



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

SISTEMA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN PERIODISMO Y GESTIÓN DE COMUNICACIÓN

TEMA:

“Estrategia de comunicación en contextos digitales para el fortalecimiento de la participación ciudadana en las prácticas culturales del Cantón Chambo”

AUTOR:

Lcdo. Cuadrado Samaniego Víctor Hugo

Trabajo de Titulación para la obtención

del grado de Magister en Periodismo y Gestión de Comunicación

TUTOR:

Del Campo Saltos Guillermo Segundo PhD.

Guayaquil, Ecuador

16 de marzo del 2023



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN PERIODISMO Y GESTIÓN DE COMUNICACIÓN

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el Licenciado Víctor Hugo Cuadrado Samaniego, como requerimiento parcial para la obtención del Grado Académico de Magíster en Periodismo y Gestión de Comunicación.

TUTOR

Dr. Guillermo Del Campo Saltos

OPONENTE

Dra. Ana Teresa Badía

DIRECTORA DEL PROGRAMA

Dra. Irene Trelles Rodríguez

Guayaquil, 16 de marzo del 2023



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN PERIODISMO Y GESTIÓN DE COMUNICACIÓN

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Víctor Hugo Cuadrado Samaniego

DECLARO QUE:

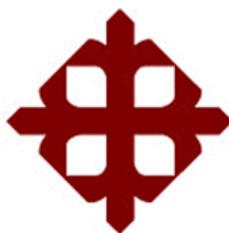
El Trabajo de Titulación “Estrategia de comunicación en contextos digitales para el fortalecimiento de la participación ciudadana en las prácticas culturales del Cantón Chambo” previo a la obtención del Grado Académico de Magister en Periodismo y Gestión de Comunicación, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de investigación del Grado Académico en mención.

Guayaquil, a los 16 días del mes de marzo del año 2023

EL AUTOR

Lcdo. Víctor Hugo Cuadrado Samaniego



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN PERIODISMO Y GESTIÓN DE COMUNICACIÓN**

AUTORIZACIÓN

Yo, Víctor Hugo Cuadrado Samaniego

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación “Estrategia de comunicación en contextos digitales para el fortalecimiento de la participación ciudadana en las prácticas culturales del Cantón Chambo”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 16 días del mes de marzo del año 2023

EL AUTOR:

Lcdo. Víctor Hugo Cuadrado Samaniego



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

SISTEMA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN PERIODISMO Y GESTIÓN DE COMUNICACIÓN

INFORME URKU

URKUND

Documento: [TESIS VICTOR CUADRADO.docx](#) (D15800469)

Presentado: 2023-03-01 11:20 (-05:00)

Presentado por: irene.trelles@cu.ucsg.edu.ec

Recibido: irene.trelles.rodriguez.ucsg@analysis.urkund.com

Mensaje: [Mostrar el mensaje completo](#)

1% de estas 85 páginas, se componen de texto presente en 1 fuentes.

Lista de fuentes	Bloques
91%	No se pueden mostrar el contenido del documento de origen Posibles razones: 1. El documento ...
91%	No se pueden mostrar el contenido del documento de origen Posibles razones: 1. El documento ...
91%	No se pueden mostrar el contenido del documento de origen Posibles razones: 1. El documento ...
91%	No se pueden mostrar el contenido del documento de origen Posibles razones: 1. El documento ...
91%	No se pueden mostrar el contenido del documento de origen Posibles razones: 1. El documento ...
91%	No se pueden mostrar el contenido del documento de origen Posibles razones: 1. El documento ...
91%	No se pueden mostrar el contenido del documento de origen Posibles razones: 1. El documento ...
100%	No se pueden mostrar el contenido del documento de origen Posibles razones: 1. El documento ...

1 Advertencias. Reiniciar. Compartir

100% #102 Activo Fuente externa: <http://dspace.umach.edu.ec/bitstream/S1000/8085/1/5-%20TEI5%20Edison%20avler%20Lo%CC%81pez%...> 100%

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-897

X2015000400004 Montecé, C. (2020). Diseño de Plan de Comunicación Externa para fortalecer la Imagen del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Vinces. Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Guayaquil, Montoya, M. (2018). Comunicación organizacional: revisión de su concepto y prácticas de algunos autores mexicanos. Razon y Palabra, 22(1), 778-795. Obtenido de [https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/uru/article/view/26312514.2018.1.6](https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/yjp/article/view/1134/pdf/Muñoz,S.,Ávila,W.,&Carmenza,M.(2014).Prácticas culturales y su influencia en el rendimiento académico. Plumilla Educativa, 175-193. Ongallo, C. (2007). Manual de comunicación: Guía para gestionar el Conocimiento, la información y las relaciones humanas en empresas y organizaciones. Madrid-España: SAFEKAT S.L.</p><p>Ordóñez, G. (2018). Narrativa y narración en el relato audiovisual: Apuntes para la distinción de forma y contenido.</p><p>URU, Revista de Comunicación y Cultural(1), 102-121. Obtenido de <a href=)

Orejuela, S. (2011). Análisis de la comunicación en la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial en Venezuela. Caracas: UEN.

Pineda, A. (2020). La comunicación organizacional en la gestión empresarial: retos y oportunidades en el escenario digital. Revista GEON, 7(1), 9-25. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7828548>

Pino, C. (2009). El entorno digital en la nueva era de los medios y la publicidad: la metamorfosis del consumidor. Razon y Palabra(66). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1995/19952098015.pdf>

Punin, I., Martínez, A., & Rencoret, N. (2014). Medios digitales en Ecuador: perspectivas de futuro. Comunicar(42), 199-207. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/158/15830197022.pdf>

Ratheeswari, K. (2018). Information Communication Technology in Education. Journal of Applied and Advanced Research, 3, 45-47. Obtenido de https://uchitelya.kz/assets/materials/2020/10/information_communication_technology.pdf

Reasos, N. (2010). En Estado País. Informe Cero. Quito.

Ricaurte Quijano, P. (2018). Jóvenes y cultura digital: abordajes críticos desde América Latina. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, 13-28. doi:<https://doi.org/10.16921/chasqui.v0>

AGRADECIMIENTOS

En calidad de autor y luego de evidenciar los resultados de la presente, agradecemos a las siguientes personas e instituciones que significativamente aportaron al desarrollo de esta investigación:

Al Dr. Guillermo del Campo PhD, en calidad de docente y tutor que a través de sus conocimientos brindados ha sido una guía constante para la culminación de este proyecto de investigación

La Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, a través de la Dra. Irene Trelles Rodríguez PhD. Directora de la Maestría en Periodismo y Gestión de Comunicación por todos sus conocimientos brindados para permitir el avance y consecución de esta investigación.

El GAD Municipal de Chambo, a través de su alcalde Ing. Marcos Guaraca Taday, su equipo de concejales encabezados por la Ing. María José Oviedo, Dr. Silvio Sigcho, Ing. Jorge Abarca, Sr. Wilson Huera y Sra. María Mercedes López - Concejales del Cantón Chambo 2019 – 2023, por toda la apertura para la recolección de datos e información.

La Unidad de Turismo del GAD Municipal de Chambo, a través de sus colaboradoras Lic. Ligia Díaz y Tnlga. Juanita Romero por la apertura y participación en cada una de las “Noches Culturales”.

Al medio de comunicación digital “Plus TV Comunicación Digital” a través de su gerente propietario Ing. Xavier Cruz Toscano por permitir ser el espacio de difusión para la presentación del producto comunicacional a través de la plataforma Facebook live.

La Hostería “Santa Mónica” y Fogata de “San Francisco”, a través de su gerente propietaria Sra. Mónica Delgado Donoso por la invitación y participación en cada una de sus actividades culturales, al ser uno de los espacios de socialización e integración cultural en el Cantón Chambo.

Al señor Cristián Patricio Naranjo Moreno, estudiante de noveno semestre en la Carrera de Derecho, Facultad de Jurisprudencia de la Universidad Regional Autónoma de los Andes, al brindar todo su apoyo en la construcción del marco legal para este proyecto de investigación.

Para finalizar al Lic. Orlando Rodríguez (Taita Carnaval 2022 - 2023), Colectivos y Gestores Culturales, Emprendedores y Ciudadanía del Cantón Chambo que demostraron mucha responsabilidad, aceptación y participación en todos los eventos organizados por el GAD Municipal durante estos dos años de pandemia y por brindar información para la consecución de este proyecto de investigación.

DEDICATORIA

A la memoria de mi difunto padre Ángel Hugo Cuadrado Parra, ciudadano chambeño, gestor cultural y principal impulsador de esta investigación, conjuntamente con el apoyo constante de mi madre María de Lourdes Samaniego Rivera, mi hermana Carina Pamela Cuadrado Samaniego, mi esposa Valeria Paulina Moreno Santillán y mis hijas Leyla y Gianella pilares fundamentales para el desarrollo y consecución de este proyecto.

Índice General

Resumen	XV
Abstract	XVI
Antecedentes	4
Planteamiento del Problema	5
Pregunta Problémica	7
Objetivo General	8
Objetivos Específicos	8
Elementos fundamentales del diseño metodológico	8
CAPÍTULO I: Marco Teórico	12
Comunicación desde las Organizaciones	12
Evolución de Consumidores a Prosumidores	21
Evolución de la Web 1.0 a 3.0	23
La Educomunicación como vínculo en la sociedad	25
Participación Ciudadana en función a políticas públicas culturales	27
Escalera de Arnstein en función a la Participación Ciudadana	29
La Participación Ciudadana desde Contextos Digitales	32
La Cultura como vínculo de la comunicación	33
Marco Legal	36
Constitución de la República del Ecuador	36
Ley Orgánica de Comunicación	41

Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2019-2023 del GAD Municipal Chambo	45
CAPÍTULO II: Diseño Metodológico	48
Hipótesis o Premisa	49
Operacionalización de la CA o V	50
Tipo de investigación por su objeto de estudio	51
Tipo de investigación por su temporalidad	52
Enfoque Metodológico	53
Procedimientos y Técnicas de investigación a utilizar	54
Instrumentos de la investigación	54
Técnicas para el procesamiento y Análisis de datos	57
CAPÍTULO III. Análisis de Resultados	58
Análisis Cuantitativo de Resultados	58
CAPÍTULO IV: Propuesta Comunicativa	96
Ejecución de la Propuesta Comunicacional	107
Conclusiones	110
Recomendaciones	111

Índice de Tablas

Tabla 1. Medios de Comunicación en la década de los 80's	19
Tabla 2. Categorías, Subcategorías e Indicadores	49
Tabla 3.- Operacionalización de Variables	50
Tabla 4 Diseño de Investigación	50
Tabla 5.- Métodos – Técnicas – Instrumentos de Investigación	55
Tabla 6.-Proyección de la población periodo 2014-2020	56
Tabla 7.- Edad de los encuestados	59
Tabla 8. Sexo de los encuestados	61
Tabla 9. Nivel de instrucción de los encuestados	62
Tabla 10. Sector de Chambo en donde residen los encuestados	63
Tabla 11. Contextos digitales como plataformas de información	64
Tabla 12. Cantidad semanal de uso de plataformas digitales	65
Tabla 13. Tipos de plataformas de información	66
Tabla 14. Tipos de Medios de Comunicación Digital	67
Tabla 15. Representación de la Participación Ciudadana	69
Tabla 16. Importancia del desarrollo y ejecución de la Participación Ciudadana	70
Tabla 17. COVID – 19 en desarrollo de la participación ciudadana	72
Tabla 18. Gestión de autoridades locales	73
Tabla 19. Noches Culturales en el Cantón Chambo	74
Tabla 20. Nombre de Prácticas Culturales en el Cantón Chambo	75

Tabla 21. Tipo de actividades culturales en el Cantón Chambo	77
Tabla 22. Mapa de Públicos	103
Tabla 23. Plan Integral de Comunicación Estratégica	108

Índice de figuras

Figura 1. Fundamentos de comunicación	16
Figura 2. Capacidades del ser humano consideradas por McLuhan	17
Figura 3. Proceso de Comunicación Bidireccional	21
Figura 4. Escalera de Arnstein	30
Figura 5. Edad de los encuestados	61
Figura 6. Sexo de los encuestados	62
Figura 7. Nivel de instrucción de los encuestados	63
Figura 8. Sector del Cantón Chambo en donde residen los encuestados	64
Figura 9. Contextos digitales como plataformas de información	65
Figura 10. Cantidad semanal de uso de plataformas digitales	66
Figura 11. Tipos de plataformas de información	67
Figura 12. Tipos de Medios de Comunicación Digital	68
Figura 13. Representación de la Participación Ciudadana	69
Figura 14. Importancia del desarrollo y ejecución de la Participación Ciudadana	71
Figura 15. COVID – 19 en desarrollo de la participación ciudadana	72
Figura 16. Gestión de autoridades locales	73
Figura 17. Noches Culturales en el Cantón Chambo	75
Figura 18. Nombre de Prácticas Culturales en el Cantón Chambo	76
Figura 19. Tipo de actividades culturales en el Cantón Chambo	78
Figura 20. Árbol de problemas	98

Figura 21.-Círculo General de Públicos	101
Figura 22. Modelo de la estrategia comunicacional	105

Resumen

La comunicación digital ha venido a constituirse en el intercambio de información y conocimiento haciendo uso de sus herramientas. El propósito de esta investigación estuvo enfocado al diseño de una estrategia de comunicación adecuada al contexto digital, la tendencia en consumo de productos y servicios mediáticos para el fortalecimiento de la participación ciudadana y las prácticas culturales del Cantón Chambo. Por otra lado, se realizó investigaciones de tipo exploratoria, descriptiva y transeccional, desde métodos científicos, deductivos e inductivos; además se utilizó una metodología que acoge un enfoque cualitativo y cuantitativo desde políticas públicas culturales, entendida como la construcción de espacios para la interacción social, y en calidad de técnicas como la observación participante, encuestas y entrevistas promovieron el diseño estratégico de comunicación digital y planificación participativa asociada en el área cultural; por otra parte, se analizó desde un diagnóstico situacional la comunicación interna y externa de sus “stakeholders” específicos como son: el GAD Municipal, las entidades adscritas y los ciudadanos de la población urbana. Los resultados obtenidos de la propuesta estratégica comunicacional, han respondido a los métodos científicos citados de fuentes estructuradas y no estructuradas de información, demostrando así la capacidad de haber generalizado el modelo estratégico comunicacional de la participación ciudadana y prácticas culturales en la población local.

Palabras claves

Estrategia, comunicación, contextos digitales, participación ciudadana, prácticas culturales.

Abstract

Digital communication has become the exchange of information and knowledge using its tools. The purpose of this research was focused on the design of a communication strategy appropriate to the digital context, the trend in consumption of media products and services for the strengthening of citizen participation and cultural practices of the Chambo Canton. On the other hand, exploratory, descriptive and transactional research was carried out, from scientific, deductive and inductive methods; In addition, a methodology that embraces a qualitative and quantitative approach from cultural public policies was used, understood as the construction of spaces for social interaction, and as techniques such as participant observation, surveys and interviews promoted the strategic design of digital communication and planning. associated participatory in the cultural area; On the other hand, the internal and external communication of its specific "stakeholders" such as: The Municipal GAD, the affiliated entities and the citizens of the urban population were analyzed from a situational diagnosis. The results obtained from the strategic communication proposal have responded to the scientific methods cited from structured and unstructured sources of information, thus demonstrating the ability to have generalized the strategic communication model of citizen participation and cultural practices in the local population.

Keywords

Strategy, communication, digital contexts, citizen participation, cultural practices.

Introducción

El presente proyecto es el resultado de una investigación, observación y análisis de la participación ciudadana en los distintos procesos culturales que pretende ser aporte para el fortalecimiento de la consolidación de políticas públicas, junto a la contribución participativa de los gestores culturales y la población local. Además, permitirá optimizar la búsqueda de transformaciones, el mantenimiento y revalorización cultural de los diferentes procesos de construcción que han hecho de este proceso parte de una coordinación desde el GAD Municipal de Chambo¹ hacia la población local.

El propósito de la investigación estuvo enfocado en el diseño de una estrategia de comunicación a través de contextos digitales, que permitirá fortalecer la participación ciudadana desde sus prácticas culturales, la misma que abordará temas en base a contenidos teóricos, experiencias compartidas, observaciones de tipo directa e indirecta y metodologías aplicadas en cuanto a costumbres, tradiciones, leyendas, prácticas y códigos culturales en el Cantón Chambo. Además, es importante mencionar que los medios de comunicación tradicional (prensa escrita, radio y televisión) en estos últimos años han ido evolucionado desde una producción multimedia hasta una producción en formato digital, siendo esta última importante en la comunicación desde contextos digitales, su desarrollo y consecución para la obtención de resultados.

Por otro lado, cabe indicar que en el análisis hacia la comunicación enfocamos a la misma como proceso de interacción, retroalimentación significación del aprendizaje, intercambio de ideas, formatos y estructuras que apunta a la consecución de cambios concretos, tanto en la sociedad como en las instituciones y los individuos con vocación por el cambio, el bienestar, la calidad de vida, la organización y la participación ciudadana. La comunicación puede estar basada en un bagaje de conocimientos, por medio de un canal adecuado para la transmisión de signos, códigos, símbolos verbales y no verbales, mediante mecanismos que potencien la producción del conocimiento.

¹ “Crease el Cantón Chambo en la Provincia de Chimborazo, cuya Cabecera Cantonal será la ciudad de Chambo y no como se había aprobado la parroquia de Chambo. Desde el mes de septiembre de 1985 hasta el 18 de marzo de 1988 fecha al que se publica en el registro oficial aprobado por el Ministerio de la Ley”.

Justificación, actualidad y pertinencia

El estudio y manejo de la información, estuvo determinada por ejes de aplicación principalmente en la zona urbana del Cantón Chambo, en donde se realizan en su gran mayoría diferentes tipos de actividades y prácticas culturales (música, danza, poesía y gastronomía) para el involucramiento de la participación ciudadana desde la población local.

Entre los principales puntos que conlleva la consecución de estas actividades organizadas desde una agenda de planificación, fueron los diferentes eventos que se desarrollaron por parte de la “Unidad de Turismo del GAD Municipal de Chambo”, bajo todas las medidas de seguridad frente a la emergencia sanitaria por COVID-19 denominadas “Noches Culturales”, en los meses de octubre, noviembre y diciembre del 2020, febrero, marzo, junio, julio, agosto, diciembre del 2021 y febrero 2022. Este tipo de eventos promovieron la participación ciudadana, tradición y cultura de talentos chambeños, permitiendo reactivar la economía desde los diferentes tipos de emprendimientos, fuentes de turismo y además revalorizar la identidad cultural desde la música, danza, poesía y gastronomía de la población local.

La presente investigación se realizó de manera dirigida y sistemáticamente planificada al servicio de las sociedades que están impregnadas dentro de la propia “cultura”, configurando un sentimiento nacionalista a favor del desarrollo para generar un cambio social. Además, conllevará a realizar investigaciones de tipo académicas, en base a contenidos teóricos, metodologías aplicadas, experiencias compartidas, observaciones sociales y elaboración de productos comunicacionales en cuanto a la difusión y manejo de las prácticas y agendas culturales que se emiten desde la administración del GAD Municipal de Chambo y sus entidades adscritas.

El aporte comunicacional es el resultado de un ejercicio dialógico, serio y a la vez ejecutable para fomentar actividades que conllevan a conseguir objetivos propuestos para la posteridad con el fin de proyectar desde un medio digital “Plus TV Comunicación Digital” y con la colaboración con el GAD Municipal de Chambo y sus entidades adscritas datos específicos de proyectos y prácticas culturales que permitan el desarrollo y fortalecimiento de la participación ciudadana en el sector.

Antecedentes

Con base a la actualidad demográfica y situacional Chambo es un Cantón de la Provincia de Chimborazo, denominado como tal por el Ex - Congreso Nacional el 18 de marzo de 1988 fecha en el que se publica en el Registro Oficial aprobado por el Ministerio de la Ley, ubicado al noroeste de la provincia exactamente a 8km de la ciudad de Riobamba; su cabecera cantonal tiene el mismo nombre. Posee una superficie de 163 km², su altura promedio bordea los 2780 metros / nivel del mar, el clima es de 14 a 21° C.

En estudios previos desde estrategias de comunicación en el Cantón Chambo y considerando que una “estrategia de comunicación” es una herramienta para la gestión de políticas de formación y equidad, la eficacia y resultados de los programas sociales frecuentemente se ven afectados por la falta o insuficiente apropiación de información por parte de las poblaciones involucradas y destinatarias. La implementación de una estrategia de comunicación desde contextos digitales, resulta imprescindible en cualquier tipo de intervención, más aún lo es cuando el objetivo es incorporar el estudio de la comunicación como estrategia en las prácticas culturales del Cantón Chambo, como condición para mejorar su calidad, pertinencia y equidad.

Entender los modos de comunicación es acceder a pautas culturales, introducirse en las formas de "hacer cosas" y de "construir sentido". De ahí la estrecha relación entre estrategia y comunicación: las personas no son sólo receptoras pasivas de mensajes que condicionan su mirada sobre sí mismos, sino que, paralelamente, los interpretan en forma activa, pueden aceptarlos, rechazarlos o reformularlos.

Por otra parte previa a esta investigación desde la comunicación para el desarrollo Cuadrado (2007) propone estrategias de comunicación que «van desde lo macro, meso y micro medios, de forma separada o combinada de acuerdo a los diferentes objetivos, integrando los modelos comunicacionales tradicionales con los modernos, incorporando las nuevas tecnologías y las tecnologías simples, valorando tanto los canales tradicionales de comunicación como los nuevos, entre ellos el espacio cibernético o los multimedia» (pág. 43). Además, incorpora la comunicación interpersonal y grupal, utilizándolos de forma combinada o selectiva de acuerdo a su efectividad para llegar al segmento poblacional destinatario.

