboración de las estrategias de comunicación que se plantean en el proyecto, está enfocada en realizar un acercamiento diferente empleando la CEE y la IEC, que asume la «complejidad comunicacional reconociendo las transformaciones impulsadas desde una participación auténtica» (Massoni, Uranga y Longo 2018, 42). Se emplearon MS procurando generar diálogo entre los actores al considerar la diversidad existente en la parroquia para sobrepasar la idea de comunicación tradicional enfocada en la homogeneización de la sociedad.

A través del trabajo realizado se evidencia la importancia de la participación de los ciudadanos para subsanar los problemas sociales e impulsar el desarrollo local que constituye el más sustentable en la realidad del país y, de manera más puntual, en la parroquia Canoa. La comunicación constituye un canal que, aplicado de manera efectiva y coherente, dinamiza la participación ciudadana, propicia la interacción entre los actores sociales y genera espacios de interacción.

La importancia de establecer estrategias es orientar la comunicación existente dentro de la parroquia, esencialmente de naturaleza informal, hacia un objetivo más concreto que sea de provecho para los habitantes no solo a corto plazo sino que se mantenga perenne a lo largo del tiempo; en este sentido, las autoridades actuales han fortalecido los medios de comunicación a través de Facebook y la página web del GAD

parroquial, estableciendo canales de comunicación oficiales para socializar las acciones que se realizan en la parroquia y emitir información necesaria para los residentes.

La existencia de un medio comunicacional propio de la parroquia como TV Canoa, también posibilitará socializar, por medio de Facebook, una de las redes sociales con más tráfico de usuarios, los paisajes únicos de la parroquia, con un enfoque más turístico y comercial que permite exponer los negocios existentes y las actividades turísticas que se pueden realizar dentro de la parroquia; paulatinamente, ir abordando temas políticos, como entrevistas a autoridades, y cobertura de eventos que se realizan dentro de la localidad.

La presencia de medios de comunicación digitales ha creado espacios de interacción por medio de Facebook, donde los usuarios pueden expresarse a través de reacciones y comentarios acerca de las acciones que se realizan dentro de la parroquia, siendo ya un espacio que facilita la participación, la información e involucramiento de las personas.

En el presente trabajo se busca fortalecer los ya existentes medios digitales, acompañándose de otros espacios en la web que no se han abordado, también se pretende generar medios de comunicación que sean accesibles a aquellos sectores donde no se cuenta con señal de internet constante o desconozcan el uso y manejo de plataformas digitales, procurando incluir a todos los residentes, de manera que estén al tanto de los acontecimientos que suceden en su parroquia.

Con el diseño de estrategias de comunicación para dinamizar la interacción y desarrollo en la parroquia San Andrés de Canoa, se procura propiciar la participación de los miembros de la sociedad y de sus mandatarios en la toma de decisiones relacionadas con el bien común, de manera que las acciones que se ejecuten estén en sintonía con la realidad local y no se intente aplicar un modelo de desarrollo importado y ajeno a las características de la parroquia.

Comprendiendo la relevancia de la comunicación como parte esencial en los procesos de desarrollo e interacción en la parroquia a través de fomentar el diálogo, el intercambio de ideas y generar debate, se fomentan cambios significativos, sustentables y generados desde la cultura local, así como desde la experiencia histórica de la parroquia con los recursos humanos, naturales y económicos, adaptados a sus valores y aspiraciones.

Los estudios académicos e institucionales que se han enfocado a la comunicación para el desarrollo han permitido destacar su relevancia en los territorios y sociedades, especialmente de Latinoamérica, que cuenta con alto índice de heterogeneidad entre sus habitantes. Ha sido evidente que los procesos tradicionales de comunicación no cumplen con sus propósitos en las sociedades con significativo grado de diversidad, esta realidad ha llevado a que teóricos y académicos generen un tipo de comunicación que dinamice el desarrollo, a la vez que responda a las necesidades locales particulares en cada sociedad.