Además, podemos mencionar otros estudios relacionados con el tema de investigación, Montecé (2020) diseñó un plan de comunicación externa con el fin de fortalecer la imagen del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Vinces. Inicialmente se realizó «un diagnóstico sobre la comunicación externa con las personas interesadas con el fin de identificar los canales que utiliza la institución de estudio para la comunicación y transmisión de mensajes. Por otra parte, se analizó la imagen publicada de los seminarios locales en el lugar de estudio, para el análisis de su realidad» (Montecé, 2020). Se determinó que la ciudadanía no comprende de forma clara los mensajes emitidos por la institución, no están muy bien definidos los canales de comunicación por la falta de planificación y el mal uso de las herramientas digitales. Finalmente, se diseñó el plan de comunicación externa para el beneficio tanto de la entidad como de los “stakeholders” creando de manera rápida el fortalecimiento institucional.

Planteamiento del Problema

La comunicación en el desarrollo de los pueblos, es una herramienta estratégica y eficaz que contribuye a lograr objetivos y sostenibilidad de resultados en proyectos sustentables, es desde este punto en donde la promoción de la cultura y de los valores propios. El artículo. 241 de la Constitución de la República del Ecuador (2008) estipula que: «la planificación garantizará el ordenamiento territorial y será obligatoria en todos los gobiernos autónomos descentralizados» (pág. 127), además el artículo. 264 numeral 1 dispone que «los gobiernos municipales tengan la competencia exclusiva de planificar el desarrollo cantonal, con el fin de regular el uso y la ocupación del suelo urbano y rural» (pág. 136).

El Cantón Chambo es una población agrícola, ganadera y turística perteneciente a la Provincia de Chimborazo, en donde sus habitantes utilizan de forma directa medios de comunicación tradicionales (prensa, radio y televisión) como punto de conversión entre emisores y receptores; pero desde el surgimiento de las nuevas tecnologías de información (TIC's) y el despunte de la comunicación en contextos digitales a través de plataformas de socialización, las nuevas generaciones las utilizan a partir de las “redes sociales” como medios de interacción con las demás personas.

Por otra parte, desde la aparición del “Internet” y propiamente las “Redes Sociales” como Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram entre otras las nuevas generaciones están utilizando herramientas de contexto digital como medio de comunicación y socialización para su desarrollo; es decir la realización de una síntesis fecunda entre tradición y modernidad es otra de las funciones que han sido asignadas para América Latina hacia los medios de comunicación. De hecho, han contribuido a impulsar la cultura tradicional, pero a la vez la van desintegrando y constituyen un gran peligro de estandarización y masificación; por esta razón la Ley Orgánica de Comunicación (2013) propone desde el artículo 13.- Principio de participación: «Las autoridades y funcionarios públicos, así como los medios públicos, privados y comunitarios, facilitarán la participación de los ciudadanos y ciudadanas en los procesos de la comunicación» (pág. 5); es decir los medios de comunicación tradicionales tienden a concentrarse y están controlados por un número cada vez más reducido de multinacionales, que de cierta manera dependen también de su participación en estos procesos comunicacionales.

El problema de investigación está enfocado en los siguientes puntos:

- a) En el Cantón Chambo surge la necesidad de analizar desde la población urbana la existencia de medios de comunicación con tendencia en contextos digitales, que estén mediando para el desarrollo de la participación ciudadana en las prácticas culturales del cantón.
- b) Desde el GAD Municipal de Chambo como ente regulador de políticas públicas culturales, es necesario observar desde su agenda el grado de planificación y ejecución de los diferentes tipos de actividades, que se realiza para el desarrollo e involucramiento de la participación ciudadana en el fortalecimiento de sus prácticas culturales.
- c) En nuestra investigación, resulta fundamental determinar qué tipo de estrategia comunicacional permitirá la participación e involucramiento de la población local en todas sus actividades culturales, con el propósito de fortalecer la vinculación de la ciudadanía en las diferentes propuestas culturales del sector.

Para que este fortalecimiento en las prácticas culturales se vaya consolidando y desarrollando de manera óptima en el Cantón Chambo, se puede tomar como referencia a la Secretaria de Cultura del Distrito Metropolitano de Quito, entidad adscrita a esta institución generadora de políticas

públicas culturales y la misma que desde hace algunos años está trabajando en varios ejes transversales de planificación, uno de estos es el “Plan Metropolitano de Desarrollo del Distrito Metropolitano de Quito 2012-2022”. El mismo que desde la actual administración sigue ejecutándose y tenemos conocimiento por nuestras investigaciones en gestión pública y política general en la cultura ciudadana que establece la cohesión social y las relaciones entre los ciudadanos en base a la confianza y el respeto a la diversidad.

Pregunta Problemática

De esta manera y para obtener una aproximación a nuestra problemática de investigación, nos plantearemos la siguiente pregunta:

¿Cómo diseñar una estrategia de comunicación en contextos digitales para el fortalecimiento de la participación ciudadana en las prácticas culturales del Cantón Chambo?

A partir de este estudio, se tratará de descifrar diferentes tipos de estrategias que permitan determinar la incidencia de la política pública cultural, y a la vez reconocer los diferentes espacios y escenarios donde la ciudadanía se desenvuelve dentro de un contexto social, desarrollado en las diferentes agendas culturales que se emiten a través del GAD Municipal de Chambo.

Otras preguntas

Por otra parte, para el propósito de nuestra investigación podemos determinar otra serie de preguntas y cuestionamientos, tales como:

- a) ¿De qué manera se sistematiza las tendencias teóricas en contextos digitales que nos permita enfocar el estudio de las prácticas culturales en el Cantón Chambo?
- b) ¿Cuál es la presencia de la comunicación desde contextos digitales para el desarrollo de las prácticas culturales del Cantón Chambo?
- c) ¿Cómo evaluar los niveles de participación ciudadana en las prácticas culturales del Cantón Chambo?
- d) ¿Qué acciones de comunicación se pueden evidenciar, a partir de la gestión de prácticas culturales desde la presencia de actores internos y externos en el Cantón Chambo?

- e) ¿Qué tipo de elementos debe propiciar la estrategia de comunicación para el desarrollo de las prácticas culturales en el Cantón Chambo?

Objetivo General

- a) Diseñar una estrategia de comunicación en contextos digitales para el fortalecimiento de la participación ciudadana en las prácticas culturales del Cantón Chambo.

Objetivos Específicos

- a) Sistematizar sobre las tendencias teóricas en contextos digitales que nos permita enfocar el estudio de las prácticas culturales en el Cantón Chambo.
- b) Analizar la presencia de la comunicación desde contextos digitales para el desarrollo de las prácticas culturales en el Cantón Chambo.
- c) Evaluar los niveles de participación ciudadana en las prácticas culturales del Cantón Chambo.
- d) Determinar las acciones de comunicación en la gestión de prácticas culturales, a partir de los actores internos y externos del Cantón Chambo.
- e) Establecer los elementos que debe propiciar la estrategia de comunicación para el fortalecimiento de la participación ciudadana en la consecución de las prácticas culturales del Cantón Chambo.

Elementos fundamentales del diseño metodológico

Para la presente investigación nos fundamentaremos en los siguientes diseños metodológicos, de los cuales se detallan a continuación:

Tipo de investigación por su alcance

Los tipos de investigación por su alcance, de acuerdo a un enfoque cualitativo se lo realizó desde las siguientes modalidades:

a) Exploratoria

Es exploratoria por que indaga las características del problema investigado para poder contextualizarlo adecuadamente, permite explorar el estado del objeto en estudio. Además, este proceso se desarrolla en diferentes espacios de relacionamiento territorial y / o sectorial, con metodologías diferenciadas por intereses y formas de trabajo, espacios y sus características.

b) Descriptiva

Describe detalladamente la situación en la que se encuentra el objeto de estudio, en este caso desde el Cantón Chambo como centro de producción y difusión cultural de amplio acceso, vive a plenitud su identidad, revaloriza y respeta la diversidad cultural, fomenta la creatividad social, la interculturalidad y la puesta en valor del patrimonio tangible e intangible. Para esto, existen desde años atrás algunos estudios y trabajos de investigación previos a nuestro diagnóstico, de los cuales se han determinado la base en una esta estructura de gestión real del GAD Municipal del Cantón Chambo y sus administraciones, esta institución junto a sus entidades adscritas son las encargadas de generar políticas públicas culturales en el sector y a la vez conductores de procesos de desarrollo cultural equitativo y participativo, constituyéndose en un referente en el ámbito nacional e internacional.

Enfoque cualitativo y cuantitativo de la gestión social de políticas públicas culturales, entendida como la construcción de espacios para la interacción social, que promueva escenarios de planificación participativa y gestión asociada en el área cultural, congregando la contribución de diversos actores, gubernamentales, no gubernamentales, colectivos ciudadanos, artistas, gestores culturales y la comunidad.

Los ejes transversales de estudio que fueron investigados en las prácticas culturales son: norte, centro y sur de la urbe cantonal, y dado que la investigación demandará la optimización de resultados se utilizará un “enfoque mixto” tanto cualitativo como cuantitativo para determinar su aproximación a la realidad desde la participación ciudadana en la población local.

Síntesis de resultados obtenidos

Una vez determinado los resultados, se evidenciará si la metodología mixta (cualitativa – cuantitativa) aplicada en esta investigación a través de las técnicas de la observación participante, encuestas y entrevistas tuvo el respectivo alcance.

Estructura del trabajo de titulación

Para el desarrollo y consecución del presente proyecto de investigación abordamos los siguientes capítulos:

El Capítulo I correspondiente al Marco Conceptual se realizó la presentación de conceptos, Teorías de la Comunicación que se relacionan con el problema estudiado, debe evidenciar conocimiento de los autores que los sustentan. Para esto se tomarán a consideración los siguientes conceptos: estrategias, contextos digitales, comunicación digital, participación ciudadana y prácticas culturales.

Los títulos y acápite que se tomaron a consideración son:

- a) Comunicación desde las organizaciones.
- b) Evolución de la comunicación hacia entornos digitales.
- c) La Educomunicación como vínculo en la sociedad.
- d) La participación ciudadana como política pública.
- e) La Cultura, prácticas y manifestaciones.

Entre los principales autores, criterios y teorías empleadas se define:

En un contexto actual desde Jesús Martín Barbero (1984) las contradicciones comunicacionales y sus procesos en América Latina, evidencian el cambio de la comunicación y sus diferentes manifestaciones. Por otro lado, Manfredi, Ufarte y Herranz (2019) argumentan que la innovación periodística y la sociedad digital cumple un rol fundamental en los diferentes procesos que asume la comunicación actual, para la construcción de la narrativa y narración del relato audiovisual tomaremos a consideración los estudios de Ordoñez, Gonzalo (2018), es importante mencionar a Scolari, Carlos (2008) con sus investigaciones desde las Hipermediaciones y los elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva, además para Badía & otros (2017) mencionan la importancia del periodismo desde las redes sociales como una forma de interacción social en la

cual se manifiesta un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos digitales. Para finalizar, consideramos a Hernández, Paz, & Caballero (2017) desde la praxis comunitaria en las políticas públicas de los medios de comunicación latinoamericanos y su involucramiento en la participación ciudadana y concluimos con Patricio Guerrero (2002) al hablar sobre actividades culturales, dimensiona la necesidad de incorporar un enfoque sistemático desde el nivel de las representaciones simbólicas que son el acumulado social de un pueblo expresada en la memoria colectiva.

Por otra parte, correspondiente al Marco Legal se analizó diferentes autores, leyes, estatutos y normativas que han podido aportar sobre los aspectos de la propia lógica participativa, además permite poder plantear el apoyo de las instituciones públicas para el desarrollo y consolidación de la participación ciudadana en sus diferentes manifestaciones, su aporte hacia lo público y sus diferentes manifestaciones culturales.

En el Capítulo II se incluyó el Diseño de la Investigación y la Metodología que acoge un enfoque cualitativo y cuantitativo de la gestión comunicacional desde políticas públicas culturales, entendida como la construcción de espacios para la interacción social, que promueva el diseño estratégico de comunicación digital y planificación participativa asociada en el área cultural.

El Capítulo III abordó el análisis de resultados, por lo cual presenta los mismos obtenidos, lo que supone interpretar los significados que se derivan de los datos obtenidos, lo fundamental es el proceso de análisis, valoración, inferencias posibles, juicios de valor.

Posteriormente en el Capítulo IV se presentó la propuesta estratégica comunicacional que responde a los métodos científicos citados de fuentes estructuradas y no estructuradas de información, demostrando así la capacidad de generalizar el modelo estratégico comunicacional de la participación ciudadana y prácticas culturales, así como la viabilidad para recrear el procedimiento de la estrategia en cuestión.

Finalizamos con las conclusiones y recomendaciones para estudios posteriores de esta investigación.

CAPÍTULO I: Marco Teórico

Comunicación desde las Organizaciones

La comunicación es un componente de gestión vital para cualquier organización, ya sea que el propósito sea actualizar a los empleados sobre nuevas políticas, prepararse para un desastre meteorológico, garantizar la seguridad en toda la organización o escuchar las actitudes de los empleados, la comunicación efectiva es un tema integral en la gestión efectiva. Para tener éxito, las organizaciones deben tener políticas y estrategias integrales para comunicarse con sus electores, empleados y partes interesadas, así como con la comunidad en general.

La comunicación organizacional corresponde a una disciplina que es abordada tanto en las ciencias sociales como las administrativas. Promueve un intercambio en el sentido del entorno corporativo y cumple con dos funciones básicas: suministrar a los miembros de la organización la información necesaria sobre la cultura empresarial y su integración. De esta manera, Pineda (2020) «considera que el bienestar de los empleados presenta una gran relevancia en la organización y la comunicación como proceso constructivo generando comprensión y adaptación de todo el personal dentro de una organización» (pág. 20).

La comunicación organizacional es entendida para Montoya (2018) como «aquella que dentro de un sistema económico, política, social o cultural con el fin de contribuir de forma activa de cada una de las personas a nivel operativo y tangencial, abriendo espacios para la discusión de los problemas de la empresa o institución para el logro de una solución colectiva beneficiando al sistema y a la productividad» (pág. 780).

Este tipo de comunicación incluye tres dimensiones las cuales son:

- a) Comunicación institucional o corporativa.
- b) Comunicación interna.
- c) Comunicación mercadológica.

La comunicación organizacional para Arzuaga (2019) ayuda:

A realizar tareas relacionadas con funciones y responsabilidades específicas de ventas, servicios y producción; aclimatarse a los cambios a través de la creatividad y adaptación individual y organizacional; completar tareas mediante el mantenimiento de políticas, procedimientos o reglamentos que respalden las operaciones diarias y continuas; desarrollar relaciones en las que “los mensajes humanos se dirijan a las personas dentro de la organización: sus actitudes, moral, satisfacción y realización”; y 5) coordinar, planificar y controlar las operaciones de la organización a través de la gerencia. La comunicación organizacional es cómo las organizaciones representan, presentan y constituyen su clima y cultura organizacionales: las actitudes, valores y objetivos que caracterizan a la organización y sus miembros (Arzuaga, 2019, pág. 140).

La comunicación organizacional se enfoca en gran medida en construir relaciones e interactuar con miembros internos de la organización y públicos externos interesados. El enfoque convencional se centra en la comunicación dentro de las organizaciones. El segundo enfoque es la comunicación como organización, lo que significa que las organizaciones son el resultado de la comunicación de quienes están dentro de ellas. La comunicación no se trata solo de transmitir mensajes entre emisores y receptores. La comunicación literalmente constituye, o compone, nuestro mundo social, gran parte de nuestra comunicación implica enviar y recibir mensajes relativamente sencillos y actuar sobre esa información. En realidad, se está involucrando en un proceso complejo de significado y reglas de negociación creadas por las personas involucradas.

Dentro de la comunicación organizacional se utiliza la tecnología de la comunicación como una herramienta principalmente en la comunicación interna útil en las empresas, siendo el correo electrónico una de las más antiguas. De esta manera para Jiménez & González (2019) «se utilizan para la información y comunicación por medio de nuevas tecnologías para crear una cultura corporativa dentro de la empresa» (pág. 180).

Evolución de la Comunicación hacia Entornos Digitales

La capacidad de comunicarse de manera eficaz es un aspecto importante de la vida cotidiana. En general, Abdullayev (2020) indica «cada persona pasará cada día de su vida comunicando sus miedos, esperanzas y todas las emociones intermedias con los demás» (pág. 30). En el sentido más general, los términos “comunicación” etiquetan el proceso continuo, complejo y colaborativo de creación de significado verbal y no verbal

Al reconocer la comunicación como un proceso, es un hilo interminable de actos comunicativos para dar sentido a los eventos comunicativos. Ratheeswari (2018) ya nos avisa que «las señales verbales y no verbales involucradas en el proceso de comunicación se desarrollan y cambian constantemente el significado de los eventos comunicativos. Al considerar más tarde un evento comunicativo, las personas pueden identificar o recordar las señales que se perdieron antes, y esto puede cambiar el significado del evento» (pág. 45).

El proceso de comunicación es colaborativo, porque el evento comunicativo solo puede ocurrir entre dos o más personas. Ruler (2018) indica que «el proceso de comunicación es complejo debido a las muchas variables que afectan los actos comunicativos como expresión facial, tono de voz, elección de palabras, historia pasada, roles sociales y decenas de otros factores» (pág. 370).

De manera más simple, la definición de comunicación explica todos los elementos verbales y no verbales de los eventos comunicativos y determina cómo dan forma al proceso de creación de significado entre colaboradores.

En la actualidad, el mundo vive en la era digital donde los avances de las tecnologías han ayudado de forma efectiva tanto los procesos de comunicación como del entorno cotidiano. Esta interdependencia a la tecnología recrea al mundo como una “Aldea Global”, que es considerada como una metáfora para considerar al nuevo hombre electrónico. De esta forma Pino (2009) señala lo siguiente con respecto al mundo digital:

Dado que el mundo entero es digital, la publicidad también tiende a serlo. Las nuevas tecnologías están transformando y revolucionando la gran mayoría de los sectores, sumidos en esta revolución, ya que los propios mensajes no pueden permanecer varados en valores y formas de proceder de anteriores tecnologías. Antes de la actual era digital, los códigos publicitarios obedecían a “una estructura simple y expresiva, basada en las condiciones del

medio, en la pregnancia de la forma y la psicología de la percepción que funcionó durante décadas, con mínimos ajustes impuestos por los cambiantes estilos de vida o las modas cultural (Pino, 2009, pág. 4).

La comunicación constituye el factor esencial en la convivencia de cualquier persona. Según Santos (2012) «la comunicación implica el desarrollo del lenguaje, su apropiación y la práctica del idioma que aparentemente pueden parecer funciones de poca especialización, por lo que desarrollar esto incluye tiempo, dedicación y esfuerzo» (p.34).

Bajo esta perspectiva, la comunicación representa un medio de interrelación social, mediante la cual se realiza el intercambio y la producción de conocimientos que tienen repercusión directa en la actividad humana, en este caso Yang Saladriagas & Torres (2016) «refleja un procedimiento o una forma de almacenar una gran cantidad de información desarrollada mediante la vinculación de la vida sociable y el lenguaje» (pág. 45).

En este sentido, la comunicación es el procedimiento, mediante el cual toma forma de mensaje un conjunto de significados para ser transmitidos a una persona o a un conjunto de personas, de tal forma que lo que se percibe corresponde a los que los emisores del mismo desean difundir.

La comunicación en sí tiene dos objetivos que de acuerdo a Bronstrup & Godoi (2007), son los medios de comunicación y el proceso comunicativo desde:

Los medios de comunicación constituyen un fin empírico claramente visible e impactante con una manifestación simple y objetiva; entendido como un objetivo empírico, este representa diversos procedimientos sociales y humanos en donde se produce, circula e interpreta los sentidos, basados en el lenguaje y lo simbólico (Bronstrup & Godoi, 2007, pág. 47).

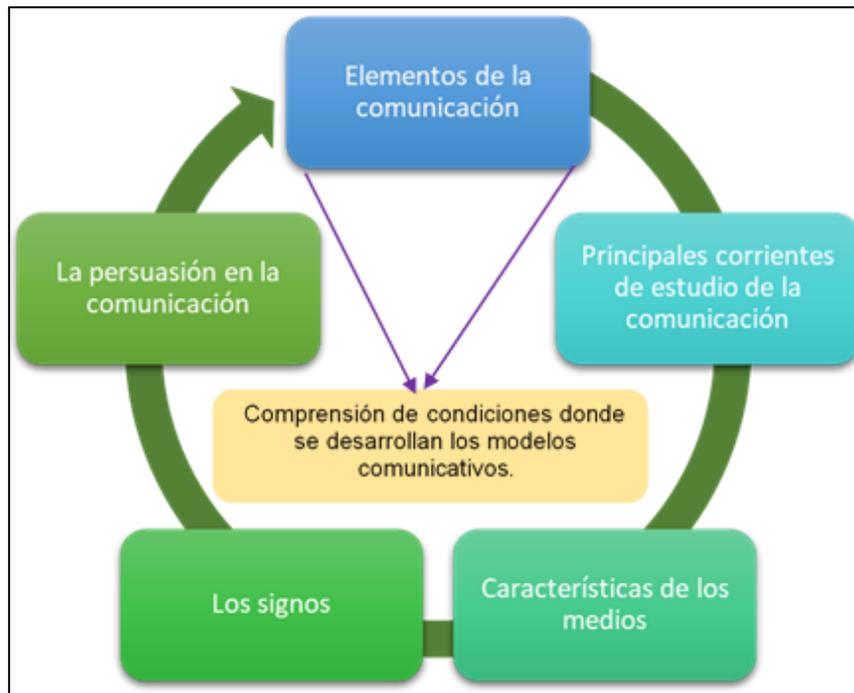
La comunicación refleja el conjunto de información, es decir lo que se transmite, el contenido que es el fin de la comunicación, esto implica la generación, procesamiento y transmisión de información que incluye una constante acción humana comunicativa.