La comunicación es un elemento relevante en los enfoques de desarrollo de una localidad, ya que su función va más allá de emitir información bajo los modelos tradicionales de elaborar y emitir un mensaje; se ha constatado a través del presente proyecto, la importancia del papel de la comunicación en la generación de espacios de convergencia para propiciar participación y diálogo entre los actores sociales, con el fin de identificar los problemas que se presentan en una sociedad, reconocer sus causas, consecuencias y responsables con el objetivo de subsanarlas de una manera sustentable a la vez sostenible, por medio de la participación conjunta de habitantes y autoridades.

La importancia de contar con la intervención de la sociedad civil y representantes de asociaciones faculta a las autoridades a tomar en cuenta tanto sus necesidades como sus conocimientos tradicionales para generar programas de desarrollo sustentables y sostenibles; en este sentido, las acciones comunicacionales también contarán con esta característica pragmática y coadyuvarán en su aplicación.

Contando con dicha información, las autoridades y gobiernos locales cuentan con las facultades de encauzar sus acciones en el fortalecimiento y desarrollo de la comunidad, que a su vez contribuye con la elaboración de una comunicación adecuada y oportuna para la realidad local suscitando confianza, simpatía y credibilidad entre los actores sociales, gobernantes y gobernados.

La comunicación para el desarrollo se enfoca en fomentar el diálogo y la participación como eje fundamental para favorecer el diálogo, de esta manera gestar estrategias que apoyen los proyectos diseñados; producir el intercambio de ideas genera el debate, el entendimiento de los procedimientos políticos, la confianza y la generación de acciones conjuntas para lograr que un cambio significativo de etnodesarrollo

basado en su cultura, experiencia histórica, recursos reales y potenciales, sea posible.

Elaborar un plan estratégico de comunicación tomando en cuenta todas las consideraciones sociales, culturales y territoriales, constituye un apoyo en los proyectos de desarrollo que, como se ha podido evidenciar a lo largo de estas páginas, sobrepasa la idea general de transmitir información que suele acompañar a la comunicación; en esta línea de aplicación, la comunicación trabaja desde un enfoque multidireccional, generando espacios de diálogo e interrelación, propiciando la participación e interés de los actores sociales en la comunidad, la implicación activa de nuevas tecnologías y el rescate de las tradiciones, con el propósito central de consolidarse como una adhesión relevante al desarrollo de las sociedades en provecho del bien común.

Las estrategias, tácticas y acciones propuestas en el presente plan de comunicación la ubican como elemento esencial en la cimentación de relaciones de confianza a largo plazo entre los diversos actores sociales, con el objetivo de facilitar la participación y el apoyo en la ejecución de proyectos prioritarios de desarrollo, así como potenciar el trabajo comunitario en actividades de interés colectivo; en consecuencia, se fortalecerían los vínculos entre ciudadanía y gobierno local.

Con estas consideraciones, es posible concluir que la comunicación funge, además, como una herramienta que fomente la educación ya que tiene tanto la capacidad de abordar pedagógicamente temas de relevancia para la sociedad como un mecanismo para repotenciar la cultura local e identitaria a las comunidades, sin alienarla.

Se evidenció, además, la importancia de fortalecer y orientar la comunicación hacia un objetivo concreto que sea conveniente para los habitantes, autoridades y visitantes, tanto a corto como a largo plazo, procurando llegar a todos los espacios de la parroquia, especialmente a los territorios que tienen limitado acceso en el uso de las nuevas tecnologías de información y comunicación.

Respecto al interrogante inicial planteado acerca de la factibilidad en la intervención que ejerce la comunicación dentro de los proyectos de etnodesarrollo en la parroquia, es posible determinar que frente a la pasividad en los procesos comunicativos entre los diversos actores sociales así como el distanciamiento que esta realidad genera en la parroquia, se ha evidenciado un perjuicio tanto en los proyectos como

en las acciones de desarrollo local, produciendo una brecha entre los habitantes, líderes sociales y autoridades que generan soluciones de manera aislada frente a inconvenientes de acción colectiva ralentizando el desarrollo de la parroquia.

En este sentido, la limitación de espacios de interacción social solo ha evidenciado la relevancia de la comunicación en los procesos de desarrollo local, así como su planificada y estratégica aplicación posibilita la dinamización de los proyectos de etnodesarrollo de la parroquia favoreciendo en la producción de soluciones sustentables a las problemáticas locales sin prescindir el enfoque de complejidad y heterogeneidad propias de la parroquia, procurando generar espacio de diálogo de saberes de manera que surjan resultados idóneos para el bien común.

Dentro del objetivo central planteado, referente a identificar las falencias presentes en los procesos de comunicación como factores que coartan el desarrollo de la parroquia, han sido determinadas a lo largo del presente trabajo, así como la manera en que su presencia avala la ralentización de los proyectos de desarrollo local; a través de la ejecución de las estrategias, se ha procurado reconocer los esquemas comunicativos adecuados que subsanen dichas falencias.

Someter a análisis el tipo de relaciones existentes entre los diversos actores sociales permitió determinar la complejidad y fractalidad de las relaciones sociales, la empatía o antipatía entre los sujetos de acuerdo a la situación, el contexto, la posición de poder dentro de la sociedad, el carácter representativo dentro de una asociación, de manera que, teniendo en cuenta la naturaleza de los vínculos sociales, fue plausible determinar las estrategias, técnicas y herramientas comunicacionales adecuadas en cada espacio de convergencia.

Con todas estas consideraciones, se ha elaborado un plan estratégico de comunicación enfocado en generar y en propiciar espacios de interacción social y diálogo entre los actores, sopesando la heterogeneidad local de manera que se dinamice el etnodesarrollo de la parroquia por medio de procesos sociales que fomenten el diálogo entre los diversos grupos sociales, habitantes en general y las autoridades locales a fin de facilitar soluciones a los problemas existentes dentro de la comunidad.

RECOMENDACIONES

Para fortalecer el tejido social autónomo es indispensable que el GAD Parroquial San Andrés de Canoa abra y fortalezca el espacio necesario para que una comisión específica se encargue de coordinar, planificar y organizar los procesos de participación ciudadana; dentro de la misma, es menester contar con un encargado de comunicación de manera que sea posible generar acciones coadyuvantes entre los proyectos de desarrollo y comunicación que se relacionen con el entorno de manera efectiva.

A través de fortalecer el tejido social, se busca robustecer las organizaciones sociales propias, sus relaciones con las autoridades y los ciudadanos de manera que se contribuya con las expectativas propias tanto de interacción como de cambio social, y que las tácticas a realizarse sean tanto revisadas como planificadas de forma conjunta con la ciudadanía, para articularlas entre todos los niveles sociales y autoridades y ejecutarlas de la misma manera.

En este sentido, se aconseja en un primer momento que se inicie la aplicabilidad del presente plan estratégico de comunicación desde las autoridades y representantes del gobierno parroquial, considerando que cuenta con los recursos logísticos, humanos y económicos para su puesta en práctica, ya que es posible vincular las tácticas propuestas en las acciones que ya se realizan dentro de la parroquia en beneficio de sus comunidades.

Posteriormente se recomienda fomentar espacios de diálogo y participación entre los GAD parroquial y cantonal con el fin de establecer acuerdos públicos que sean benéficos en el fortalecimiento de la organización comunitaria, propia de la parroquia. Se debe contar con la colaboración y participación activa de los representantes de las comunidades tanto para la organización como para la coordinación de los eventos y talleres. Para esto se recomienda realizar reuniones presenciales para socializar los objetivos, estrategias y tácticas enfocadas tanto al etnodesarrollo como a la comunicación que lo acompaña; de esta manera, serán legitimadas en su ejecución dentro de las comunidades para generar fuerza, claridad y aceptación y, en consecuencia, su alcance sea mayor en los resultados dentro del territorio.