Por tanto, desde la perspectiva de Ongallo (2007) la comunicación comprende la actividad en la que se hace intervenir a una persona ubicada en una época, en un punto dado, en los estímulos y experiencias de otra persona (de otro sistema) ubicada en otra época u otro sitio, empleando los

factores de conocimiento que se tienen en común (pág. 56). Cabe notar que fuera de ello, la comunicación tienen algunos fundamentos que se describen en la figura 1 y esta es la siguiente.

Figura 1.

Fundamentos de comunicación



Fuente: Tomado de Santos, 2012.

Existen varios autores que hablan de la evolución de la comunicación a entornos digitales, a continuación, se detallan estos tres:

- *Mashall McLuhan*

Creó la obra denominada “Aldea Global” por medio de la cual se genera un modelo para el estudio del impacto estructural de la tecnología para la sociedad. Dicho modelo surge con a partir de descubrir de que cada uno de los medios de comunicación y las tecnologías presentan una estructura de forma lingüística. Por lo que Trujillo & Abraham (2017) manifiestan «cada una de

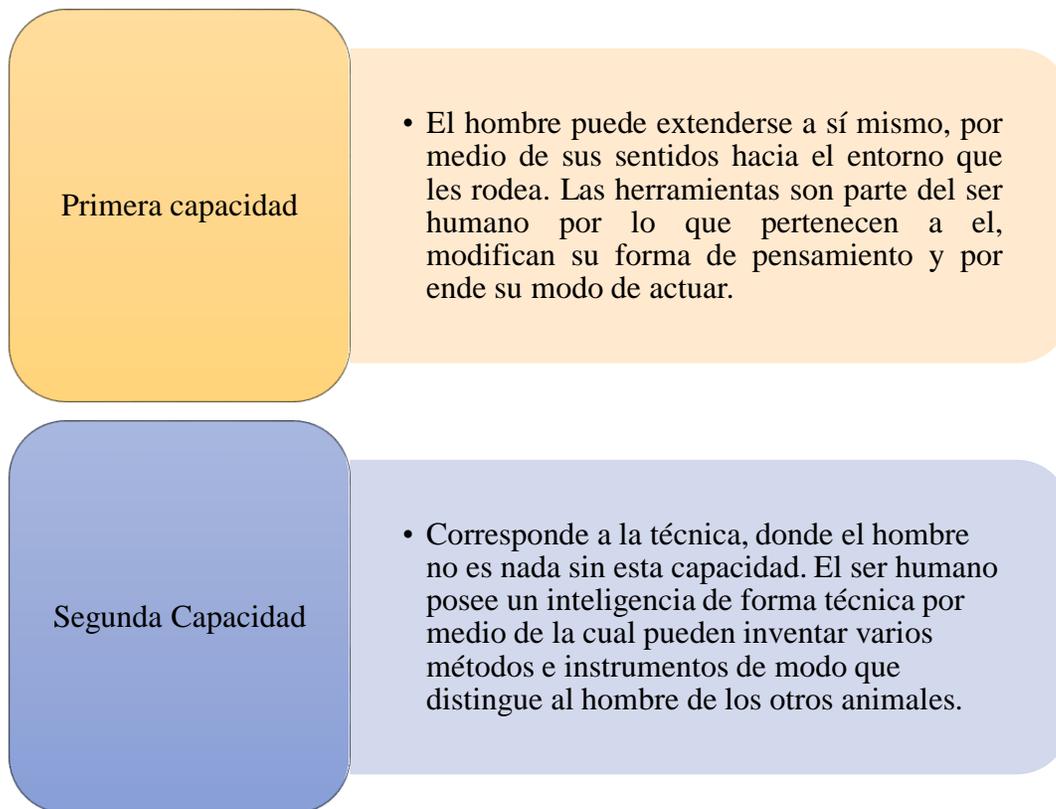
las tecnologías son consideradas como un lenguaje esencial que utilizan símbolos que son codificados por el ser humano para lograr el proceso de la comunicación» (pág. 610).

Las profecías por parte de esta de este autor se han cumplido actualmente donde el escenario de la revolución tecnológica alumbra nuevamente los distintos procesos de la comunicación, en donde existen nuevas iniciativas tanto para los medios de comunicación como a los mensajes. Para Pino (2009) dentro de dicho contexto «el Internet representa en la era electrónica lo mismo que supuso la imprenta en la era alfabética, una atmósfera mediática que interrelaciona al planeta en su nueva dimensión de aldea intercomunicada» (pág. 15).

Este autor define dos capacidades específicas en el hombre las cuales se detallan en la siguiente figura:

Figura 2.

Capacidades del ser humano consideradas por McLuhan



Fuente: Tomado de (Trujillo & Abraham , 2017)

- *Carlos Scolari*

Es un investigador del Departamento de Comunicación Digital de la Universidad de Cataluña, que creó un libro sobre las Hipermediaciones: Elementos para una teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Realiza un análisis sobre la comunicación digital interactiva, expresada en tres partes fundamentales: el saber comunicacional, el hacer comunicacional e hipermediaciones, es decir, un conjunto conversaciones de tipo científica sobre este fenómeno de tipo contemporáneo (Ruiz, 2009). A continuación, se detalla algunos aspectos de estas tres partes fundamentales según lo mencionado:

El saber comunicacional. – por medio del cual se destaca la tensión que se tiene al momento de realizar estudios acerca de la comunicación, haciendo énfasis en el carácter inter y trans-disciplinario de los estudios de comunicación y en la reivindicación de su autonomía científica.

El hacer comunicacional. - desde las nuevas lógicas productivas del mundo digital, o sea, la economía política de las hipermediaciones, seguido por las bondades del hipertexto y la multimedialidad, que impregnan cada vez con mayor fuerza el mundo de los medios tradicionales de comunicación, hasta caracterizar las nuevas figuras del consumo digital, que demandan distinguir entre receptor, audiencia y usuario, para mejor comprender la construcción social del ciberusuario.

Hipermediaciones. - plantea, en sucesivas reflexiones, las nuevas subjetividades espacio temporales que están generando las tecnologías digitales en un contexto de movilidad y pluriubicuidad. De esta forma, las tecnologías digitales, no sólo transforman el mundo, sino que también inciden poderosamente en la comprensión y percepción que tienen los sujetos de ese mundo.

- *Henry Jenkins*

Es un estadounidense relacionado directamente con los medios de comunicación, profesor de Comunicación, Periodismo y Artes Cinemáticas. Explora las fronteras entre el texto y el lector promoviendo la cultura denominada y hágalo usted mismo. Lastra (2016) «definió la narrativa transmitida fue definida por es autor definida como un proceso donde elementos integrantes de

una ficción aparecen muy dispersos a través de varios canales de distribución con el fin de generar una experiencia de entretenimiento unificada y coordinada» (pág. 75).

Fernández (2014) «definió a los prosumidores, por medio de este término se designa al consumidor que tiene la capacidad de generar contenido. A medida que su participación en los contenidos que ofrecen los medios de comunicación ha ido aumentando, expertos e investigadores han llevado a cabo clasificaciones acerca de los niveles de intervención de este» (pág. 55).

Según Lastra (2016) El “prosumidor” cumple con tres funciones importantes detalladas a continuación:

- Difusión: por medio del internet principalmente
- Interpretación: por medio de la generación de fan a través de las redes sociales o foros para debatir el contenido y analizarlo.
- Creación: de nuevos relatos ya sean escritos, audiovisuales, interactivos, entre otros. (pág. 80)

Evolución de los medios digitales desde la década de los 80’s

En la década de los años 80 se ejerció el neoliberalismo y la globalización que llegarían a cambiar de cierta forma las bases de la economía, política, cultura y la comunicación en el mundo. Entre los años de 1981-1983 se dio la peor recesión mundial considerada como “gran depresión histórica” que afectó a los distintos países desarrollados y de forma devastadora afectó a los subdesarrollados. Desde este enfoque para Beltrán (2005) «esta década fue denominada como la época perdida, donde Latinoamérica se vio afectada de forma directa, donde existió una regresión de los distintos programas en cuanto a desarrollo de un país se refiere» (pág. s/p).

En la década de los años 80 los principales medios de comunicación fueron los siguientes:

Tabla 1.

Medios de Comunicación en la década de los 80’s

Medios de comunicación de los años 80’s	Descripción
------------------------------------------------	--------------------

Periódico	El periódico de estas épocas anunció día a día información de todo tipo, incluyendo publicaciones de productos. Inicialmente tenía un costo, sin embargo, llegó a ser gratuito, teniendo acceso la mayor parte de gente.
Teléfono	En esas épocas las familias de estrato alto y medio alto tenían ese servicio. Existían teléfonos análogos fijos, es decir, contaban con cables los cuales tenían una gran interferencia de forma especial con llamadas a larga distancia.
Radio	Este era el medio de comunicación más usado, donde las radionovelas y series de aventura eran muy mencionadas en dicha época. Las distintas personas tenían acceso.
Televisión	No todos poseían este medio de comunicación. En esa época existían televisores de tubos catódicos que emitían imágenes a blanco y negro, y en raras ocasiones a color.

Fuente: Tomado de (Martínez, 2021)

Actualmente, la comunicación es considerada como un proceso bidireccional el cual es principalmente considerado como un proceso dentro de las organizaciones, que se encuentra conformado por ocho pasos mediante los cuales inicia con el emisor y termina con la recepción del mensaje.

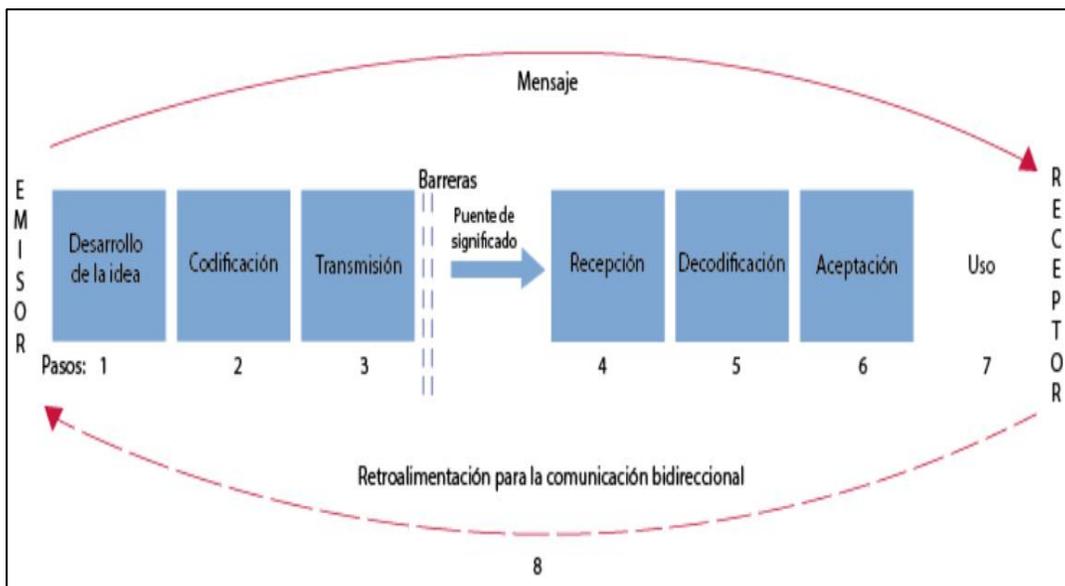
Estos pasos se plantean a continuación:

- 1) Desarrollo de una idea. - Este paso es clave, porque es donde se formula el mensaje que se pretende transmitir y el resto del proceso depende del desarrollo de esta idea.
- 2) Codificación. – el emisor determina la forma de transmisión del mensaje por lo cual decide las palabras, gráficos o recursos que utilizará para emitir el mensaje.
- 3) Transmisión. – se da la difusión del mensaje por el método y el canal que emita el emisor.

- 4) Recepción. – depende de la persona que recibe el mensaje, sin embargo, si el receptor no recibe bien el mensaje se pierde la información.
- 5) Decodificación. – en este paso se necesita que el receptor entienda y decodifique el mensaje exactamente como le fue enviado. No puede haber comunicación exitosa hasta que haya entendimiento del receptor.
- 6) Aceptación. – este paso lo decide el receptor quien es la persona que acepta o rechaza la información proporcionada, influyen los siguientes factores: percepción, credibilidad y las consecuencias.
- 7) Uso. - es un paso de acción, donde el receptor controla qué hará con la información recibida.
- 8) Retroalimentación. – ocurre una vez que el receptor reciba el mensaje y genera un nuevo mensaje al emisor. De esta manera se completa de forma directa el proceso de comunicación bidireccional.

Figura 3.

Proceso de Comunicación Bidireccional



Fuente: Tomado de (Dávalos, 2019)

Evolución de Consumidores a Prosumidores

Aparicio & García (2018) indican que «el término "prosumidor" no es nuevo. Ha existido en el mundo del marketing durante años, pero en el mundo actual de la web social, ha adquirido una nueva importancia que los especialistas en marketing no pueden ignorar» (pág. 75).

El término "prosumidor" se ha transformado de "consumidor profesional" a "defensor de productos y marcas". González & Huerta (2019) indican «en lugar de simplemente "consumir" productos, las personas se están convirtiendo en las voces de esos productos y tienen un impacto significativo en el éxito o el fracaso de las empresas, los productos y las marcas, especialmente a través de su participación en la web social» (pág. 250).

En términos simples, las empresas ya no tienen el control total de sus productos, marcas y mensajes. Hoy, los consumidores tienen el control. Los líderes de este cambio son los miembros de la web social: blogueros, microblogueros, carteles de foros, participantes de redes sociales, etc., que difunden mensajes, influyen en las personas de todo el mundo e impulsan la demanda. Para Molina & otros «los prosumidores son las personas influyentes en línea que los especialistas en marketing no solo deben identificar, sino también reconocer, respetar y desarrollar relaciones con el fin de que sus productos y marcas prosperen» (pág. s/p).

Los pasos de alto nivel para aprovechar el poder de los prosumidores son los siguientes:

- 1) Identifique los influencers online clave para su producto, marca, negocio o industria (es decir, los prosumidores).
- 2) Reconozca a esas personas (por ejemplo, envíe muestras de productos, solicite opiniones, etc.).
- 3) Únase a la conversación en línea donde esas personas ya pasan tiempo.
- 4) Desarrollar relaciones con esas personas interactuando con ellas, proporcionando información útil y siendo accesible y humano.
- 5) Aproveche las oportunidades de la web social creando sus propios destinos de marca, como un blog, canal de YouTube, perfil de Twitter, grupo de Facebook o página de fans, grupo de LinkedIn, podcast, etc.

El resultado final para conectarse con prosumidores y hacer que hablen y defiendan su marca, productos y negocios es entregar contenido que agregue valor a su experiencia con su marca.

Entonces, no tema dejar que ellos tomen el control y difundan sus mensajes. Gonzales & Huerta manifiestan «ahí es donde entra en escena el poder de la web social y de los influencers en línea para impulsar el marketing de boca en boca más lejos que nunca, y ese es el objetivo final de los especialistas en marketing» (pág. 252).

Evolución de la Web 1.0 a 3.0

La tecnología web y la forma en que se utiliza ciertamente ha evolucionado en los últimos años, y cada evolución ha traído consigo nuevas herramientas y técnicas relevantes para los reclutadores. Estas evoluciones se han denominado popularmente Web 1.0, 2.0 y 3.0 en los medios.

- **Web 1.0**

Aunque nunca se usó realmente para describir la web en ese momento, este es el término que se usa ahora para los sitios web básicos que brindan una experiencia de usuario limitada o estática. Latorre (2018) este término se utilizaría para describir los sitios web sencillos de "escaparate" del pasado. Por supuesto, el comercio electrónico fue la principal área de explosión en la que la web se utilizó por primera vez de manera comercial (pág. s/p). Esto luego evolucionó para incluir sitios como eBay para subastas en línea. También incluyó la primera ola de bolsas de trabajo como Monster y Hot Jobs

- **Web 2.0**

A medida que la tecnología evolucionó, los sitios web pudieron brindar una experiencia de usuario más rica e interactiva. Para Hernández (2013):

La Web 2.0 se ha utilizado para describir este fenómeno web. Los ejemplos incluyen sitios de redes sociales como Facebook y MySpace, que permitieron a los usuarios crear sus propios perfiles, compartir archivos e interactuar entre ellos a mayor escala. YouTube permitió a las personas publicar su propio contenido multimedia, los blogs permitieron que el usuario promedio de la red se convirtiera en un periodista hogareño (Hernández K. , 2013, pág. 105).

En un nivel más técnico, la tecnología que proporciona la columna vertebral a muchos sitios web en esta era permitió que las páginas web actualizaran el contenido de manera más fluida y sin

actualizar las páginas. En resumen, si la Web 2.0 ha representado algo es la creación y el intercambio de información entregada a través de la web.

- **Web 3.0**

La web 3.0 se encuentra relacionada con lo que se conoce como web semántica, donde cada uno de los usuarios pueden interactuar con la red por medio de un lenguaje natural con interpretación a través del software, de esta forma es mucho más sencillo acceder a toda la información. De esta manera todos los datos alojados dentro de la web 3.0 deben ser comprendidos como máquinas que podrían procesarlos con rapidez. Es decir, este tipo de web tiene relación directa con la inteligencia artificial, donde cada uno de los sitios web presentan la capacidad de conectarse entre sí en base a los intereses del usuario (Troche, et al., 2019).

De los Medios Tradicionales a los Medios Digitales

Algunos medios como la radio son mucho más antiguos que otros medios como las redes sociales. Cada uno tiene sus fortalezas y debilidades, pros y contras y beneficios para los especialistas en marketing. Para Campos los medios tradicionales se definen como los medios que existían antes del surgimiento de Internet. Eso incluye periódicos, revistas, vallas publicitarias, radio y televisión abierta y correo directo (Campos, 2008, pág. 280).

Los medios tradicionales se refieren a los canales publicitarios que se han utilizado durante décadas. Estos son los métodos probados y verdaderos en los que las empresas han confiado durante años. Para Freire (2015) estos canales pueden ser «bastante efectivos y, para muchas empresas, representan la totalidad del presupuesto publicitario. En términos de dólares gastados, se estimó que las empresas gastarían \$ 104,32 mil millones en técnicas de marketing tradicionales en 2021» (Freire, 2015, pág. 445).

Una característica de los medios tradicionales es que requieren un gran presupuesto publicitario. Por esa razón, y debido a la popularidad emergente de los nuevos medios, las empresas están comenzando a diversificar sus estrategias de marketing para incluir también medios menos tradicionales.

Los medios digitales incluyen todo lo que ve en línea: publicidad en línea, motores de búsqueda, redes sociales, servicios de transmisión de video y sitios web. Digital también incluye otras técnicas en línea y móviles como geofencing, video de formato largo OTT (over the top) y Digital OHH (digital out of home) como vallas publicitarias digitales (Punín, Martínez, & Rencoret, 2014).

Los nuevos medios se pueden describir mejor como canales digitales que han ganado popularidad en el espacio publicitario en la última década. A medida que más y más consumidores confían en sus teléfonos móviles para todo, los nuevos medios se han convertido en una forma cada vez más eficaz de hacer publicidad. El gasto en la industria de los nuevos medios sigue creciendo, y los expertos estiman que las empresas gastarán 172.000 millones de dólares en publicidad digital para 2021.

La Educomunicación como vínculo en la sociedad

Para Aguaded & Delgado (2019) la educomunicación es un campo de estudio teórico y práctico que ha surgido de dos disciplinas convergentes, la educación y la comunicación, antes separadas, pero ahora cada vez más vinculadas, con muchos aspectos en común.

Etimológicamente, el verbo "educar" procede del latín educare, a su vez derivado de educere, "sacar de, extraer, hacer salir"; por ejemplo, sacar a la luz algo que está dentro de nosotros y, por extensión, producir, construir, exponer conocimientos y valores al mundo. En comunicar, "compartir" y "accesibilidad para todos" son los valores subyacentes. La convergencia de las dos disciplinas -educación y comunicación- está impulsada por la idea de formar ciudadanos críticos, responsables y participativos, capaces de habitar cómodamente el siempre cambiante ecosistema mediático, utilizando el conocimiento compartido (Aguaded & Delgado, 2019, pág. s/p).

De entrada, es importante reconocer que existe una gran dispersión conceptual a la hora de referirse al mismo campo del estudio, es decir, la relación entre los medios y la escuela. Conceptos como educación mediática o pedagogía mediática; alfabetización mediática, visual o informacional; nuevas alfabetizaciones; y competencias digitales o informacionales aparecen en la literatura, a veces como sinónimos o como modelos diferentes. Para mayor claridad, Mateus & Quiroz (2017)

manifiestan «definimos la educomunicación como un campo teórico interesado en la relación dialógica entre los medios de comunicación (denominados "de masas" o "tradicionales", "nuevos" o "sociales", o "tecnologías de la información y la comunicación [TIC]") y su impacto en el entorno educativo o en sus principales actores: alumnos, profesores y padres» (pág. s/p).

A finales de la década de 1960 y principios de la de 1970, la educomunicación surgió como un subcampo de la Comunicación para el cambio social centrado en las dimensiones pedagógicas de los medios ciudadanos y comunitarios, así como en los procesos de comunicación en general. Para Barbas (2019) «la comunicación y la educación empezaron a verse como partes constitutivas de un mismo proceso de formación mediática y sociopolítica» (pág. s/p).

En 1979 la UNESCO (1984) adoptó el término educomunicación en el sentido de "educación en comunicación", que incluye "todas las formas de estudiar, aprender y enseñar en todos los niveles (primaria, secundaria, superior, educación de adultos, educación permanente) y en todas las circunstancias, la historia, la creatividad, el uso y la evaluación de los medios de comunicación como artes prácticas y técnicas, así como el lugar que ocupan los medios en la sociedad, su impacto social, la implicación de la comunicación mediática, la participación, la modificación del modo de percepción que provocan, el papel del trabajo creativo y el acceso a los medios" (pág. s/p).