Se aconseja mantener reuniones regulares con los representantes de asociaciones, comunidades, sociedad civil y demás actores, de manera que se fortalezcan las decisiones de la junta parroquial a la vez que se acuerden las asignaciones de competencias claras y el uso de recursos logísticos, humanos y económicos necesarios para la ejecución de los proyectos de etnodesarrollo apoyados desde la comunicación, tomando especial acción en las comunidades más distantes.

Desde esta tesitura, cabe evidenciar ante las autoridades y la sociedad civil la eficacia de la comunicación como eje en la generación de espacios de diálogo y participación que procuran dinamizar el desarrollo local de la parroquia; esta perspectiva debe ser planteada desde un enfoque en el que la sociedad participe de manera activa y colaborativa en beneficio de la comunidad, para así democratizar las acciones, a la vez que se genera capital social a través de redes confianza.

REFERENCIAS

- Aguirre, José. 2012. «Enfoques teóricos para una comunicación orientada al desarrollo y retos actuales para una comunicación y desarrollo desde la diversidad». *Punto Cero* 17 (24): 58-66.
- Alfaro, Rosa María. 1993. *Una comunicación para otro desarrollo*, 2.^a ed. Lima: Asociación de Comunicadores Sociales Calandria.
- Aljure, Andrés. 2015. *El plan estratégico de comunicación: Métodos y recomendaciones prácticas para su elaboración*. Cundinamarca: Universidad de La Sabana / Editorial Universitat Oberta de Catalunya.
- Beltrán, Luis. 1993. «Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: Una evaluación sucinta al cabo de cuarenta años». Mesa redonda sobre Comunicación y Desarrollo. Discurso de inauguración de la IV Mesa Redonda sobre Comunicación y Desarrollo organizada por el Instituto para América Latina (IPAL) en Lima, Perú, entre el 23 y el 26 de febrero de 1993. https://www.bantaba.ehu.es/sociedad/files/view/comunicacion_para_el_desarrollo_en_latinoamerica.pdf?revision%5Fid=62744&package%5Fid=33044.
- Bonfil, Guillermo. 1995. «Etnodesarrollo: Sus premisas jurídicas, políticas y de organización». En *Obras escogidas de Guillermo Bonfil Batalla*, 464-80. Ciudad de México: Instituto Nacional de Antropología e Historia / Instituto Nacional Indigenista.
- Canel, María José, y Karen Sanders. 2010. «Para estudiar la comunicación de los gobiernos. Un análisis del estado de la cuestión». *Revista Comunicación y Sociedad* 23, n.º 1: 7-48.
- EC Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de San Vicente. 2022. «Información del cantón». Municipalidad de San Vicente. Accedido el 16 de marzo de 2022. <https://sanvicente.gob.ec/index.php/municipio/quienes-somos/datos-municipio>.
- EC Instituto Nacional de Estadística y Censos. 2022. «Resultados de la búsqueda Población por sexo, según provincia, parroquia y cantón de empadronamiento». Instituto Nacional de Estadística y Censos. Accedido el 19 de enero. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec>.
- Fraser, Colin, y Jonathan Villet. 1992. *La comunicación: Clave para el desarrollo humano*. Roma: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.
- García, Berta. 2013. «Los gabinetes de comunicación *on-line* de las empresas del Ibex 35». *Historia y Comunicación Social* 18: 295-306.

- Martín-Barbero, Jesús. 1984. «Cultura popular y comunicación de masas: La iniciativa de comunicación». *Materiales para la comunicación popular* 3. Lima. <https://www.comminit.com/la/node/149706>.
- . 2002. «Pistas para entre-ver medios y mediaciones». *Signo y Pensamiento* XXI, 41: 13-20.
- Massoni, Sandra. 2007. «Modelo de comunicación estratégica. Tres movimientos y siete pasos para comunicar estratégicamente». *Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Bolivia*, 1, 1-16. <http://repositorio.uasb.edu.bo/handle/54000/1150>.
- . 2008. «Comunicación y desarrollo: Encuentros en la diversidad». En *Grisés de la extensión, la comunicación y el desarrollo*, Ricardo Thornton y Gustavo Cimadevilla, ed., 87-100. Santa Rosa-Buenos Aires: Base1 / Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA).
- . 2014. *Metodologías de la comunicación estratégica: Del inventario al encuentro sociocultural*. Rosario: Homo Sapiens Ediciones.
- . 2016. «Metodologías, técnicas y herramientas de la investigación enactiva en comunicación: Análisis y prescripción mediante marcas de racionalidad comunicacional». *Civilizar* 3 (3): 97-106.
- . 2019. «Teoría de la comunicación estratégica enactiva e investigación enactiva en comunicación: Aportes desde Latinoamérica a la democratización de la vida cotidiana». *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación* 141: 237-56. doi:10.16921/chasqui.v0i140.4074.
- , y Mariana Mascotti. 1999. «Apuntes para la comunicación en un mundo fluido». *Anuario de Sociología* 1. Universidad Nacional de Rosario. <https://studylib.es/doc/125610/apuntes-para-la-comunicación-en-un-mundo-fluido>.
- , Luciana Margherit y Mariana Piola. 2019. «Investigación enactiva en comunicación, metodologías participativas y asuntos epistemológicos: Estudio comparativo de proyectos caso que aplican metodología y Software IEC». *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación* 8, 4: 15-28. <https://doi.org/10.24215/24517836e008>.
- , Washington Uranga y Verónica Longo, comps. 2018. *Políticas públicas y comunicación: Una cuestión estratégica*. San Luis: Universidad Nacional de San Luis / Nueva Editorial Universitaria. <http://www.neu.unsl.edu.ar/wp-content/uploads/2018/08/Libro-Políticas-Públicas-y-Comunicación-11-nov-2018.pdf>.
- McCall, Elizabeth. 2011. «Comunicación para el desarrollo: Fortaleciendo la eficacia de las Naciones Unidas». Nueva York / Bangkok: Naciones Unidas.

- chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://unsdg.un.org/sites/default/files/c4d-effectiveness-of-UN-SP.pdf.
- Nieto, Juan. 2011. *Parroquia San Andrés de la Canoa: Su historia*. Portoviejo: Imprenta Erika.
- Obregón, Rafael. 2011. «Comunicación, desarrollo y cambio social». *Portal de la Comunicación. Institut de la Comunicació InCom-UAB*. 285-309. https://incom.uab.cat/portalcom/wp-content/uploads/2020/01/49_esp.pdf.
- Pérez, Maya. 2014. «Sobre la hibridación y la interculturalidad en el postdesarrollo. Para un diálogo con Arturo Escobar». *Cultura y Representaciones sociales* 9 (17): 74-109.
- Ramos, Isabel. 2013. «Trayectorias de democratización y desdemocratización de la Comunicación en Ecuador». *Íconos: Revista de Ciencias Sociales*, n.º 46, agosto: 67-82. doi:10.17141/iconos.46.2013.133.
- Riorda, Mario. 2008. «“Gobierno bien pero comunico mal”: Análisis de las rutinas de la comunicación gubernamental». *Revista del Clad Reforma y Democracia*, n.º 40: 29.
- Ríos Castillo, Maricela, y José Luis Solís González. 2009. «Etnodesarrollo: Reivindicación del “indio mexicano” entre el discurso del Estado y el discurso desarrollista». *Cuadernos Interculturales* 7 (13): 180-205.
- Salazar, Rafael Ángel, Rayza Portal y Rafael Ángel Fonseca. 2016. «Contribuciones del paradigma cultural latinoamericano a la comunicación para el desarrollo. Antecedentes, textos y contextos de una relación fecunda». *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación* 15 (29): 33-50.
- Schejtman, Alexander, y Julio Berdegú. 2004. *Desarrollo territorial rural*. Santiago de Chile: Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural.
- Túñez, José, y Verónica Altamirano, coords. 2015. *Comunicar desde las organizaciones: Tendencias, estrategias y casos*. Santa Cruz de Tenerife: Cuadernos Artesanos de Comunicación.