En este paradigma, un acto educativo es visto como un acto comunicacional, y un acto comunicacional como un acto educativo. En consecuencia para Barbas (2019) «nacieron la Educomunicación, la Comunicación Educativa y la Pedagogía de la Comunicación, entre otras categorías, basadas en el principio de que la comunicación educa y que se educa a través de la comunicación» (pág. s/p).

En consecuencia, Sena (2019) entiende la educomunicación como una forma de pedagogía crítica que estudia las prácticas de comunicación como procesos pedagógicos. Se distingue por su determinada coyuntura histórica y su contexto sociocultural específico (pág. 135). Mientras la educomunicación entraba en escena en América Latina, movimientos similares en países como el Reino Unido, Francia, Estados Unidos y Canadá, comenzaron a surgir a finales de los años 60 y principios de los 70. Esto marcó el inicio de lo que hoy se conoce como "educación mediática", una disciplina académica reconocida oficialmente por instituciones educativas nacionales e internacionales (por ejemplo, el British Film Institute, la Unión Europea o la UNESCO) que ha

experimentado un importante desarrollo en los últimos años debido a la oleada de TIC y al uso masivo de Internet.

Participación Ciudadana en función a políticas públicas culturales

En las últimas décadas, muchos países han adquirido experiencia con referendos, foros de ciudadanos, jurados de ciudadanos, gobernanza colaborativa, presupuestos participativos y muchos otros modelos en los que los ciudadanos tienen una voz más directa. La mayoría de la gente considera que esto es un avance positivo.

La participación ciudadana suele considerarse un elemento valioso de la ciudadanía democrática y de la toma de decisiones. Además, los partidarios de la teoría democrática han argumentado que un papel más importante de los ciudadanos es vital para la democracia. En particular, las teorías sobre la democracia participativa, la democracia deliberativa y el capital social hacen una serie de afirmaciones: Michels (2011) «la participación da a los ciudadanos una opinión más directa, da voz a los ciudadanos individuales y a las minorías, fomenta las habilidades cívicas y las virtudes cívicas, conduce a decisiones racionales basadas en el razonamiento público y aumenta el apoyo al resultado y al proceso» (pág. 280).

Un paradigma teórico dominante de la toma de decisiones durante la mitad del siglo XX fue considerado el modelo racional. El modelo racional se basa en gran medida en la presunción de objetividad en la identificación de los objetivos de la comunidad y la selección de los cursos de acción deseados hacia la consecución de los fines declarados. La aplicación descendente de este método de toma de decisiones llevó a criticar el paradigma racional y a reclamar una mayor participación en la planificación y una toma de decisiones descentralizada.

En la actualidad existe un gran acuerdo en el ámbito de la administración pública para desarrollar y aplicar mecanismos de participación ciudadana en la toma de decisiones. Hawkins & Wang (2012) «la colaboración, la comunicación y la participación de los interesados han surgido ahora como características y elementos esenciales de la gobernanza local» (pág. 20).

La participación ciudadana en la elaboración de los planes es la piedra angular de las buenas prácticas de planificación. Esta idea no es nueva. Schweizer, escribiendo en 1949 sobre la

planificación en la Alemania de posguerra, relacionó la democratización de la planificación con la aparición de formas democráticas de gobierno. Aunque la participación ciudadana tiene una larga historia en Estados Unidos, la publicación del libro de Arnstein "A Ladder of Citizen Participation" en 1969, la aprobación de la National Environmental Policy Act en 1969 y la Federal Advisory Committee Act de 1972, marcaron la aparición de la incorporación sistemática e institucional de la participación ciudadana en la planificación local, regional y estatal (Seltzer & Mahmoudi, 2012).

Aunque existe un justo consenso sobre la comprensión de la participación como la implicación directa de los ciudadanos en la toma de decisiones públicas, el interés que esta idea suscita tanto en el debate académico como en el público en general está a la altura de su imprecisión. Además de la forma aún muy fluida y experimental de sus realizaciones, la participación implica un abigarrado espectro de modelos y procedimientos que implican a diferentes actores y poderes.

Por otra parte, Bifulco (2013) indica: «la participación se ve afectada por un pesado cuerpo de teoría normativa que proviene de dos líneas de pensamiento distintas. Una se refiere a la democracia participativa y hace hincapié en la inclusión de los ciudadanos en los procesos de toma de decisiones, mientras que la otra se refiere a la democracia deliberativa y subraya la importancia de la racionalidad dialógica» (pág. 174).

La participación ciudadana en función a la comunicación, es una nueva forma de democracia en la que los ciudadanos forman parte del proceso de toma de decisiones con respecto al desarrollo de su sociedad. Se trata de un proceso interactivo entre los propios ciudadanos y entre éstos y los representantes del gobierno para contribuir de forma significativa a la elaboración y aplicación de políticas y decisiones públicas de forma transparente y responsable.

En otros términos, la participación ciudadana puede considerarse como una forma de acción individual o colectiva para identificar y tratar cuestiones de interés público. De hecho, la participación ciudadana significa que los ciudadanos tienen que creer que su compromiso es consecuente y tendrá un impacto positivo en su comunidad.

Esta participación introduce nuevos mecanismos para que los gobiernos formulen decisiones integrando el punto de vista de los ciudadanos. Para que los ciudadanos se comprometan de forma significativa e inteligente, es necesario que el gobierno les proporcione un conjunto de información

más útil, relevante y completa. La base de la información proporcionada por el gobierno se conoce como datos abiertos (Mellouli, Luna-Reyes, & Zhang, 2014).

Es desde la comunicación que alrededor del mundo, la participación ciudadana se exige cada vez más en el marco de los programas internacionales de desarrollo, o bien es el resultado de diversas iniciativas ascendentes. La difusión mundial de los mecanismos de participación, a pesar de su grado de influencia muy variable y de la difusión paralela de dinámicas no democráticas, constituye un movimiento aún incipiente, pero cuyo desarrollo representa algo más que una moda pasajera (Sintomer, Herzberg, & Röcke, 2012).

Las reformas participativas y su promoción por parte de la administración en todos los niveles generalmente se justifican por la distancia entre los ciudadanos y las instituciones. Para algunos investigadores, la desilusión política puede revelar un creciente interés de muchos ciudadanos en establecer relaciones más transparentes y directas con los gobernantes. La crisis de partido y la desconfianza en los representantes políticos han contribuido a dar a la opinión pública una imagen proparticipativa: los ciudadanos quieren participar cada vez más directamente (García-Espín, Ganuza, & De Marco, 2017).

Las instituciones participativas que involucran a los ciudadanos en el proceso de elaboración de políticas son capaces de promover los ideales democráticos a través de la inclusión y el igualitarismo durante la deliberación gubernamental. Muchos estudiosos han destacado los beneficios normativos de la participación ciudadana que se derivan de una mayor deliberación y empoderamiento. Sin embargo, son relativamente pocos los investigadores que han aportado pruebas empíricas que respalden estas afirmaciones (Hong & Cho, 2018).

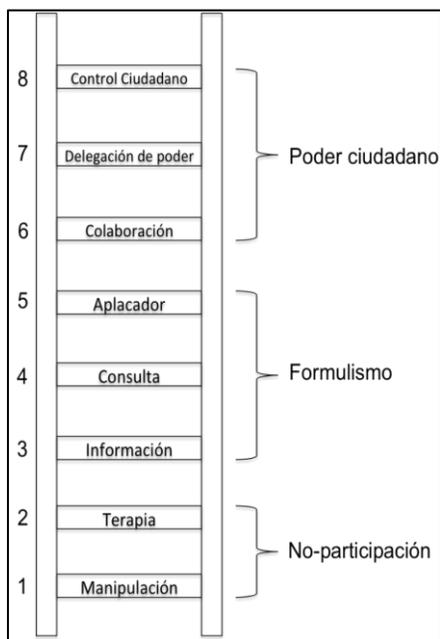
Escalera de Arnstein en función a la Participación Ciudadana

Arnstein (1969) escribió "A Ladder of Citizen Participation" (Escalera de la participación ciudadana) basándose en el estudio de su personal del Departamento de Vivienda y Desarrollo Urbano de Estados Unidos sobre los programas de Ciudades Modelo y sus experiencias con el proceso de participación ciudadana (pág. 220). En su artículo, creó una "escalera" de ocho

peldaños, que se muestra en la Figura 4, para representar las experiencias comunitarias de las Ciudades Modelo en relación con la forma en que los gobiernos locales abordaban la participación ciudadana. Según ella, "la escalera yuxtapone a los ciudadanos sin poder con los poderosos para destacar las divisiones fundamentales entre ellos". Los peldaños inferiores (no participación y simbolismo) representan un poder ciudadano escaso o nulo en el proceso de participación ciudadana, mientras que los peldaños superiores (grados de poder ciudadano) tienen niveles más altos de poder ciudadano.

Gaber (2019) concluye que a través de la "redistribución del poder", los grupos comunitarios podrán realizar mejor sus objetivos comunitarios (pág. 188).

Figura 4.
Escalera de Arnstein



Fuente: Tomado (Dávalos, 2019)

Empezando por abajo, los dos primeros peldaños de la escalera de Arnstein son la manipulación y la terapia. Zaro (2008) «clasifica ambas cosas como no participación, concebidas como sustitutos de la participación genuina, en las que los que tienen el poder intentan educar o curar a los participantes» (pág. 5). La manipulación se da en los casos en los que los participantes son colocados en comités o consejos consultivos con sello de aprobación, o en tipos de participación

vacíos como la "recopilación de información" y las "relaciones públicas". La terapia se refiere a los casos en los que los ciudadanos participan en actividades que pretenden educarlos y desviarlos de las cuestiones importantes.

El tercer peldaño de la escalera es la información, y el cuarto la consulta. Los ciudadanos pueden escuchar y ser escuchados en estos dos niveles simbólicos, pero carecen de poder para que sus opiniones sean tomadas en serio por quienes toman las decisiones. La participación aquí es un paso restringido hacia la participación plena, porque el intercambio se produce esencialmente de los funcionarios a los ciudadanos (por ejemplo, a través de los medios de comunicación, panfletos y carteles) y los ciudadanos no tienen poder de negociación. La colocación (el quinto peldaño) es un nivel superior de simbolismo en el que los participantes tienen cierto grado de influencia. Los ciudadanos pueden asesorar, pero no tienen derecho a decidir. Damgaard & Lewis (2014) cuando los consejos de administración incluyen a muy pocos ciudadanos, y sus derechos y responsabilidades están mal definidos y son poco claros, la participación es limitada y las decisiones se toman entre muchos (o en otro lugar) (Damgaard & Lewis, 2014, pág. s/p).

La asociación es el sexto peldaño de la escalera y en ella los ciudadanos empiezan a tener un verdadero poder de decisión, ya que pueden negociar y hacer concesiones. Zaro (2018) «cuando existe "una base de poder organizada en la comunidad a la que los líderes ciudadanos tienen que rendir cuentas, y cuando tienen recursos, esto puede ser eficaz» (pág. 6). En la clasificación de Arnstein, las asociaciones genuinas son aquellas en las que los ciudadanos pueden iniciar planes y trabajar en ellos. Como su lenguaje indica, sólo a partir de este nivel los ciudadanos están en condiciones de pedir cuentas a los funcionarios.

El poder delegado y el control ciudadano son los dos peldaños superiores de la escalera de Arnstein. Aquí, los participantes tienen la mayoría de los puestos de decisión o el control total de la gestión: "los ciudadanos tienen las cartas importantes para asegurar la responsabilidad del programa ante ellos. Un modelo alternativo de poder delegado consiste en que grupos separados de ciudadanos y funcionarios se reúnan en paralelo, pero que los ciudadanos tengan poder de veto sobre las decisiones. Damgaard & Lewis (2014) El control total, el peldaño más alto de la escalera, es aquel en el que los ciudadanos pueden gobernar un programa, estar a cargo completamente de la política y la gestión, y negociar las condiciones en las que otros pueden cambiarlas. En estos dos niveles de participación existe una verdadera responsabilidad (pág. s/p).

La Participación Ciudadana desde Contextos Digitales

El uso de las Tecnologías de la Información en la administración (o e-government) ha evolucionado durante los últimos años para hacer más efectivas, democráticas y transparentes las interacciones entre la administración y los ciudadanos, la administración y las empresas, y las relaciones interinstitucionales. Además, en los últimos años se han observado dos importantes tendencias con impacto en todas estas interacciones. Por un lado, los gobiernos de todo el mundo han emprendido un movimiento para abrir los datos con licencias abiertas y en formatos más fáciles de reutilizar. Por otro lado, Mellouli, Luna-Reyes & Zhang (2014) la ubicuidad de la tecnología está contribuyendo a la producción de cantidades impresionantes de datos que tienen el potencial de ayudar a comprender mejor los complejos problemas sociales, así como a mejorar las relaciones de los gobiernos con los ciudadanos, las organizaciones privadas, las ONG y otros gobiernos (pág. 3). Ambas tendencias, junto con un uso más amplio de las tecnologías de la información, se han denominado gobierno inteligente o smart government.

Los estudios tradicionales sobre la participación ciudadana utilizaban la investigación de encuestas masivas para identificar cómo los ciudadanos intentan influir en el gobierno a través de acciones individuales y de la pertenencia a grupos. Las investigaciones contemporáneas más conocidas se han alejado de la simple concepción binaria de los actos individuales de participación, convencionales o no, para desarrollar tipologías más polifacéticas que incluyan las prácticas actuales de los ciudadanos por medios digitales. Sin embargo, Vromen (2016) los repertorios de acción clave y la teorización existente sobre cómo los ciudadanos movilizan recursos para la participación siguen centrándose en la participación política formal dirigida al Estado (pág. 20).

Las formas de participación basadas en los medios sociales poseen una creciente popularidad entre los ciudadanos, sin embargo, han sido recibidas con reticencia e incluso con recelo por los estudiosos de la democracia y la participación. Queda por ver, si las redes sociales y otras plataformas de medios digitales de este tipo fomentarán los modos de participación online y offline tal y como se entienden convencionalmente o si más bien diluirán el significado de la ciudadanía políticamente comprometida. A pesar de los desacuerdos que pudiesen existir, poco se ha hecho para analizar las similitudes, las diferencias y las relaciones entre las antiguas y las nuevas formas de participación de forma sistemática (Theocharis & van Deth, 2018).

De la forma, las tecnologías digitales y los medios de comunicación social crean los recursos, al menos potencialmente, para que los ciudadanos adquieran información sobre los problemas públicos y datos sobre sí mismos que los conviertan en socios más competentes en la resolución de problemas públicos (Fung, 2015).

La Cultura como vínculo de la comunicación

La historia de la antropología revela una clara lucha en la búsqueda de una definición de cultura; es decir que, no va más allá de los límites de los adjetivos emergentes o de los fundamentalismos descriptivos que privilegian los aspectos externos y manifiestos de una cultura, que se han quedado en el nivel de los rasgos culturales, o que siempre han distinguido la cultura separándola de la sociedad y de los temas sociales que lo componen. Para Guerrero (2002) «no se trata solo de la posición ideológica en el conflicto, sino también del conflicto entre las diferentes formas de mirar el mundo, la realidad y la cultura, que representan diferentes posiciones sociales, ideológicas y políticas, porque cualquier conflicto ideológico no es sino el reflejo de la lucha por el control de los significados que tienen lugar en la sociedad» (pág. 52).

Gran parte de la dificultad de entender el concepto de cultura se debe a los diferentes usos del término que se emplearon cada vez más en el siglo XIX. A grandes rasgos, se utilizó de tres maneras (todas las cuales pueden encontrarse también hoy en día). En primer lugar, como se ejemplifica en *Culture and Anarchy* de Matthew Arnolds, la cultura se refería a los esfuerzos o productos intelectuales o artísticos especiales, lo que hoy podríamos llamar "alta cultura" en contraposición a la "cultura popular" (o "folclore" en un uso anterior). Según esta definición, sólo una parte -normalmente pequeña- de cualquier grupo social "tiene" cultura. Este sentido de la cultura está más relacionado con la estética que con las ciencias sociales (Spencer-Oatey, 2012).

La cuestión es por supuesto complicada cuando los conceptos en juego, como el de cultura, tienen una larga historia precientífica, lo que, ha llevado a la promoción de la ciencia como objeto de estudio sistemático. En un trabajo en profundidad de Kroeber y Klukhon en 1952, agruparon 164 definiciones de cultura, que analizaron en seis grupos diferentes, especificando que cada grupo se caracterizaba por una variedad de aspectos elegidos como características definitorias: descriptivo, histórico, canónico, definiciones psicológicas, estructurales y genéticas (Iriarte, 2015).

La palabra cultura (del verbo latino *colo, cholere, cultum* = cultivar) etimológicamente significa cultivo. Como palabra fundamental, ingresa a la composición con palabras específicas, que determinan su significado general; Así "agricultura" = cultivo del campo. Cicerón, en *Tusculanas* (2, 13), usa la expresión *cultura anime* en el sentido de "educación espiritual"; Y Horacio, en *Epístolas* (1, 1, 40. b), usa la palabra en el mismo sentido, aunque no agrega ninguna palabra específica. La cultura, Altieri (2001) por su definición oral-etimológica, es por tanto la educación, formación, desarrollo o perfeccionamiento de las facultades intelectuales y morales del hombre; Y en su reflexión objetiva, la cultura es un mundo adecuado para el hombre, en contraste con el mundo natural, que también existiría sin el hombre (pág. 17). Por tanto, la cultura no es sólo un proceso de actividad humana, que Francis Bacon llama figurativamente el "georgiano del alma" (*De Dignitate et Augmentis Scientia*, VII, 1); Es también el producto de esta actividad, de este entrenamiento, es decir, el conjunto de formas cultas de pensar y vivir, comúnmente llamado civilización.

Entendida de esta manera, la cultura es un nombre apto para aplicarse a todas las realizaciones específicas de los grupos humanos. Incluye el lenguaje, la industria, el arte, la ciencia, el derecho, el gobierno, la moralidad, la religión, así como las herramientas o artefactos físicos en los que se materializan los logros culturales y a través de los cuales los aspectos intelectuales de la cultura (edificios, herramientas, máquinas, funciones, etc.) arte, medios de comunicación, etc.

A finales del siglo XX, John Bodley siguió adelante con una nueva clasificación y estableció ocho tipos de definiciones según su contenido.

Según Iriarte (2015), estos se desglosan de la siguiente manera:

- 1) **Materia:** La cultura se basa en un conjunto particular de materias o categorías, como el sistema de organización social, la economía o las relaciones familiares.
- 2) **Historia:** La cultura se forma por medio de la endoculturación, es decir, el proceso que transmite la forma de pensar, los conocimientos, las costumbres y las reglas de la vieja generación a la nueva generación.
- 3) **Comportamiento:** La cultura es el comportamiento compartido por un grupo de seres humanos que viven de la misma forma.

- 4) Idealista: La cultura se refiere a los ideales, valores y reglas generales que se utilizan en la vida diaria de la sociedad.
- 5) Funcional: La cultura es la forma en que los grupos humanos resuelven problemas de adaptación.
- 6) Mental: La cultura reúne un conjunto de pensamientos y hábitos adquiridos, que inhiben los impulsos.
- 7) Estructural: las ideas, símbolos o comportamientos en la cultura se modelan o estructuran e interrelacionan.
- 8) Simbólico: La cultura se basa en significados aleatorios y arbitrarios que son asignados por la sociedad y compartidos por sus miembros. (Iriarte, 2015)

La cultura se refiere al conjunto de prácticas para cualquier producción simbólica o material, resultado de la praxis realizada por el hombre en la sociedad en el marco de un proceso histórico concreto. Si la cultura es una construcción social que existe en toda la sociedad humana, no puede entenderse fuera de la sociedad, de los sujetos sociales que la conforman, ni de los proyectos históricos que emprenden en su lucha por el sentido. Según Patricio Guerrero (2002) «la cultura es posible porque hay seres concretos que la generan a partir de su cotidianidad como respuesta a una realidad en constante cambio» (pág. 125).

En las sociedades actuales, Iriarte (2015) la diversidad cultural puede tomar muchas formas, desde la diversidad de grupos dentro de la cultura dominante hasta la presencia de comunidades que viven de acuerdo con sus propios sistemas de creencias y prácticas (Iriarte, 2015, pág. s/p).

Para Muñoz, Avila & Carneza (2014):

Las prácticas culturales, como parte del concepto de cultura le aportan sentido a sí mismo. Al considerar los distintos momentos en que se ha examinado el concepto de prácticas culturales, se encuentra que desde un acercamiento teórico a pesar de la complejidad que rodea la noción de cultura se puede aproximar exhaustivamente a definir una práctica cultural como “un sistema de apropiación simbólica, como el conjunto de comportamientos, de acciones, de gestos, de enunciados, de expresiones y de conversaciones portadoras de un sentido, en virtud de los cuales, los individuos se comunican entre sí y comparten espacios, experiencias, representaciones y creencias”.

Entonces, es comprensible que cada cultura posee sus prácticas propias, estas manifestaciones le otorgan al sujeto un sello particular del cual se desprende su manera de concebir el mundo (Muñoz, Ávila, & Carmenza, 2014, pág. 180).

Marco Legal

Constitución de la República del Ecuador

Tomando como punto de partida a la Constitución de la República del Ecuador, la cual fue aprobada mediante referéndum en el año 2008, se puede establecer que la misma oferta un sinnúmero tanto de garantías como de derechos a la población ecuatoriana, incluyendo el ámbito cultural, esto se ve reflejado desde el mismo Art. 1 Primer Inciso en el cual se establece que: “El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada” (Constitución de la República del Ecuador, 2008, pág. 8).

Concomitante con lo anteriormente planteado, la misma Constitución en su Art. 21 detalla que:

Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas (Constitución de la República del Ecuador, 2008 pág. 16).