ANEXO 1: ÁRBOL DE SOLUCIONES (AS)

Árbol de soluciones del proyecto IEC Comunicación y desarrollo				Herramienta n.º 01
				Fecha 03/04/2022
Componente 1 de la VTC: Técnico comunicacional				
Aspectos	Matriz sociocultural	Interés / necesidad / emoción	Proceso / dimensión comunicacional	Acciones a desarrollar
1.1	Los que participan	Dinamizar el etnodesarrollo	Interaccional participativa	Talleres de participación con representantes de grupos sociales
	Los que gobiernan	Crear espacios de participación	Comunicacional enactiva	Generar espacios de encuentros y diálogos con temas trascendentales para el desarrollo local
	Los que habitan	Contar con información de lo que sucede en su entorno próximo	Ideológica sensibilizadora	Desarrollar un programa de información (digital y físico) con datos relevantes y respondiendo las inquietudes de los habitantes.
1.2	Los que gobiernan	Socializar las acciones que realiza en beneficio de la parroquia	Informativa	Fortalecer medios de comunicación de plataformas digitales oficiales
	Los que participan	Participación activa y conjunta	Comunicacional enactiva	Pantallas móviles destinadas a comunidades distantes carentes de señal de internet, que propicien la información y participación de los habitantes
1.3	Los que gobiernan	Mantener condiciones de transporte seguro y constante para comunicarse de manera fluida con las comunidades y socializar los proyectos de desarrollo	Comunicacional enactiva	Desarrollo de talleres acerca de la relevancia de participación conjunta para mantener la mejora de los caminos de acceso a comunidades.
	Los que participan	Comunicación dinámica y fluida	Enacción comunicacional	Talleres participativos en comunidades distantes donde se enseñe a los ciudadanos a manejar los recursos naturales locales; las publicaciones se harán en plataformas digitales del GAD parroquial.

Fuente y elaboración propias basadas en Massoni, 2013.

Árbol de soluciones del proyecto IEC Comunicación y desarrollo				Herramienta n.º 01
				Fecha 03/04/2022
Componente 2 de la VTC: Sociocultural				
Aspectos	Matriz sociocultural / actor	Interés / necesidad / emoción	Proceso / dimensión comunicacional	Acciones a desarrollar
2.1	Los que gobiernan	Establecer comunicación fluida y conjunta	Enacción comunicacional	Talleres participativos con pantallas móviles que informen de las acciones del gobierno local al tiempo que genere espacios de exposición de las inquietudes y necesidades de los habitantes
	Los que participan	Fomentar la participación social en la toma de decisiones locales	Encuentro sociocultural	Fomentar y organizar encuentros para plantear inquietudes a la vez que comparte los planes del gobierno local
2.2	Los que participan	Representantes de las asociaciones sociales que incentiven la participación de sus representados para evidenciar sus inquietudes.	Enacción comunicacional	Adecuar espacios en las localidades de sus representadas para generar participación local
	Los que gobiernan	Disponer de espacios de congregación para la participación social	Sensibilización	Realizar recorridos a las comunidades y las comunales y recintos con talleres que fomenten la intervención de los ciudadanos
2.3	Los que gobiernan	Socializar las acciones que realiza el gobierno local	Informativa	Elaborar productos multimedia en pantallas móviles, en redes sociales y sitios web para difundir las acciones que realiza el GAD parroquial y hechos que suceden en la parroquia

Fuente y elaboración propias basadas en Massoni, 2013.

Árbol de soluciones del proyecto IEC Comunicación y desarrollo				Herramienta n.º 01
				Fecha 03/04/2022
Componente 3 de la VTC: Administrativa				
Aspectos	Matriz sociocultural / actor	Interés / necesidad / emoción	Proceso / dimensión comunicacional	Acciones a desarrollar
3.1	Los que participan	Gestionar acciones estratégicas que fomenten la participación social	Enacción comunicacional	Generar espacios de participación activa, exposición y manejo de conflictos
	Los que habitan	Solicitar espacios de participación social para exponer sus inquietudes	Participación	Gestionar la apertura de espacios comunitarios en los recintos con personal capacitado para dinamizar la participación social
	Los que gobiernan	Socializar las acciones que ejecuta el GAD parroquial	Informativo	Campaña multimedia con pantallas móviles que socialice las acciones tomadas por el gobierno local
3.3	Los que gobiernan	Propiciar caminos limpios seguros de tránsito para conectar a los habitantes	Sensibilización	Limpieza vial y gestión con entidades pertinentes (gobierno cantonal, provincial, obras públicas) para la mejora de vías de acceso

Fuente y elaboración propias basadas en Massoni, 2013.

ANEXO 2: MATRICES SOCIOCULTURALES (MS)

Matrices socioculturales del proyecto IEC		Herramienta n.º
Comunicación y desarrollo		01
Caracterización de MS		Fecha
		04/04/2022
Matriz sociocultural: Los que gobiernan		
Actores	Presidenta del GAD Canoa, Junta Parroquial, comisiones opositoras, Gobierno cantonal, Gobierno provincial, Gobierno central, representantes de grupos sociales, representantes de comunidades	
Expectativas	Promover el desarrollo sustentable de la parroquia (etnodesarrollo) Fomentar espacios de integración y participación social	
Necesidades	Propiciar una comunicación dinámica y fluida en la parroquia	
Intereses	Contar con la participación conjunta entre todos los habitantes de la parroquia con el propósito de dinamizar el desarrollo local Informar a los ciudadanos de los hechos que suceden en la parroquia y de las acciones realizadas en beneficio de sus habitantes	
Saberes	Legalidad Políticas públicas y formas de gobierno Administración política y social Realidad local de recursos económicos y naturales	

Elaboración propia basada en Massoni, 2013.

Matrices socioculturales del proyecto IEC	Herramienta n.º
Comunicación y desarrollo	01
Caracterización de MS	Fecha
	04/04/2022
Matriz sociocultural: Los que participan	
Actores	Junta parroquial, GAD Canoa, medios de comunicación, instituciones educativas, comisiones opositoras, compañías de transporte, biblioteca municipal, asociaciones sociales, asociación de gobiernos parroquiales rurales, cuerpo de bomberos, asamblea ciudadana local, Comisaría Nacional de Policía, centros de salud, albergues, tenencia política, UPC, Comisaría Municipal, Asociación de Cabañas y Servicio Turístico, Asociación de Hoteles, Asociación de Carperos, Asociación de Vendedores de Bisutería y Artículos Varios, Cooperativa de Pescadores Puerto Canoa, Asociación de Pescadores, representantes de las comunidades
Expectativas	Lograr una interacción activa de los habitantes, grupos sociales y gobernantes de la parroquia Estrechar relaciones entre todos los actores y sectores sociales
Necesidades	Generar espacios de participación activa de todos los miembros de la comunidad Fortalecer y propiciar que la difusión de los medios de comunicación existentes esté el alcance de todos los habitantes de la parroquia
Intereses	Lograr participación activa conjunta de los habitantes con el objetivo de fomentar identidad local que promueva el desarrollo Mejorar la comunicación e interacción social para trabajar en conjunto
Saberes	Las fortalezas, debilidades y oportunidades locales Interacciones internas de los actores

Elaboración propia basada en Massoni, 2013.