Del mismo modo, la Carta Magna establece que una manera de hacer que el derecho cultural se vuelva efectivo es por medio de la ejecución de políticas públicas, es decir, mediante ellas la población puede gozar de una verdadera identidad cultural, todo esto conforme el Art. 38 de la Constitución, el cual establece que:

El Estado establecerá políticas públicas y programas de atención a las personas adultas mayores, que tendrán en cuenta las diferencias específicas entre áreas urbanas y rurales, las inequidades de género, la etnia, la cultura y las diferencias propias de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades; asimismo, fomentará el mayor grado posible de

autonomía personal y participación en la definición y ejecución de estas políticas (Constitución de la República del Ecuador, 2008, pág. 20).

Por otra parte, en cuanto a la comunicación la propia Constitución establece en su Sección Tercera, Art. 16 Núm. 1 manifiesta que “Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a: 1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos” (Constitución de la República del Ecuador, 2008, pág. 14).

Además, adentrándonos un poco más en el mismo cuerpo legal y correlacionándolo con el tema de la presente investigación, el Art. 17 Núm. 2 erige que:

El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto: [...] 2. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada (Constitución de la República del Ecuador, 2008, pág. 15).

Es decir, en este contexto se puede comprender claramente que todas las personas tienen la facultad de acceder a las distintas formas de comunicación que la Constitución y los demás estamentos legales que se desarrollarán más adelante establecen, pero se debe hacer un hincapié especial en las nuevas tecnologías para conseguir este fin, ya que este es un terreno fértil para conseguir este objetivo aunque no ha sido lo suficientemente bien explotado, situación que no permite un desarrollo general globalizado y la inclusión dentro de las nuevas formas de comunicación a pueblos con escaso conocimiento de esta temática.

Ahora bien, un punto medular del presente trabajo lo encontramos en el Art. 100 Núm. 3 de la Constitución, el cual dispone de manera literal:

En todos los niveles de gobierno se conformarán instancias de participación integradas por autoridades electas, representantes del régimen dependiente y representantes de la sociedad del ámbito territorial de cada nivel de gobierno, que funcionarán regidas por principios democráticos. La participación en estas instancias se ejerce para [...] 5. Promover la formación ciudadana e impulsar procesos de comunicación. Para el ejercicio de esta

participación se organizarán audiencias públicas, veedurías, asambleas, cabildos populares, consejos consultivos, observatorios y las demás instancias que promueva la ciudadanía (Constitución de la República del Ecuador, 2008, pág. 47).

Bajo este precepto se puede interrelacionar directamente a la comunicación con un poder fundamental del Estado como lo es el de la Participación ciudadana; esto porque como un principio básico establecido en la Constitución la ciudadanía en general tiene todo el derecho de pronunciarse acerca de las diferentes acciones que el Estado toma en torno a la comunicación y esto lo hace por medio de sus autoridades representativas, pero como es obvio, respaldado por las distintas mociones que emite la asamblea en general conformada por los ciudadanos del común de los pueblos.

No obstante, en algunos casos este precepto jurídico se vuelve inexistente, ya que son las autoridades las únicas en tomar decisiones, en muchos casos importantes, que afectan a la comunidad en general, y dejan por fuera cualquier tipo de propuesta que pueda tener la ciudadanía violentando de esta forma lo instituido constitucionalmente.

Por eso, es primordial la inclusión de la mayor cantidad de sujetos que conforman el entorno societario de los pueblos en la toma de decisiones, políticas públicas, entre otras generalidades de las autoridades, ya que solo así se puede conseguir una verdadera inserción entre mandantes y pobladores.

Con este preámbulo, es menester analizar lo que determina la Constitución sobre la participación ciudadana y la parte medular es lo decretado en el Art. 101 que detalla:

Las sesiones de los gobiernos autónomos descentralizados serán públicas, y en ellas existirá la silla vacía que ocupará una representante o un representante ciudadano en función de los temas a tratarse, con el propósito de participar en su debate y en la toma de decisiones (Constitución de la República del Ecuador, 2008, pág. 48).

En otras palabras, con este articulado se establece una figura jurídica que garantiza de una manera fáctica la participación de la ciudadanía en las decisiones de sus autoridades, especialmente los Gobiernos Autónomos Descentralizados, lo cual se realiza con la finalidad de que los habitantes

tomen un rol partícipe y protagónico dentro de todas las diligencias administrativas y por ende en la toma de las decisiones más importantes encaminadas al desarrollo de los pueblos.

Antagónicamente a esta revolucionaria idea, la falta de conocimiento de las nuevas tecnologías en varios de los pueblos nativos que aún no se concilian con la “digitalidad”, ha generado que no se consiga una amplia participación ciudadana en los asuntos que generan interés en la colectividad, inclusive muchas de estas personas desconocen sus propios derechos consagrados en la Constitución.

Por tal razón, es innegable la necesidad de implementar dichas herramientas con la finalidad de generalizar en los pobladores toda la información que pueda ser pertinente para estos, aunque el mismo puede ser un proceso un poco largo y tedioso que se debe planificar y poner en práctica para futuras generaciones, pero se pueden volver a retomar actividades que se realizaban en tiempos pasados tales como el perifoneo, las hojas volantes, información de boca a boca, entre otras, las cuales se pueden convertir en un punto de partida referencial para transformar a los pueblos.

Ley Orgánica de Participación Ciudadana

En lo que respecta a la participación ciudadana, la Constitución de la República del Ecuador (2008), de acuerdo al Art. 61: «reconoce el derecho ciudadano a participar en los asuntos de interés público y a fiscalizar los actos del poder público» (ASAMBLEA, Constitución de la República del Ecuador, 2008, pág. 51), además define como mandato la obligatoriedad de la construcción participativa de los Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial desde los diferentes niveles de gobierno. Este mandato es recogido y reglamentado en el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomías y Descentralización (COOTAD), la Ley Orgánica de Participación Ciudadana (LOPC), así como la Ley Orgánica de Comunicación (2013) y el Plan Nacional del Buen Vivir 2017-2021 enfocado en el Eje 1: Derechos para todos durante toda la vida (SENPLADES, 2017, pág. 47) y los objetivos 1 y 2, respectivamente: «(1) Garantizar una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas; (2) Afirmar la interculturalidad y plurinacionalidad, revalorizando las identidades diversas» (SENPLADES, 2017, págs. 53 - 60).

En cuanto a la Ley Orgánica de Participación Ciudadana (2010), esta establece en su Art. 64 Núm. 5 nos dice que:

La participación local. - En todos los niveles de gobierno existirán instancias de participación con la finalidad de: 5. Promover la formación ciudadana e impulsar procesos de comunicación. La denominación de estas instancias se definirá en cada nivel de gobierno. Para el cumplimiento de estos fines, se implementará un conjunto articulado y continuo de mecanismos, procedimientos e instancias (Ley Orgánica de Participación Ciudadana, 2010, pág. 17).

Con este precedente, se le da una connotación especial a la participación local, ya que, referenciando en parte a lo anteriormente explicado conforme a la Constitución, con la Ley Orgánica de Participación Ciudadana se delimita aún más la participación de los habitantes en todos y cada uno de los diferentes procesos de comunicación, y la vuelve de estricto cumplimiento, puesto que le acompaña un marco legal aún más amplio. Por otra parte, continúa otorgando la responsabilidad de estos actos a los diferentes estamentos que forman parte del aparato estatal, en este caso particular, a los Gobiernos Autónomos Descentralizados, ya que ellos tienen la misión de promover distintos tipos de estructuras que faciliten el cumplimiento de las obligaciones prescritas en la norma.

De igual manera, al abordar el mismo cuerpo legal en referencia a la denominada silla vacía, este determina en su Art. 77 Inc. I, III y V que:

Las sesiones de los gobiernos autónomos descentralizados son públicas y en ellas habrá una silla vacía que será ocupada por una o un representante, varias o varios representantes de la ciudadanía, en función de los temas que se van a tratar, con el propósito de participar en el debate y en la toma de decisiones. En las asambleas locales, cabildos populares o audiencias públicas, se determinará la persona que deberá intervenir en la sesión de acuerdo con el tema de interés de la comunidad, quien se acreditará ante la secretaría del cuerpo colegiado. Su participación en la sesión se sujetará a la ley, ordenanzas y reglamentos de los gobiernos autónomos descentralizados. El gobierno autónomo descentralizado mantendrá un registro de las personas que soliciten hacer uso del derecho a participar en la silla vacía, en cual se clasificará las solicitudes aceptadas y negadas (Ley Orgánica de Participación Ciudadana, 2010, pág. 20).

Lo más importante a destacar de lo antes mencionado, es que esta normativa en su Art. 77 y subsiguientes incisos, encuentran en la silla vacía un proceso mediante el cual se puede certificar que los ciudadanos están conscientes de las diferentes decisiones que se están tomando en su entorno, a la par de que les permite formar parte del trámite de las mismas y además les otorga la facultad de tener no solo voz, sino también voto en dichas diligencias.

Pero, cabe mencionar que como toda norma es susceptible de manipulación, y el caso de la silla vacía no es la excepción, ya que en varias oportunidades se ha podido determinar que quienes hacen uso de la silla vacía han tenido que satisfacer y acoplarse a las decisiones impuestas por las autoridades municipales, lo que trasgrede totalmente la idea primordial de la silla vacía y mucho más allá limita las libertades de quienes quieren formar parte de las decisiones comunitarias, haciendo necesaria una regulación de esta figura legal al momento de ser llevada a la práctica.

Ley Orgánica de Comunicación

Es menester también el incluir en este apartado a la Ley Orgánica de Comunicación (2013), ya que la misma, respetando el principio de armonía de las normas, igualmente establece lineamientos en cuanto a la comunicación además de la participación ciudadana, por ejemplo, en su Art. 38, se detalla claramente que:

La ciudadanía tiene el derecho a organizarse libremente a través de veedurías, asambleas ciudadanas, observatorios u otras formas organizativas, a fin de vigilar el pleno cumplimiento de los derechos a la comunicación [...] Estos resultados serán considerados por el Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación (Ley Orgánica de Comunicación, 2013, pág. 8).

Con lo determinado por la Ley Orgánica de Comunicación, se le otorga aún más peso a lo ya expuesto, pero en el caso de esta normativa, le otorga otra característica primordial a la participación ciudadana que es la de poder realizar veedurías con la finalidad de proteger el bien jurídica de comunicación y que de este modo la ciudadanía se encuentre observante del accionar de sus mandatarios.

Adicional a lo tratado, es de suma importancia mencionar lo que determina este cuerpo legal en cuanto la cultura, esto lo hace en su Art.14, al abordar el principio de interculturalidad y plurinacionalidad:

El Estado a través de las instituciones, autoridades y funcionarios públicos competentes en materia de derechos a la comunicación promoverán medidas de política pública para garantizar la relación intercultural entre las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades; a fin de que éstas produzcan y difundan contenidos que reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes en su propia lengua, con la finalidad de establecer y profundizar progresivamente una comunicación intercultural que valore y respete la diversidad que caracteriza al Estado ecuatoriano (Ley Orgánica de Comunicación, 2013, pág. 5).

Con esto, el Estado busca que todas las entidades que forman parte del mismo primeramente pongan en práctica el ejercicio de los derechos de comunicación, esto lo intenta lograr por medio de la implementación de políticas públicas en este ámbito, pero además de aquello, dispone que los pueblos y nacionalidades autóctonos puedan darle mucho más empuje a su cultura tradicional y por ende que se sigan llevando a través de las futuras generaciones su carga innata, pero sin dejar de lado el acoplamiento a las nuevas tecnologías y maneras de difundir su mensaje cultural.

Concomitante con esto último, se puede referenciar al Art. 36 Inc. I de la ley en desarrollo, el cual reza que: “Los pueblos y nacionalidades indígenas, afro-ecuatorianas y montubias tienen derecho a producir y difundir en su propia lengua, contenidos que expresen y reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes” (Ley Orgánica de Comunicación, 2013, pág. 9).

Políticas Públicas Culturales

En 1968, desde una reunión preparatoria de la Conferencia Intergubernamental sobre los Aspectos Institucionales, Administrativos y Financieros de las Políticas Culturales se definió a las políticas culturales como:

Un conjunto de prácticas sociales, conscientes y deliberadas, de intervención o no intervención, que tienen por objeto satisfacer ciertas necesidades culturales de la población y de la comunidad, mediante el empleo óptimo de todos los recursos materiales y humanos de que dispone una sociedad en un momento determinado [...] (Conferencia Intergubernamental sobre los Aspectos Institucionales, Administrativos y Financieros de las Políticas Públicas Culturales, 1970).

En el proceso de políticas culturales que ha vivido el país históricamente, la función pública, la academia y los hacedores de las políticas, de los cuales justamente ese mismo hecho ha determinado que las mismas se han llevado al no tener un sustento en esa realidad visto desde un fracaso, han sido fórmulas importadas e inventadas dentro de cuatro paredes, sea desde la academia o de la administración pública y que no han tenido mérito porque justamente se han alejado de esa realidad, entonces nosotros creemos en la participación fundamentalmente, da los insumos adecuados para ver aún mejor esta realidad con claridad y para poder determinar estos problemas las soluciones más adecuadas. Según Nelson Reascos (2010) en su concepción de Estado y Cultura manifiesta:

La cultura es un modo de ser, de pensar y de sentir. A la cultura le pertenecen el mundo de las ideas y el mundo de las cosas. La cultura es un mundo de ideas aprendido, creado y modificado constantemente. Constituye el legado histórico de cualquier comunidad o sociedad. Las culturas no son folclore ni son especies abstractas de género supremo; por lo tanto, no existen universales culturales. Cada cultura se justifica, tienen sentido, se produce y reproduce, y también se transforma y se agota en sí misma... (Reascos, 2010, pág. 24).

Cuando hablamos de cultura, es importante establecer claramente el marco de referencia desde el cual estamos entendiendo este concepto, por naturaleza polisémico. De otro lado si acordamos con Nelson Reascos que la cultura es dinámica en contante cambio, las políticas públicas que facilitan su producción, expresión, difusión y disfrute, no pueden ser acabadas ni estáticas, no pueden ser fijas ni inamovibles.

Desde esta concepción la política pública cultural es un ámbito en el que confluyen vertientes de discurso muy diversas, que van de la academia como al ejercicio directo de responsabilidades públicas y empresariales, esta concurrencia hace especialmente valiosa el presente volumen, que bajo el formato de un referente ofrece un sistema de comprensión orgánica de la política cultural en la contemporaneidad. Según Bonet (2008), en su análisis a política pública cultural nos dice:

Las políticas culturales surgen y se desarrollan a partir de cuatro grandes principios: el valor estratégico de la cultura como difusor de estándares simbólicos y comunicativos; base en la que fundamentar las identidades colectivas, y por tanto las identidades de las naciones y de los estados; por tener efectos positivos, tanto económicos como sociales, al desarrollar

la creatividad, la autoestima y una imagen positiva de las personas y los territorios; y finalmente por la necesidad de preservar el patrimonio colectivo de carácter cultural, histórico o natural... (Bonet, 2008, pág. 60).

Conscientes de su importancia ideológica, los poderes públicos no se muestran neutrales a la hora de definir e implantar estas políticas. En los estados actuales, los derechos de ciudadanía, así como los valores lingüísticos y culturales, configuran una identidad nacional que los poderes públicos nacionales, regionales o locales buscan de forma más o menos explícita.

A menudo, los intereses del Estado Nacional chocan con otras realidades nacionales que se dan dentro de un mismo Estado y muchos colectivos ven mermadas o amenazadas sus peculiaridades lingüísticas y culturales o consideran que con las normas y derechos, en teoría considerados comunes y universales, no se ven reflejados. De esta forma, defienden sus diferencias y sus identidades a veces reivindicándolas de forma objetiva, pero en muchos casos construyendo una realidad inventada que justifique su realidad histórica olvidada.

El fenómeno de la globalización ha tenido dos efectos de signo bien contrario, por un lado, ha conducido a una homogeneización cultural en las formas y manifestaciones culturales y por otro ha propiciado la coexistencia de diferentes grupos sociales dentro de un mismo territorio donde, poco a poco, una cultura hasta ahora más o menos común y homogénea reconocible por todos, va perdiendo su carácter de cultura única porque en un mismo territorio conviven un mosaico de culturas y realidades diversas.

Estos fenómenos, más que entenderse como un foco de conflictos deben convertirse en un valor, pues la cultura se enriquece con las diferencias y el pluralismo cultural, la riqueza de la diversidad, la multiculturalidad, etc.

Políticas Públicas Culturales a Nivel Municipal

En la historicidad de las políticas públicas culturales a nivel de municipio Adder – Egg (2003) nos dice:

La historia de los municipios, en nuestro continente, es tan vieja como la llegada de los españoles a nuestras tierras, en cada pueblo fundado se nombraba un cuerpo colegiado,

compuesto por las cabezas de familia y los principales vecinos, para que ejerciera el gobierno de la población... (Adder - Egg, 2003, pág. 13).

Es importante mencionar esta construcción de política cultural a través de los municipios ya que se encuentra focalizada en nuestra investigación hacia la institucionalidad, por lo que para tratar la construcción de una política cultural hay que comprenderla desde el concepto de cómo lo deberíamos entender y como lo conceptualizamos todos y todas como ciudadanos, políticas no hablamos de cuestiones etéreas sino hablamos de acciones que debe tomar la institucionalidad en función de cambiar una realidad existente, o sea toda política sea de salud, educación y de viabilidad va hacia transformar una realidad existente, entonces si bien en salud es más gráfico decir hay que crear más hospitales, hay que crear proyectos de medicina preventiva para cambiar una realidad de enfermedad, en cultura como cuantificamos es un tanto más complejo, pero las políticas culturales justamente tienen que ir hacia transformar una realidad de lo que se da dentro de cultura, como ejemplo; nuestras prácticas individualistas, egoístas que se van dando por el sistema mismo, como cambiar esos paradigmas hacia prácticas culturales de solidaridad.

Más allá de la descentralización existe la necesidad de la participación ciudadana, es así que Adder – Egg (2003) plantea lo siguiente:

No basta con descentralizar y dar garantías al funcionamiento del régimen municipal: es necesario que los vecinos, en cuanto usuarios de los servicios y mandantes de los responsables político – administrativo del gobierno del municipio, a fin de asegurar la democracia comunal y garantizar la defensa de los intereses de la misma gente (Adder - Egg, 2003, pág. 19).

Políticas culturales en si es transformar una realidad de precariedad en los gestores culturales a una situación de mayor solvencia, mayor sustento, políticas también quiere decir que generen prácticas culturales adecuadas a los tiempos, es decir generen individuos mucho más solidarios con mayor responsabilidad social.

Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2019-2023 del GAD Municipal Chambo

Adentrándonos directamente en el lugar motivo del presente trabajo, es necesario el indicar de qué manera y la medida en la cual intervienen las autoridades del Cantón Chambo en temas tan imprescindibles tales como la culturalidad, la comunicación y finalmente la participación ciudadana, con estos antecedentes.

En cuanto a la culturalidad del cantón Chambo, en su Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (2019), se establece que:

Chambo es una ciudad llena de Cultura cuyos valores se han venido transmitiendo de generación en generación, es parte de nuestra herencia cultural, entre ellas se puede manifestar su idioma, procesos organizacionales, modo de vida, costumbres, tradiciones, hábitos, creencias, valores, el eventos de labranza y conocimiento [...] sin embargo se debe manifestar que con la entrada de los medios de comunicación masivos, los procesos de fortalecimiento de la identidad cultural de la población chambea se vieron alterados como ejemplo música, vestimenta, idiomas y formas de alimentarse entre las principales (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2019, págs. 89 - 90).

Con este antecedente, proveniente de las mismas autoridades del cantón Chambo se pueden tomar en cuenta dos ejes primordiales; el primero que hace alusión a la riqueza cultural que posee esta tierra, misma que abarca todos los componentes fundamentales de una sociedad tales como el idioma, la forma en que viven, su desarrollo, entre otros, y como estos han venido siendo herencia de los chambeños durante varias generaciones.

Pero, por otro lado, también se hace referencia a la comunicación y el impacto que esto tuvo en los más jóvenes residentes de este cantón, ya que por medio de estos la cosmovisión de este pueblo se ha visto afectada, teniendo una incidencia directa en los principios mencionados en los párrafos anteriores. Es por esto, que vuelve indispensable un correcto manejo de la comunicación para que se puedan rescatar los valores fundamentales que hicieron de esta tierra una herencia cultural.

Adentrándose en la comunicación, el propio Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (2019) establece que “se debe fomentar la comunicación, con la finalidad de crear conciencia cultural en la población y además fomentar el incremento de las relaciones sociales por medio de estos” (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2019, pág. 113).

Con esto, se refuerza aún más la idea primordial de rescatar los valores culturales y crearlos como un legado para el futuro, por medio de la utilización de las diferentes herramientas digitales que ofrece el mundo de hoy en día y que de esta manera se garanticen los derechos, principios y normas descritos con anterioridad.

Finalmente, abordando el tópico concerniente a la participación ciudadana, el plan en estudio establece que:

Es necesario resaltar que la complejidad de las competencias asignadas a los gobiernos regionales, la escasez de recursos y el volumen de las demandas sociales acumuladas, exigen reemplazar el esquema tradicional y burocrático de la Administración Pública por un esquema basado en consensos y alianzas estratégicas a fin de cumplir con el plan de Participación Ciudadana proponiendo a mediano plazo como reto para mejorar la eficiencia, eficacia y equidad de la acción pública; optimizar el uso de los recursos y evitar los altos costos derivados de la duplicidad de acciones por ausencia de coordinación caracterizado la labor del Estado (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2019, pág. 233).

Así mismo, el plan hace referencia a la importancia de la silla vacía y expone que:

Se debe invitar a la sociedad civil a que propongan a sus representantes para que estos sean legalmente acreditados en el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, a fin de que participen en las sesiones ordinarias, extraordinarias y de las comisiones del Consejo Cantonal, para que tengan voz y voto en las decisiones tomadas por el Cabildo (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, 2019, pág. 237).

Con esta última parte se hace efectivo aquel principio de participación ciudadana denominado silla vacía, y es loable el compromiso que tienen las autoridades municipales al incentivar a su población a formar parte de la administración y toma de decisiones que afectan al catón Chambo, además de que cumplen con lo prescrito en las normativas legales vigentes, situación que mantiene en un estatus de legalidad su actuación.

CAPÍTULO II: Diseño Metodológico

Esta propuesta metodológica acoge la gestión social de políticas públicas culturales, entendida como la construcción de espacios para la interacción social, que promueva escenarios de planificación participativa y gestión asociada en el área cultural, congregando la contribución de diversos actores, gubernamentales, no gubernamentales, colectivos ciudadanos, artistas, gestores culturales y la comunidad.

En nuestra investigación, tanto para el estudio y manejo de la información se determinó por ejes de aplicación principalmente en la zona urbana del Cantón Chambo, en donde se realizan la mayoría de prácticas y manifestaciones culturales, las mismas que están delimitadas desde la cabecera cantonal y sus diferentes espacios. Los ejes transversales de estudio que serán investigados en las prácticas culturales son: norte, centro y sur de la urbe cantonal, y dado que la investigación demandará la optimización de resultados se utilizará un “enfoque mixto” tanto

cuantitativo como cuantitativo para determinar su aproximación a la realidad en la sociedad chambeña.

Hipótesis o Premisa

La participación ciudadana en el diseño de políticas públicas culturales asegura la inviolabilidad de su cultura, de sus ancestros y costumbres, se opone a la superposición de patrones que no son suyos, se opone a la comercialización de su folklore y se traduce en su identidad. Para el presente estudio partimos desde la siguiente premisa:

La estrategia de comunicación desde contextos digitales, apoyada desde la emisión de productos audiovisuales media positivamente en la participación de diversos actores ciudadanos logrando el desarrollo y fortalecimiento de las prácticas culturales en el Cantón Chambo.

Categoría de Análisis (CA) o Variable (V)

Las categorías utilizadas en la investigación serán las siguientes:

- a) Participación ciudadana en prácticas culturales.
- b) Estrategia de comunicación en contextos digitales.

Definición de CA o V

De esta manera las variables se categorizan por subcategorías e indicadores y estos son:

Tabla 2.

Categorías, Subcategorías e Indicadores

Categoría	Subcategorías	Indicadores	Items
Estrategia de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategias • Comunicación digital 	Tipo de estrategia de comunicación	Medio de Comunicación Digital
Participación ciudadana	<ul style="list-style-type: none"> • Participación • Ciudadanía 	Nivel participación ciudadana	de Participación Silla Vacía / Espacios de encuentro común

Prácticas culturales	<ul style="list-style-type: none"> • Prácticas • Cultura 	Tipos de prácticas culturales	Festividades Tradicionales
----------------------	----------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------	----------------------------

Fuente: Elaborado por Autor, 2021.

Operacionalización de la CA o V

Las variables se operacionalizan de la siguiente manera:

Tabla 3.

Operacionalización de Variables

VARIABLE	OPERACIONALIZACIÓN
Participación ciudadana en prácticas culturales (variable independiente)	b) Planificación y Desarrollo de la Agenda Cultural del GAD Municipal Chambo 2020 – 2021, 2021 – 2022. c) Noches Culturales Chambo 2020 - 2022
Estrategia de comunicación en contextos digitales (variable dependiente)	d) Transmisiones desde página institucional desde Facebook live (GAD Municipal de Chambo) e) Emisión de producto comunicacional desde Plustv.net

Fuente: Elaborado por Autor, 2021.

Diseño de investigación basado en el método

El diseño metodológico que en términos generales conlleva la investigación-acción participativa puede resumirse en tres fases:

Tabla 4.

Diseño de Investigación

Fase inicial o de contacto con la comunidad	Fase intermedia o de elaboración del plan	Fase de ejecución y evaluación del estudio
---------------------------------------------	-------------------------------------------	--------------------------------------------

<p>Aquí se lleva a cabo el primer encuentro con la comunidad para conversar con la gente y motivarle a participar. Una vez que acceden, se organiza el trabajo de detección de necesidades o problemáticas, con el propósito de dar una solución.</p>	<p>En esta etapa se plantean los objetivos por alcanzar, se asignan tareas y responsabilidades, técnicas de recolección de información como: reuniones, diarios de campo, observación participante, encuestas, entrevistas, diálogos anecdóticos, entre otras.</p>	<p>Debido a que el proyecto debe concluirse con la obtención de la solución al problema, es necesario que exista retroalimentación constante de los avances y ajustes en las acciones, de tal manera que se alcancen los objetivos propuestos.</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Elaborado por Autor, 2021.

Tipo de investigación por su objeto de estudio

La línea de investigación estará orientada en políticas y estrategias, comprendidas desde estudios de los procesos e intervenciones que buscan, en el área pública, la alteración de la distribución de recursos en la producción de bienes y servicios colectivos.

Por su contenido investigativo utilizaremos métodos históricos de investigación científica que permitirán la recolección de fuentes de información para la aplicación de datos. Desde una observación participante en la elaboración y emisión de productos audiovisuales se analizarán los instrumentos, gestión participación ciudadana y desarrollo de las prácticas culturales en el Cantón Chambo.

Tipo de investigación por manipulación de variables

Según el grado de manipulación de variables se tiene:

Estudio de Campo

La recopilación de información fuera de un laboratorio o lugar de trabajo, es decir, los datos que se necesitan para hacer la investigación se toman en ambientes reales no controlados.

Esta investigación estará realizada en función de espacios de representación y actoría ciudadana: movimientos culturales, sociales, emprendedores, artistas y gestores culturales. Además, es necesario identificar los stakeholders (públicos internos y externos) con la finalidad de incorporar estrategias de comunicación que permitan el desarrollo y consolidación de las prácticas culturales, a través de los diferentes espacios de socialización y participación ciudadana.

Tipo de investigación por su temporalidad

El tipo de investigación por su temporalidad será:

Transeccional

Se estudia el problema en un momento determinado del tiempo, por lo que la elaboración y emisión de los productos audiovisuales se los realizará por fases de pre y post producción, además que la investigación mantendrá un diagnóstico de acuerdo a estudios previos que se han efectuado en base al desarrollo de las prácticas culturales en el Cantón Chambo.

Investigación de Acción

En este caso y para nuestro estudio de análisis, se propondrá estrategias comunicacionales en la elaboración y emisión de productos audiovisuales desde Plus Tv Comunicación Digital para la participación del actor ciudadano, a través de la implementación de políticas públicas culturales, tomando como referencia el Plan Metropolitano de Desarrollo del Distrito Metropolitano de Quito 2012-2022.

En lo que respecta a los contextos digitales, en la actualidad el medio de comunicación que apadrina este proyecto de investigación y nos aproxima a la emisión de espacios y segmentos culturales para el fortalecimiento de la participación ciudadana es “Plus Tv Comunicación Digital.net”, el mismo que está estructurado de la siguiente manera:

- a) Historia. - Medio de Comunicación Digital, creado en la ciudad de Riobamba en el año 2019.
- b) Gerencia. - Ing. Xavier Cruz Toscano, experto en nuevas tendencias y tecnologías.
- c) Razón Social. - Entretenimiento digital.
- d) Servicios. - Publicidad, transmisiones en vivo y programación.
- e) Valores. – Confianza, responsabilidad, profesionalismo, entrega y complicidad.

Enfoque Metodológico

En lo que respecta al enfoque metodológico se utiliza dos tipos de estudio:

- a) En primer lugar para poder aproximarnos a determinar el tipo prácticas culturales en el Cantón Chambo (Provincia de Chimborazo) desde los métodos científicos, surge la necesidad de utilizar una Metodología Empírica basada en la observación directa, participante y de campo con visitas a lugares estratégicos en donde se desarrollan este tipo de prácticas, es decir nuestro estudio se orientará a un Enfoque Cualitativo ya que el mismo estará orientado a la búsqueda de cualidades, percepciones, rasgos subjetivos, profundidad en ideas y determinación de valores a través del grado de incidencia en la participación de actores ciudadanos relacionados a las prácticas culturales.

El área de estudio se desarrolla en la construcción y elaboración de una estrategia de comunicación desde la emisión, transmisión y difusión de canales digitales, que permitan la aplicación de políticas públicas culturales para la expresión del arte, música, tradiciones, leyendas urbanas y su desarrollo. Por esta razón para esta investigación y elaboración de esta estrategia comunicacional se utilizará un Enfoque Cualitativo, el mismo que estará determinado a la posibilidad de obtener conclusiones generales a partir de hechos particulares desde la aplicación de un Método Inductivo.

- b) En segundo lugar y dado que el estudio está fundamentado a la elaboración y difusión de productos comunicacionales, para su emisión se realizará a través de contextos digitales (plataformas y canales de información), también será necesario utilizar un razonamiento que posibilita establecer predicciones partiendo de lo general para explicar lo particular, es decir partir de un Método Deductivo para llegar a un Enfoque Cuantitativo.

Con este tipo de enfoque se obtiene una medición de las características y las relaciones entre componentes o variables de acuerdo al conocimiento y utilización de las prácticas culturales por parte de la población del Cantón Chambo en la actualidad, además de realizar una recopilación desde la información histórica, datos geográficos, estadísticos y culturales correspondientes al mismo. Para abordar las estrategias de comunicación la investigación está fundamentada con la búsqueda de información desde datos estadísticos y secuenciales

de acuerdo a los contextos digitales, es decir utiliza como instrumento de medición a través de encuestas de la población urbana del Cantón Chambo.

Procedimientos y Técnicas de investigación a utilizar

Entre las técnicas a ser implantadas están:

- a) Observación participante. - En la elaboración y emisión de productos audiovisuales se analizarán los instrumentos como: guía de observación participante, gestión de participación ciudadana y desarrollo de las prácticas culturales en el sector, tomando como referencia la Agenda Cultural del GAD Municipal Chambo 2020 - 2021.
- b) Enfoque cualitativo. - La investigación cualitativa analiza una realidad socio - cultural con la ayuda del marco teórico, trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, aquella que da razón plena de su comportamiento y manifestaciones. Para el enfoque cualitativo utilizaremos la “Entrevista” directa con los involucrados e indirecta a través de un cuestionario por medio de plataformas digitales como “Zoom” hacia todos los involucrados en este proceso tanto Gubernamentales, No gubernamentales, Gestores Culturales y la Comunidad.
- c) Enfoque cuantitativo.- El cuantitativo se utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente establecidas, «confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento de una población» (Hernández, Fernández, & Batista, 2003, pág. 5). Para el enfoque Cuantitativo utilizaremos la Encuesta de manera directa hacia la población urbana del Cantón Chambo a través de recopilación de datos, para el enfoque cuantitativo y de manera indirecta a través del número de likes y seguidores del medio digital “Plus Tv – Comunicación Digital”

Instrumentos de la investigación

En el presente proyecto se utiliza los siguientes instrumentos de acuerdo a la investigación de campo, método y técnica a utilizar, estos son:

- a) Observación Participante desde guías de observación.

- b) Encuestas a la población urbana del Cantón Chambo.
- c) Entrevistas a los principales actores gubernamentales, no gubernamentales, gestores culturales y la comunidad chambeña.

Estos instrumentos de investigación están estructurados de la siguiente manera:

Tabla 5.

Métodos, técnicas e instrumentos de Investigación

Investigación de campo		
Métodos	Técnicas	Instrumentos
Síntesis de la Información	Observación Participante	Guía de Observación
Muestreo probabilístico	Encuesta	Cuestionario
Muestreo selectivo de información de claves	Entrevista	Cuestionario de entrevista

Fuente: Elaborado por Autor, 2021.

Procedimientos para el procesamiento de información recopilada

Para determinar el proceso de información recopilada se trabaja mediante el programa SPSS 22.

Población y Muestra

- *Aspectos Demográficos*

El Cantón Chambo no posee ninguna parroquia, sin embargo, en su interior encontramos un territorio con características que encierran a lo rural y urbano en su conjunto, hasta el año 2019 posee una población total de 11885. La misma se descompone de la siguiente manera:

En el área rural la población es de 7426 habitantes, de los cuales 3515 son hombres y 3911 son mujeres. En el área urbana la población es de 4459 habitantes, de los cuales 2145 son hombres y 2314 son mujeres². Hay en que enfatizar que el INEC³ para el año 2020 iba a desarrollar el censo poblacional en todo el territorio nacional, pero por la emergencia sanitaria y pandemia a nivel mundial, el mismo se desarrolló a finales del 2022, es así que para nuestro análisis se tomó como

² Actualización del Plan De Desarrollo y Ordenamiento Territorial Del Cantón Chambo 2014 – 2019.

³ INEC: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

referencia la tasa poblacional de la población urbana correspondiente al año 2010, que son 4459 habitantes.

- **Proyección de la población**

En base al censo de población y vivienda en el año 2010 realizada por el INEC determina que la tasa de crecimiento poblacional es el 1.13% anual por lo que la población en la zona urbano – rural a futuro hasta el 2020 posiblemente sea de 7061 habitantes mujeres y de 6317 hombres que sumado tendremos una posible población de 13378 habitantes, detallados en el siguiente cuadro:

Tabla 6.

Proyección de la población periodo 2014-2020

Proyección de la Población	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Mujeres	6732	6793	6852	6908	6961	7012	7061
Hombres	6080	6124	6167	6208	6247	6283	6314
Total	12812	12917	13019	13116	13208	13295	13378

Fuente: Actualización del Plan De Desarrollo y Ordenamiento Territorial Del Cantón Chambo 2014 – 2019.

- **Muestra**

Para el respectivo análisis estadístico se toma una muestra representativa calculada de la siguiente manera:

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Población

E = Margen de error admisible. Se trabajará con 2% = 0.05

$$n = \frac{N}{(N-1)E^2 + 1}$$

De la población mencionada y aplicando la fórmula se realizó el muestreo

obteniéndose los siguientes cálculos:

N= Tamaño de la muestra

N= 4459 población urbana
E= 0.05

$$n = \frac{4459}{(4459-1) 0.0025 + 1}$$

$$n = \frac{4459}{(4458) 1.0025}$$

$$n = \frac{4459}{4469.14}$$

$$n = 0.93$$

Total: 93 Encuestas

Técnicas para el procesamiento y Análisis de datos

La aplicación de los instrumentos de recolección de datos permitió acercarse a la problemática de la población, del cual se realizó en un período de nueve meses, durante los dos primeros se realizó guías de observación participante para conocer el ambiente en donde se desarrolló cada actividad cultural, en el lapso de cuatro meses se realizó el registro y tabulación de encuestas y durante tres meses de desarrollaron las entrevistas a las personas involucradas en esta investigación.

De esta forma se utilizaron las siguientes técnicas:

- Revisión crítica de la información recogida es decir limpieza de la información defectuosa, incompleta, etc.

- Repetición de la recolección, en ciertos casos individuales para corregir faltas de contestación.
- Aplicación de encuestas y tabulación de la información recogida y análisis de datos desde el programa SPSS Versión 22.
- Aplicación de entrevistas a los representantes del GAD Municipal de Chambo, gestores culturales y dirigentes barriales del sector urbano.

CAPÍTULO III. Análisis de Resultados

Análisis Cuantitativo de Resultados

En el presente apartado se detallan los resultados obtenidos a partir de la aplicación del instrumento de recolección de datos. Además, se trabajó cuatro ejes temáticos en la aplicación de la encuesta, los cuales son: Datos Sociodemográficos, Contextos Digitales, Participación Ciudadana y Prácticas Culturales.

Datos sociodemográficos

En lo referente a los datos sociodemográficos consultados en la encuesta aplicada, estos son mostrados a continuación:

- Los datos referentes a la edad de los encuestados pueden ser visualizados en la Tabla 7 y en la Figura 5.

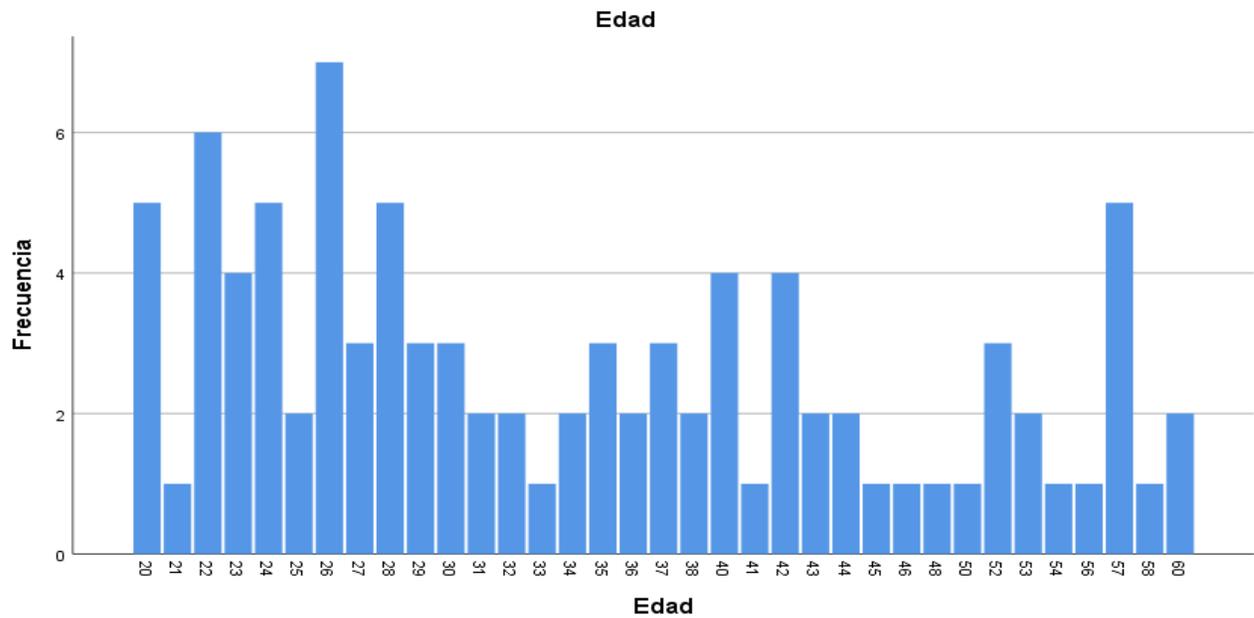
Tabla 7. Edad de los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
20	5	5,4	5,4
21	1	1,1	6,5
22	6	6,5	12,9
23	4	4,3	17,2
24	5	5,4	22,6
25	2	2,2	24,7
26	7	7,5	32,3
27	3	3,2	35,5
28	5	5,4	40,9
29	3	3,2	44,1
30	3	3,2	47,3
31	2	2,2	49,5
32	2	2,2	51,6
33	1	1,1	52,7
34	2	2,2	54,8
35	3	3,2	58,1
36	2	2,2	60,2
37	3	3,2	63,4
38	2	2,2	65,6

40	4	4,3	69,9
41	1	1,1	71,0
42	4	4,3	75,3
43	2	2,2	77,4
44	2	2,2	79,6
45	1	1,1	80,6
46	1	1,1	81,7
48	1	1,1	82,8
50	1	1,1	83,9
52	3	3,2	87,1
53	2	2,2	89,2
54	1	1,1	90,3
56	1	1,1	91,4
57	5	5,4	96,8
58	1	1,1	97,8
60	2	2,2	100,0
Total	93	100,0	

Fuente: Elaborado por Autor, 2021.

Figura 5. Edad de los encuestados



Fuente: Elaborado por Autor, 2021.

Análisis: En lo que respecta a la edad de los encuestados, se puede mencionar que de las 93 personas encuestadas con la menor edad fueron 5 con 20 años, mientras que las personas con mayor edad fueron 2 con 60 años; asimismo, el mayor número de encuestados con una misma edad fueron 7 con 26 años.

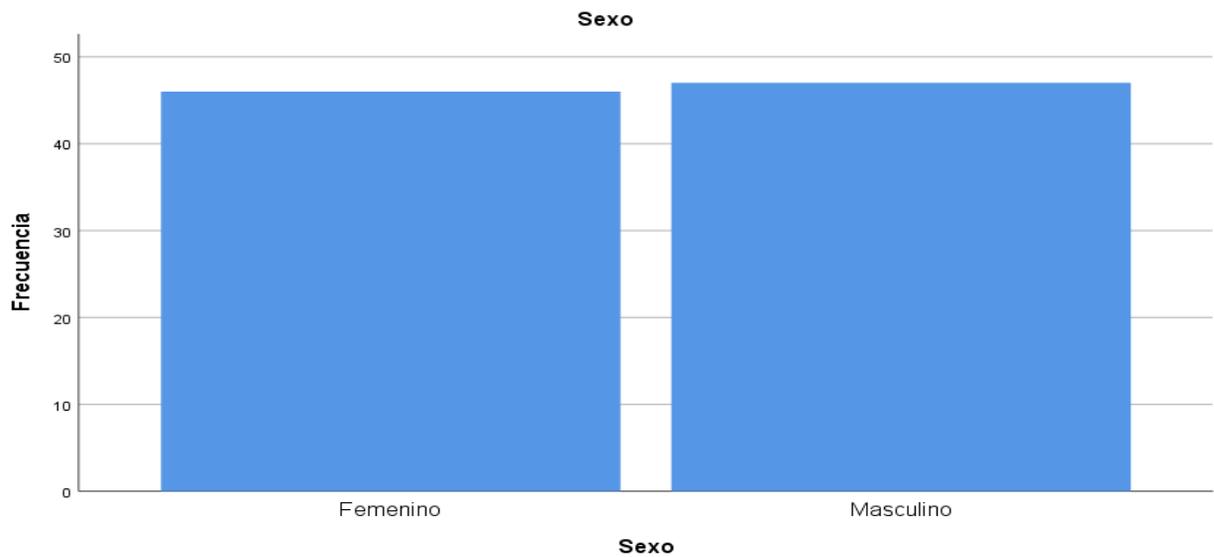
- Los datos referentes al sexo de los encuestados pueden ser visualizados en la Tabla 8 y en la Figura 6.

Tabla 8. Sexo de los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Femenino	46	49,5	49,5
Masculino	47	50,5	100,0
Total	93	100,0	

Fuente: Elaborado por Autor, 2021.

Figura 6. Sexo de los encuestados



Fuente: Elaborado por Autor, 2021.

Análisis: En lo referente al sexo de los encuestados, se puede mencionar que, de las 93 personas encuestadas, 46 equivalente al 49,5% se consideran de sexo femenino, mientras que 47 personas que equivale al 50,5% se consideran de sexo masculino, dando como resultado que prima más cantidad de género masculino en el Cantón Chambo.

- Los datos referentes al nivel de instrucción de los encuestados pueden ser visualizados en la Tabla 9 y en la Figura 7.

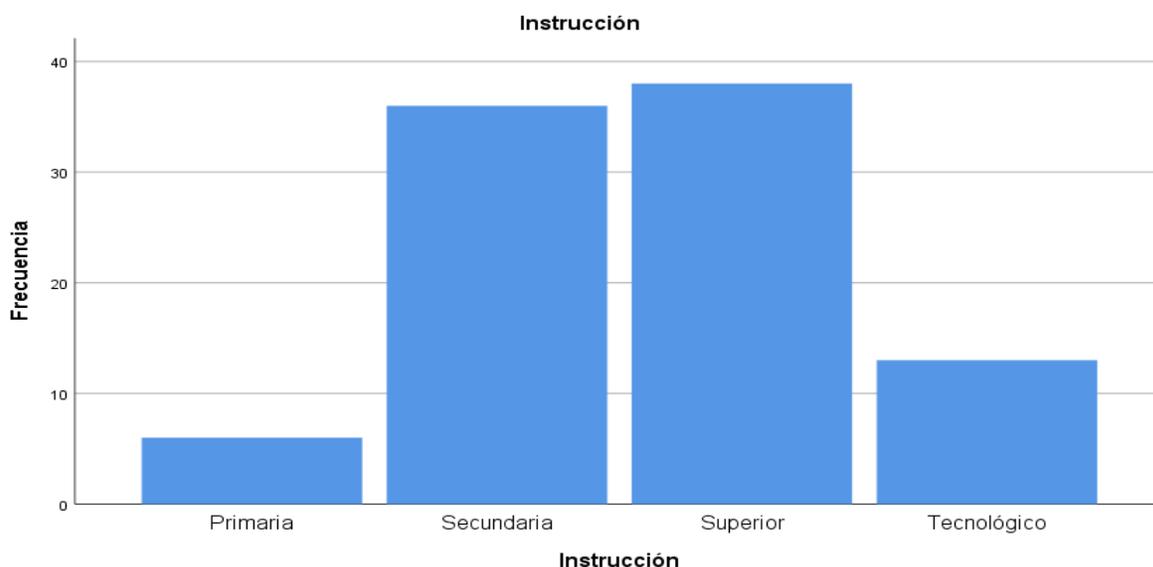
Tabla 9. Nivel de instrucción de los encuestados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	6	6,5	6,5
	Secundaria	36	38,7	45,2
	Superior	38	40,9	86,0

Tecnológico	13	14,0	100,0
Total	93	100,0	

Fuente: Elaborado por Autor, 2021.

Figura 7. Nivel de instrucción de los encuestados



Fuente: Elaborado por Autor, 2021.

Análisis: De esta forma, en cuanto al nivel de instrucción de los encuestados, se puede mencionar que, de las 93 personas encuestadas, 6 han cursado la educación primaria, 36 la secundaria, 38 hasta el superior y 13 hasta el nivel tecnológico.

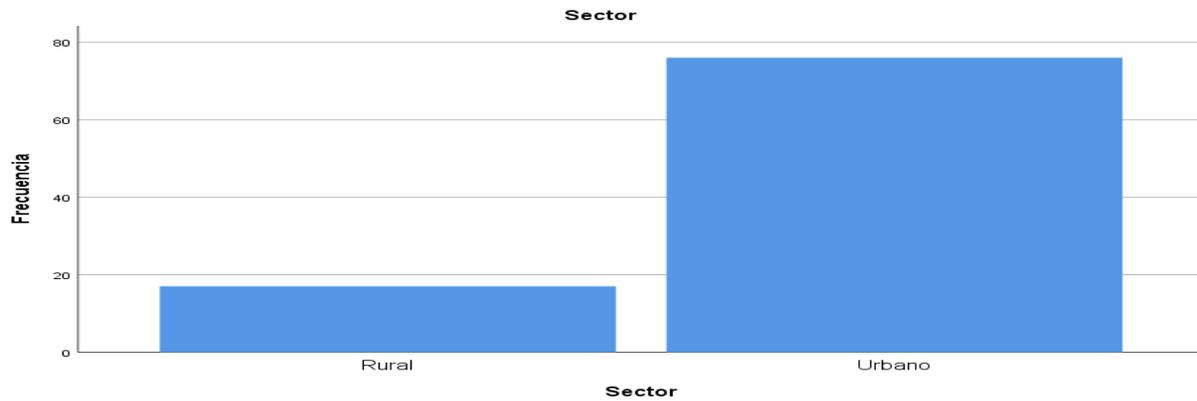
- Los datos referentes al sector de Chambo en donde residen los encuestados pueden ser visualizados en la Tabla 10 y en la Figura 8.

Tabla 10. Sector de Chambo en donde residen los encuestados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Rural	17	18,3	18,3
	Urbano	76	81,7	100,0
	Total	93	100,0	

Fuente: Elaborado por Autor, 2021.

Figura 8. Sector del Cantón Chambo en donde residen los encuestados



Fuente: Elaborado por Autor, 2021.

Análisis: En lo que respecta a la población del Cantón Chambo en que residen los encuestados, de las 93 personas encuestadas 17 que equivale al 18,3% mencionaron que viven en el sector rural, mientras que 76 personas equivalente al 81,7% residen en el sector urbano del Cantón, determinando de esta manera que la mayoría de su población está en el sector urbano.

Análisis desde la Comunicación en Contextos Digitales

En la actualidad la comunicación desde los entornos y contextos digitales, tiene una gran trascendencia con el tipo de alcance de información que se desea generar, procesar y recibir. En este sentido desde nuestro análisis cuantitativo se planteó para la población objetiva de estudio, una encuesta con preguntas referentes a la presente investigación, el resultado conllevó a determinar lo siguiente:

1. Usted ha escuchado sobre los contextos digitales como plataformas de información.

Los resultados referentes a si las personas encuestadas han escuchado sobre los contextos digitales como plataformas de información se detallan a continuación (ver Tabla 11 y en la Figura 9).

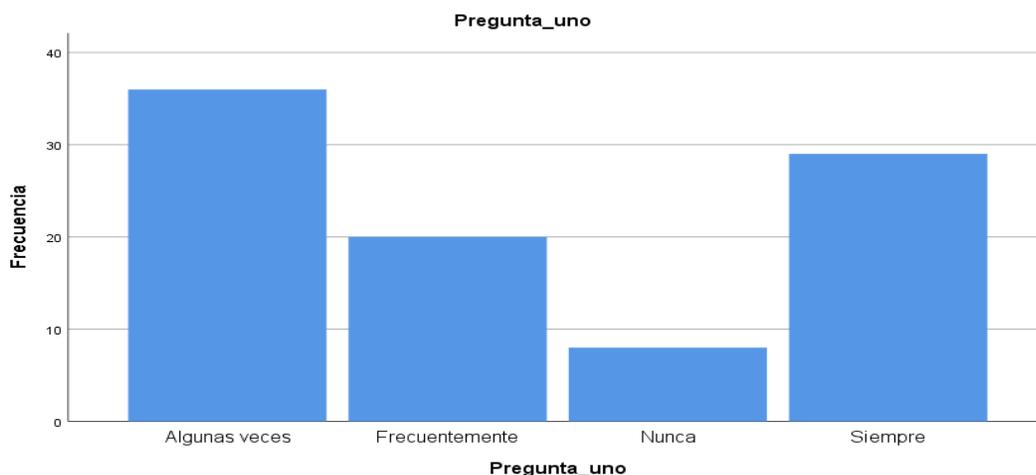
Tabla 11. Contextos digitales como plataformas de información

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	36	38,7	38,7

Frecuentemente	20	21,5	60,2
Nunca	8	8,6	68,8
Siempre	29	31,2	100,0
Total	93	100,0	

Fuente: Elaborado por Autor, 2021.

Figura 9. Contextos digitales como plataformas de información



Fuente: Elaborado por Autor, 2021.

Análisis: De las 93 personas encuestadas, 36 que equivales al 38,7% mencionan que algunas veces han escuchado sobre contextos digitales como plataformas de información, 20 personas equivalente al 21,5% lo escuchan frecuentemente, 8 personas que equivale al 8,6% nunca lo han escuchado y 29 personas equivalente al 31,2% siempre han escuchado este tipo de plataformas, por lo que se determina que en su gran mayoría las personas del Cantón Chambo obtienen información desde las plataformas digitales.

2. ¿Cuántas veces a la semana utiliza usted las plataformas digitales como medio de información?

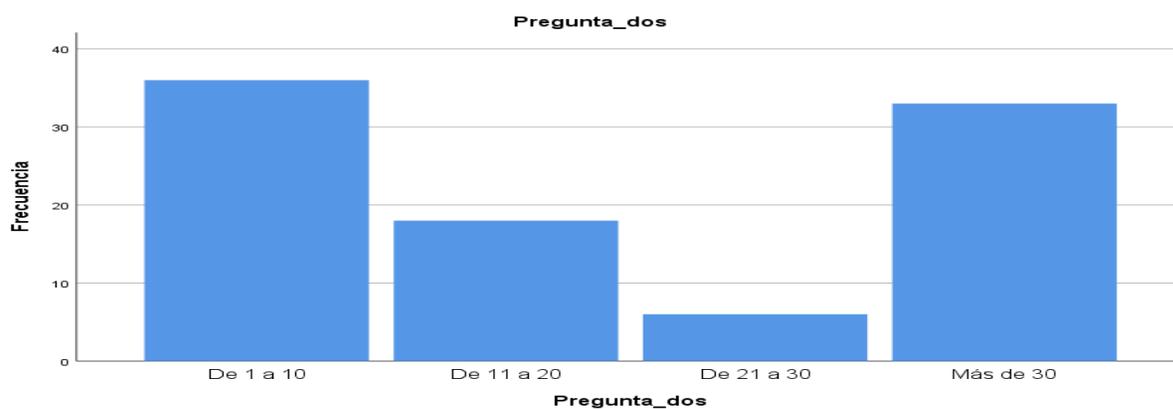
Los resultados referentes cuántas veces a la semana las personas encuestadas utilizan las plataformas digitales como medio de información se detallan a continuación (ver Tabla 12 y en la Figura 10).

Tabla 12. Cantidad semanal de uso de plataformas digitales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	De 1 a 10	36	38,7	38,7
	De 11 a 20	18	19,4	58,1
	De 21 a 30	6	6,5	64,5
	Más de 30	33	35,5	100,0
	Total	93	100,0	

Fuente: Elaborado por Autor, 2021.

Figura 10. Cantidad semanal de uso de plataformas digitales



Fuente: Elaborado por Autor, 2021.

Análisis: De las 93 personas encuestadas, 36 que equivale al 38,7% mencionan que de 1 a 10 veces a la semana utilizan plataformas digitales como medios de comunicación, 18 equivalente al 19,4% las utilizan de 11 a 20 veces, 6 que equivale al 6,5% las utilizan de 21 a 30 veces y 33 equivalente al 35,5% las utilizan más de 30 veces; por lo que se determina que la gran mayoría de los encuestados utilizan con un alto grado de frecuencia las plataformas de información.

3. ¿Qué plataforma utiliza usted para buscar información?

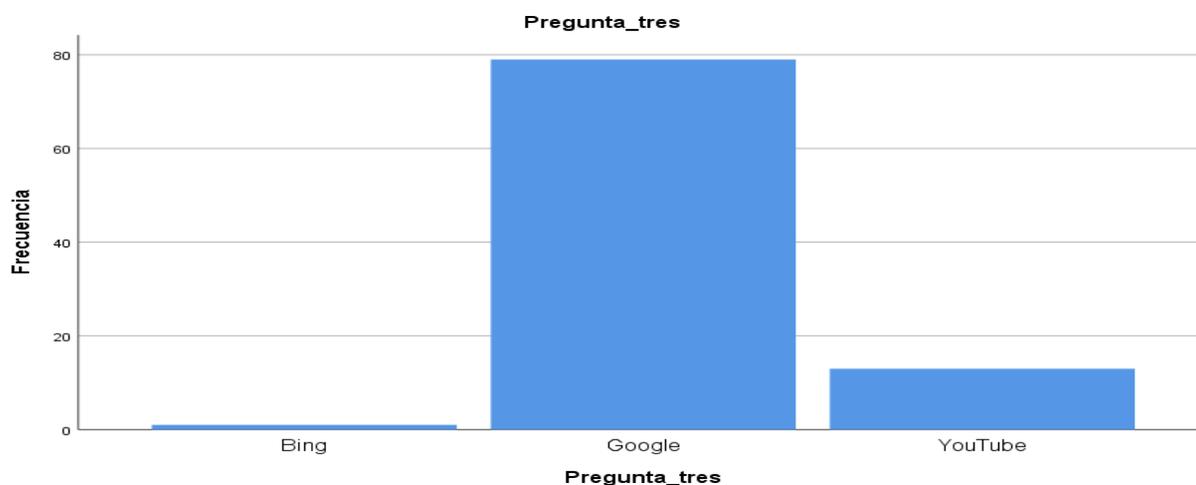
Los resultados referentes a las principales plataformas digitales que las personas encuestadas utilizan frecuentemente se detallan a continuación (ver Tabla 13 y en la Figura 11).

Tabla 13. Tipos de plataformas de información

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Bing	1	1,1	1,1
	Google	79	84,9	86,0
	YouTube	13	14,0	100,0
	Total	93	100,0	

Fuente: Elaborado por Autor, 2021.

Figura 11. Tipos de plataformas de información



Fuente: Elaborado por Autor, 2021.

Análisis: En base a los datos mostrados de las 93 personas encuestadas, es posible aseverar que únicamente una persona utiliza la plataforma Bing equivalente al 1,1%, 79 personas utilizan Google que equivale al 84,9%, mientras que 13 personas utilizan YouTube equivalente al 14%; por lo que la gran mayoría utiliza Google como herramienta de información y en poca cantidad la plataforma YouTube.

4. ¿Cuál de los siguientes medios de comunicación digital usted utiliza?

Los resultados referentes a los principales medios de comunicación digitales que las personas encuestadas utilizan frecuentemente se detallan a continuación (ver Tabla 14 y en la Figura 12).

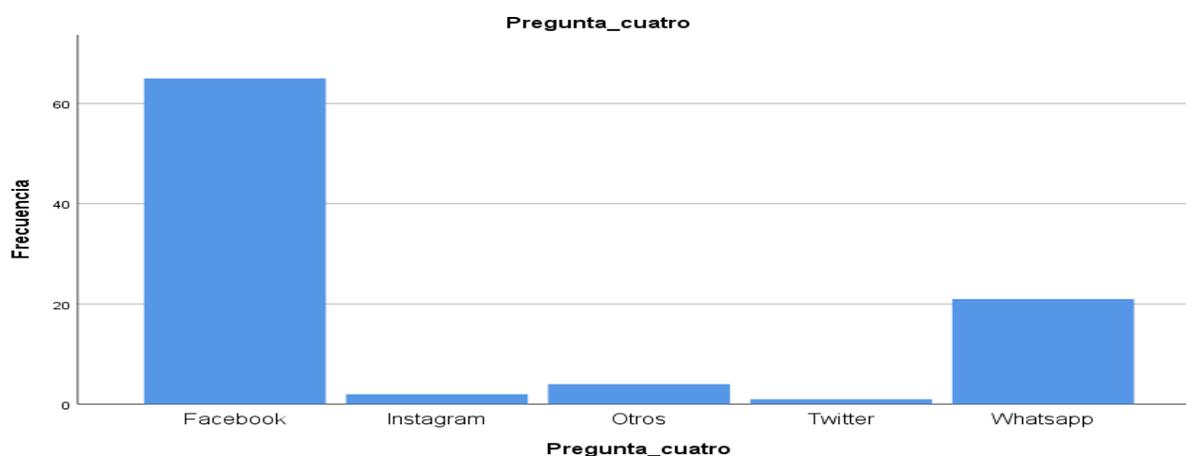
Tabla 14. Tipos de Medios de Comunicación Digital

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
--	-------------------	-------------------	-----------------------------

Válido	Facebook	65	69,9	69,9
	Instagram	2	2,2	72,0
	Otros	4	4,3	76,3
	Twitter	1	1,1	77,4
	WhatsApp	21	22,6	100,0
	Total	93	100,0	

Fuente: Elaborado por Autor, 2021.

Figura 12. Tipos de Medios de Comunicación Digital



Fuente: Elaborado por Autor, 2021.

Análisis: En base a los datos mostrados de las 93 personas encuestadas, es posible aseverar que 65 personas de las encuestadas equivalente al 69,9% utilizan Facebook como medio de comunicación digital, 2 personas que equivale al 2,2% utilizan Instagram, 4 personas equivalente al 4,3% utilizan otros medios, una persona que equivale al 1,1% utiliza Twitter, mientras que 21 personas que equivalen al 22,6% utilizan WhatsApp; por lo que la gran mayoría de personas utilizan la plataforma Facebook como medio de interacción e información para contenido digital.

Análisis de la Participación Ciudadana

La ley Orgánica de Participación Ciudadana se delimita aún más la participación de los habitantes en todos y cada uno de los diferentes procesos de comunicación. En este sentido desde nuestro análisis cuantitativo se planteó para la población objetiva, una serie de preguntas referentes al grado de participación ciudadana, el resultado conllevó a determinar lo siguiente:

5. De las siguientes opciones ¿Cuál cree usted que representa la participación ciudadana?

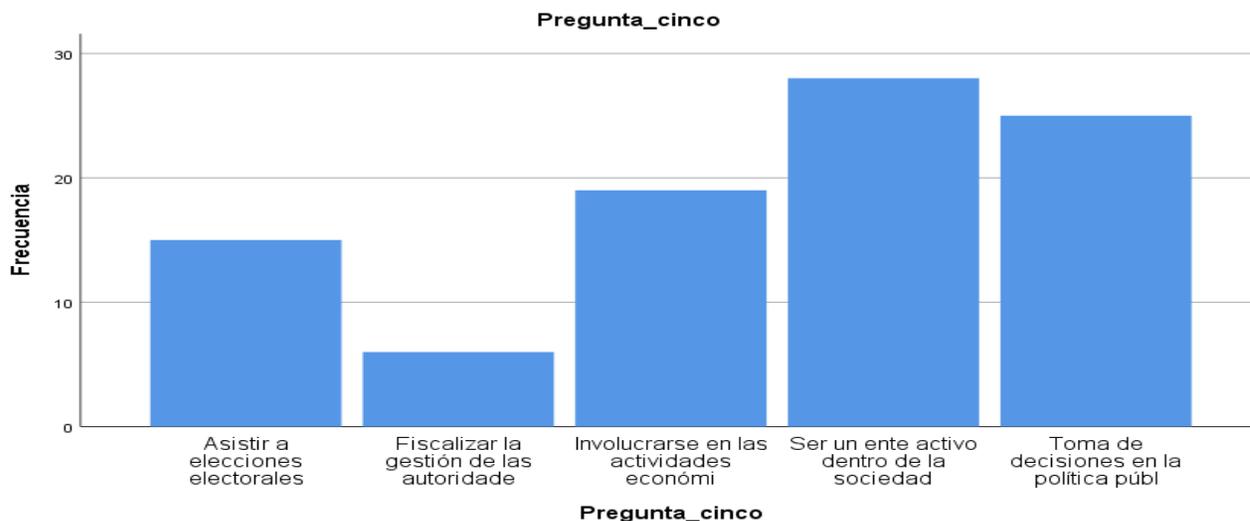
Los resultados referentes a los principales procesos que las personas encuestadas consideran como representativos para la ejecución de la participación ciudadana se detallan a continuación (ver Tabla 15 y en la Figura 13).

Tabla 15. Representación de la Participación Ciudadana

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Asistir a elecciones electorales	15	16,1	16,1
	Fiscalizar la gestión de las autoridades locales	6	6,5	22,6
	Involucrarse en las actividades económicas, sociales y políticas de su sector	19	20,4	43,0
	Ser un ente activo dentro de la sociedad	28	30,1	73,1
	Toma de decisiones en la política pública	25	26,9	100,0
	Total	93	100,0	

Fuente: Elaborado por Autor, 2021.

Figura 13. Representación de la Participación Ciudadana



Fuente: Elaborado por Autor, 2021.

Análisis: De las 93 personas encuestadas, 15 que equivale al 16,1% consideran que asistir a elecciones electorales representa a la participación ciudadana, 6 personas equivalente al 6,5% consideran que es la fiscalización de la gestión de las autoridades locales, 19 que equivale al 20,4% consideran que es involucrarse en las actividades económicas, sociales y políticas de su sector, 28 personas equivalente al 30,1% consideran que es ser un ente activo dentro de la sociedad, mientras que 25 que equivale al 26,9% consideran que es la toma de decisiones en la política pública, es decir que para la gran mayoría la participación ciudadana representa la formación y ser parte de un ente activo en la sociedad.

6. ¿Cuál de las siguientes opciones considera usted importantes para el desarrollo y ejecución de la participación ciudadana?

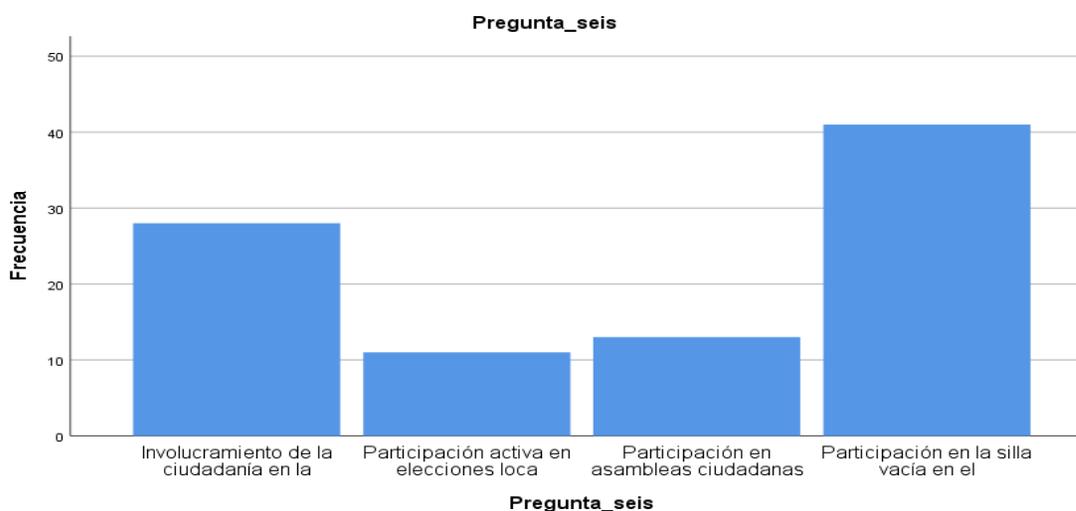
Los resultados referentes a las opciones que las personas encuestadas consideran importantes para el desarrollo y ejecución de la participación ciudadana se detallan a continuación (ver Tabla 16 y en la Figura 14).

Tabla 16. Importancia del desarrollo y ejecución de la Participación Ciudadana

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Involucramiento de la ciudadanía en la	28	30,1	30,1
	Participación activa en elecciones loca	11	11,8	41,9
	Participación en asambleas ciudadanas	13	14,0	55,9
	Participación en la silla vacía en el	41	44,1	100,0
	Total	93	100,0	

Fuente: Elaborado por Autor, 2021.

Figura 14. Importancia del desarrollo y ejecución de la Participación Ciudadana



Fuente: Elaborado por Autor, 2021.

Análisis: De tal forma, 28 de las 93 personas encuestadas equivalente al 30,1% consideran importante el involucramiento de la ciudadanía en la Agenda Cantonal para el desarrollo y ejecución de la participación ciudadana, 11 personas que equivale al 11,8% consideran que es la participación activa en las lecciones locales y nacionales, 13 personas equivalente al 14% consideran que es la participación en asambleas ciudadanas, mientras que 41 personas que equivale al 44,1% consideran que es la participación en la silla vacía en el Consejo Municipal, es decir que la gran mayoría de personas asume que la participación ciudadana es ocupar la silla vacía.

7. Piensa usted que la pandemia del COVID -19, está afectando el normal desarrollo de la participación ciudadana.

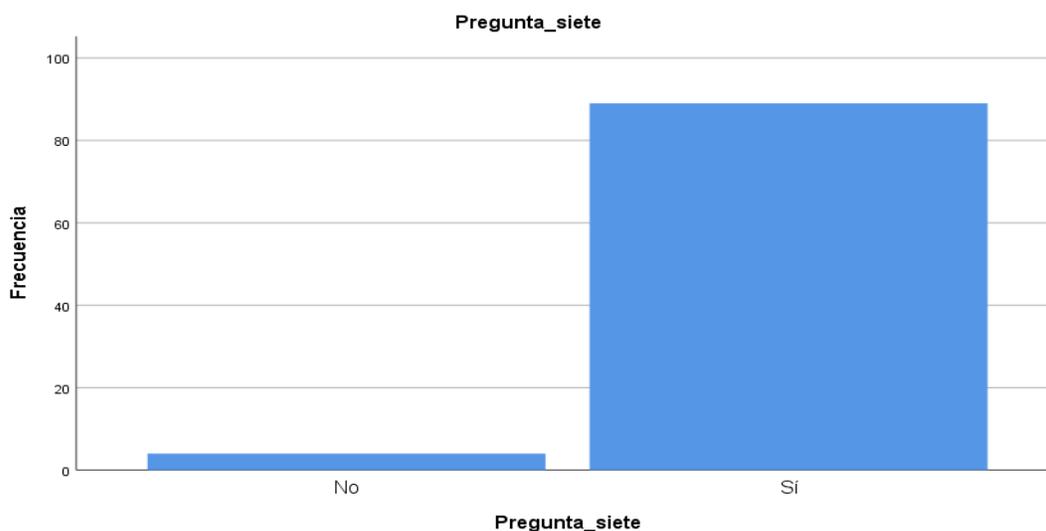
Los resultados referentes a si las personas encuestadas consideran que la pandemia de COVID-19 está afectando al normal desarrollo de la participación ciudadana se detallan a continuación (ver Tabla 17 y en la Figura 15).

Tabla 17. COVID – 19 en desarrollo de la participación ciudadana

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	No	4	4,3	4,3
	Sí	89	95,7	100,0
	Total	93	100,0	

Fuente: Elaborado por Autor, 2021.

Figura 15. COVID – 19 en desarrollo de la participación ciudadana



Fuente: Elaborado por Autor, 2021.

Análisis: Es posible mencionar que de 93 personas encuestadas 4 que equivalen al 4,3% consideran que la pandemia del COVID – 19 no ha afectado el desarrollo de la participación ciudadana, mientras que 89 personas equivalente al 95,7% consideran que la pandemia si ha afectado al desempeño y desarrollo de los actores ciudadanos en la toma de decisiones.

Análisis desde la elaboración y ejecución de las Prácticas Culturales

Las prácticas culturales vienen a constituirse en un elemento innovador, en si es transformar una realidad de precariedad en los gestores culturales a una situación de mayor solvencia, mayor

sustento, además que generen prácticas adecuadas a los tiempos, es decir generen individuos mucho más solidarios con mayor responsabilidad social. En este sentido desde nuestro análisis cuantitativo se planteó para la población objetiva, una serie de preguntas referentes a las prácticas culturales y el grado de involucramiento por parte de la ciudadanía, el resultado conllevó a determinar lo siguiente:

8. ¿Qué entiende usted por Prácticas Culturales?

Análisis: Esta pregunta tuvo una estructura abierta por lo cual su respuesta fue de manera general, por lo que a continuación se detallan los principales resultados referentes al concepto de “Prácticas Culturales” que las personas encuestadas poseen. De las 93 personas encuestadas y desde los principales hallazgos obtenidos a partir de la encuesta realizada, es posible mencionar que la concepción de la muestra de estudio del término “Prácticas Culturales” puede ser resumida en que son aquellas manifestaciones relacionadas a las prácticas concretas de la cultura de un determinado pueblo o nacionalidad, las cuales, pueden ser aplicadas en el contexto de cualquier cultura en cualquier período de tiempo.

9. ¿Piensa usted que existe una adecuada gestión de las autoridades locales para desarrollo de las prácticas culturales en el Cantón Chambo?

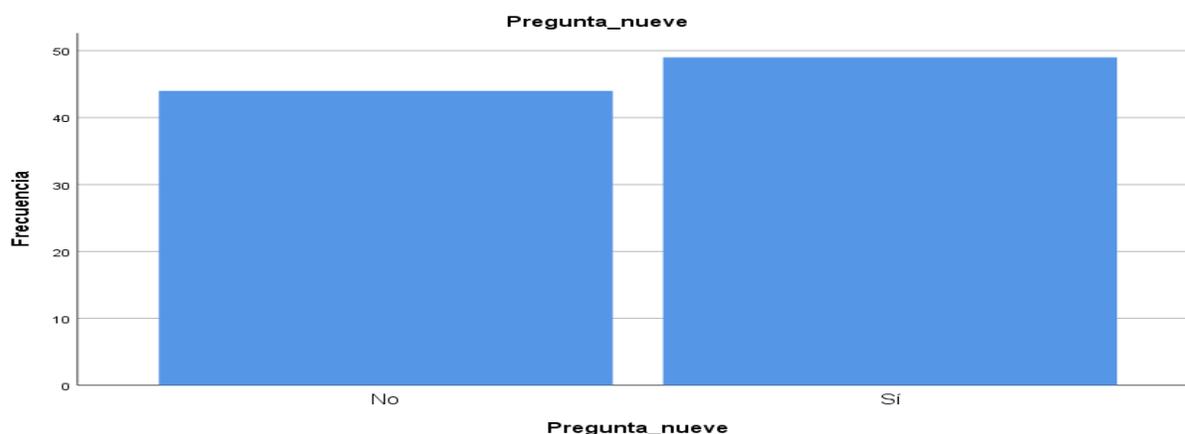
Los resultados referentes a si las personas encuestadas consideran que existe una adecuada gestión para desarrollo de las prácticas culturales en el Cantón Chambo se detallan a continuación (ver Tabla 18 y en la Figura 16).

Tabla 18. Gestión de autoridades locales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	No	44	47,3	47,3
	Sí	49	52,7	100,0
	Total	93	100,0	

Fuente: Elaborado por Autor, 2021.

Figura 16. Gestión de autoridades locales



Fuente: Elaborado por Autor, 2021.

Análisis: En base a los datos expuestos, de las 93 personas encuestadas, 44 que equivalen al 47,3% consideran que no existe una adecuada gestión por parte de las autoridades locales para el desarrollo de las prácticas culturales en el cantón Chambo, mientras que 49 personas equivalente al 52,7% consideran que sí existe una adecuada gestión de las autoridades locales para el desarrollo y consecución de las prácticas culturales en el Cantón Chambo.

10. Piensa usted que las Noches Culturales organizadas por la Unidad de Turismo del GAD Municipal del Cantón Chambo, mejoran el desarrollo de las prácticas culturales del sector.

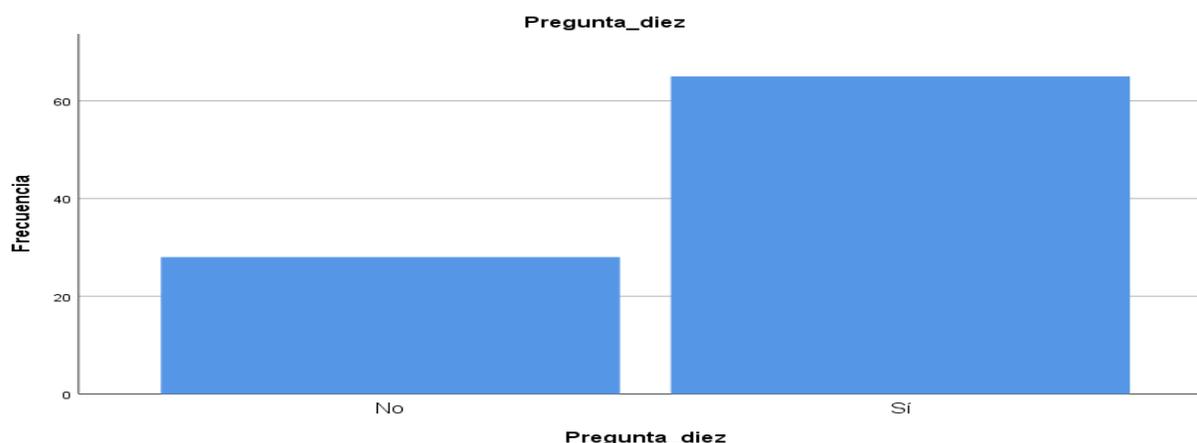
Los resultados referentes a si las personas encuestadas consideran que las Noches Culturales organizadas por la Unidad de Turismo del GAD Municipal del cantón Chambo, mejoran el desarrollo de las prácticas culturales se detallan a continuación (ver Tabla 19 y en la Figura 17).

Tabla 19. Noches Culturales en el Cantón Chambo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	No	28	30,1	30,1
	Sí	65	69,9	100,0
	Total	93	100,0	

Fuente: Elaborado por Autor, 2021.

Figura 17. Noches Culturales en el Cantón Chambo



Fuente: Elaborado por Autor, 2021.

Análisis: De tal manera, desde las 93 personas encuestadas 28 que equivalen al 30,1% consideran que la difusión Noches Culturales organizadas por la Unidad de Turismo del GAD Municipal del Cantón Chambo no mejoran el desarrollo de las prácticas culturales, mientras que el 65 de personas equivalente al 69,9% consideran que la difusión de las Noches Culturales mejora el desarrollo de las prácticas culturales en el Cantón Chambo, siendo muy relevantes en la participación ciudadana desde la población local.

11. ¿Cuál de las siguientes prácticas culturales, piensa usted que transmite mayor fortaleza para el desarrollo del cantón Chambo?

Los resultados referentes a las prácticas culturales que las personas encuestadas consideran transmiten mayor fortaleza para el desarrollo del cantón Chambo se detallan a continuación (ver Tabla 20 y en la Figura 18).

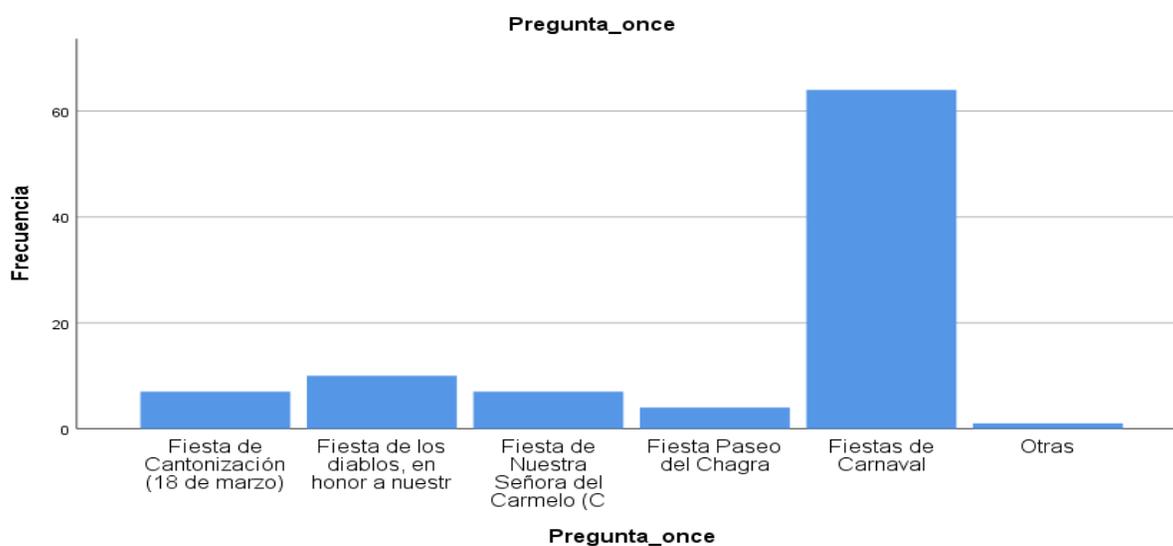
Tabla 20. Nombre de Prácticas Culturales en el Cantón Chambo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
--	------------	------------	----------------------

Válido	Fiesta de Cantonización (18 de marzo)	7	7,5	7,5
	Fiesta de los diablitos, en honor a nuestro Patrono San Juan Evangelista	10	10,8	18,3
	Fiesta de Nuestra Señora del Carmelo (Catequilla)	7	7,5	25,8
	Fiesta Paseo del Chagra	4	4,3	30,1
	Fiestas de Carnaval	64	68,8	98,9
	Otras	1	1,1	100,0
	Total	93	100,0	

Fuente: Elaborado por Autor, 2021.

Figura 18. Nombre de Prácticas Culturales en el Cantón Chambo



Fuente: Elaborado por Autor, 2021

Análisis: En base a los datos expuestos, es factible aseverar que, de las 93 personas encuestadas, 7 que equivale al 7,5% consideran que la Fiestas de Cantonización transmite mayor fortaleza al desarrollo del Cantón Chambo, 10 personas equivalente al 10,8% consideran que es la Fiesta de los Diablitos la que transmite mayor representatividad, 7 personas equivalente al 7,5% consideran que es la Fiesta de Nuestra Señora del Carmelo, 4 personas que equivalen al 4,3% consideran que es la Fiesta del Paseo del Chagra, 64 personas equivalente al 68,8% consideran que son las Fiestas del Carnal, mientras que una persona considera que son otras prácticas

culturales, por lo que la fiesta más representativa que da mayor representatividad en el Cantón Chambo es la Festividad de Carnaval.

12. En cuales de las siguientes actividades culturales usted participaría para el beneficio del Cantón Chambo

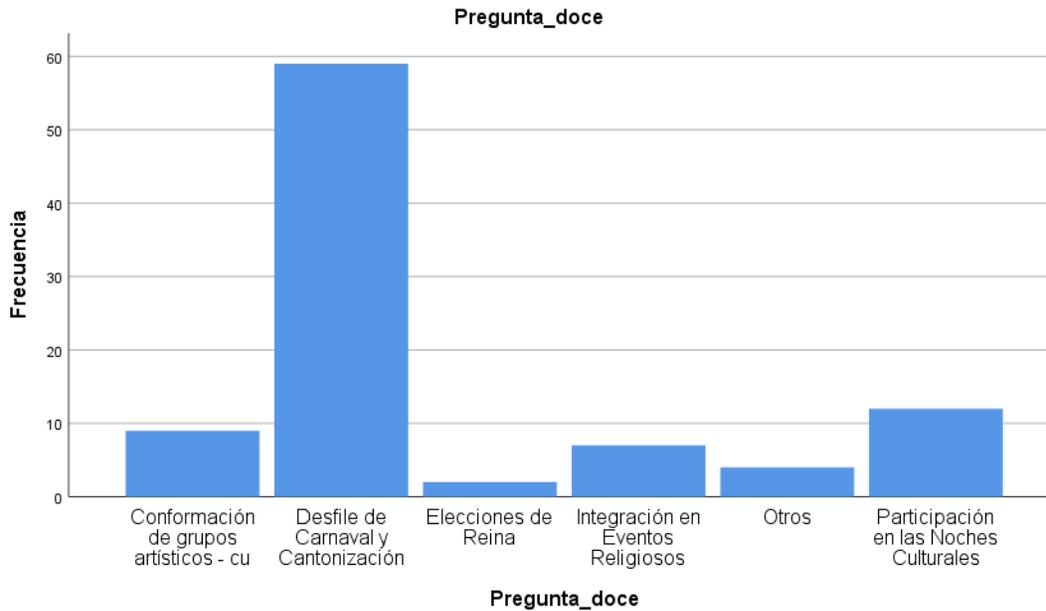
Los resultados referentes a las actividades culturales en las que las personas encuestadas consideran que participarían para el beneficio del cantón Chambo se detallan a continuación (ver Tabla 20 y en la Figura 18).

Tabla 21. Tipo de actividades culturales en el Cantón Chambo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Conformación de grupos artísticos – culturales	9	9,7	9,7	9,7
	Desfile de Carnaval y Cantonización	59	63,4	63,4	73,1
	Elecciones de Reina	2	2,2	2,2	75,3
	Integración en Eventos Religiosos	7	7,5	7,5	82,8
	Otros	4	4,3	4,3	87,1
	Participación en las Noches Culturales	12	12,9	12,9	100,0
	Total	93	100,0	100,0	

Fuente: Elaborado por Autor, 2021.

Figura 19. Tipo de actividades culturales en el Cantón Chambo



Fuente: Elaborado por Autor, 2021.

Análisis: A partir de los datos expuestos, es posible aseverar que de las 93 personas encuestadas, 9 que equivale al 9,7% consideran que la conformación de grupos artísticos – culturales es la forma en la que ellos participarían en el beneficio del Cantón Chambo, 59 personas equivalente al 63,4% consideran que participarían en el desfile de carnaval y cantonización, 2 personas que equivalen al 2,2% consideran que participarían en elecciones de reinas de belleza, 7 personas equivalente al 7,5% consideran que participarían en eventos religiosos, 4 personas que equivale al 4,3% mencionan que participarían en otras actividades y 12 personas equivalente al 12,9% mencionan que participarían en las Noches Culturales, generando como resultado que las fiestas de Carnaval y de Cantonización son el mayor atractivo para la participación de las personas y sus prácticas culturales.

Análisis Cualitativo de Entrevistas

Desde una metodología cualitativa, se aplicó la técnica de la entrevista con un cuestionario estructurado dirigido a las siguientes personas:

- 4 funcionarios públicos del GAD Municipal Chambo.
- 2 miembros de Colectivos Culturales del Cantón Chambo.
- 1 dirigente barrial urbano del Cantón Chambo.

Cuestionario de preguntas

1. Piensa usted que se debería implementar la apertura de una canal digital como estrategia de comunicación para informar sobre todas las actividades sociales, culturales, deportivas y demás en el Cantón Chambo.
2. ¿Cuál cree usted que sería el medio digital más idóneo para la creación de este canal digital?
3. Una vez que el canal digital ingrese en funcionamiento. ¿Con qué frecuencia usted lo visitaría?
4. Usted estaría de acuerdo que en el funcionamiento del Canal Digital se pauté publicidad propia de los habitantes del Cantón Chambo.
5. ¿Con que frecuencia, piensa usted se debería actualizar la información en el Canal Digital?
6. ¿Qué entiende usted sobre Participación Ciudadana?
7. Piensa usted que se debería implementar espacios y circuitos abiertos para difundir las diferentes actividades sociales, culturales, deportivas, turísticas y demás en el Cantón Chambo.
8. Piensa usted que la pandemia del COVID -19, puede afectar el normal desarrollo de la participación ciudadana y las diferentes actividades que se realizan en el Cantón Chambo.
9. ¿Cuál cree usted que es la actividad cultural más representativa del Cantón Chambo?
10. Cada que tiempo piensa usted que debe implementarse las Noches Culturales organizadas por la Unidad de Turismo del GAD Municipal del Cantón