Matrices socioculturales del proyecto IEC	Herramienta n.º
Comunicación y desarrollo	01
Caracterización de MS	Fecha
	04/04/2022

Matriz sociocultural: Los que habitan

Actores	Turistas, medios de comunicación, instituciones educativas, junta parroquial, comisiones opositoras, transportistas, biblioteca municipal, ciudadanos, cuerpo de bomberos, Policía Nacional, trabajadores del Centro de Salud, albergues, tenencia política, UPC, Comisaría Municipal, propietarios de cabañas, propietarios y trabajadores de hoteles, carperos, vendedores de bisutería, artículos varios y artesanías, pescadores de la parroquia, comerciantes de restaurantes, bares, lugares de diversión y esparcimiento
Expectativas	Contar con mejoras económicas estimulando el turismo a nivel nacional e internacional Conocer los hechos que acontecen en la parroquia
Necesidades	Elaborar estrategias para incrementar el tránsito turístico Solución a los inconvenientes de su cotidianidad
Intereses	Incrementar acciones conjuntas entre todos los habitantes y las autoridades con el propósito de dinamizar la actividad económica y el desarrollo local
Saberes	Actividades y lugares de atractivo turístico Procesos de mercado que dinamicen la economía local Saberes culturales, locales y tradicionales

Elaboración propia basada en Massoni, 2013.

ÚLTIMOS TÍTULOS DE LA SERIE MAGÍSTER

359	Enrique Trujillo Gamboa, <i>El mundo como cementerio: El feminicidio en tres novelas de Roberto Bolaño</i>
360	José Jara Vásquez, <i>Regulación ambiental y contratación pública: Camino hacia la sustentabilidad en Ecuador</i>
361	Yamila Gutiérrez Callisaya, <i>Mujeres aymaras: Ejercicio político y roles sociales</i>
362	Milton Rocha Pullopaxi, <i>Interés nacional frente al constitucionalismo del Buen Vivir</i>
363	Paola Arpi, <i>El teletrabajo en Ecuador: Estrategia de empleo y productividad</i>
364	Carmen Lucía Jijón, <i>Victoria Vásquez Cuvi: Sensibilidad feminista y emancipación intelectual</i>
365	Glenda Z. Villamarín, <i>Crítica cultural y psicología: La teoría del apego en Ecuador</i>
366	Víctor Rivadeneira Cabezas, <i>Reforma constitucional en Ecuador: Análisis histórico y crítico</i>
367	Javier Arcentales Illescas, <i>El derecho a migrar y la ciudadanía universal: Límites a la soberanía estatal</i>
368	Susana Toral, <i>Justicia integral: Garantía para el ejercicio de los derechos constitucionales</i>
369	Fernando Guerra Coronel, <i>Conciencia y dignidad: Fundamento jurídico de los derechos de los animales</i>
370	Pablo Castillo, <i>Opiniones consultivas de la Corte IDH: ¿Utopía o mandato?</i>
371	Ramiro Urbina, <i>Necrocomicidad en Joker, South Park y Jackass: Risas que pueden matar</i>
372	Sergio Arias, <i>Práctica judicial y delito en la provincia de Mariquita (1821-1830)</i>
373	Elisa Escobar, <i>Estrategias de comunicación y etnodesarrollo en San Andrés de Canoa</i>

La comunicación es un eje transversal en los proyectos de etnodesarrollo, no solo como un medio de difusión sino como la intermediaria para generar espacios y estrategias de diálogo. La parroquia Canoa cuenta con herramientas de comunicación enfocadas en apoyar los programas de desarrollo local; sin embargo, se han identificado factores que obstaculizan su labor. Este trabajo busca evidenciar que las estrategias comunicacionales son dinamizadoras en los procesos comunicativos y constituyen un estimulante del desarrollo comunitario. También pretende identificar las falencias vigentes en los procesos de comunicación como factores que coartan el desarrollo de la parroquia y fomentar la participación de todos los actores sociales para la sostenibilidad de los proyectos, mediante el diálogo entre los diversos grupos sociales, habitantes en general y las autoridades locales para generar espacios de interacción social entre sus diversos actores y subsanar los problemas existentes.

Elisa Escobar (Quito, 1985) es licenciada en Comunicación Social (2013) por la Universidad Central del Ecuador; y magíster en Comunicación Estratégica (2022) por la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador. Ha desempeñado funciones de comunicadora en varias empresas y clubes deportivos, y elaboró planes de comunicación estratégicas con buenos resultados.

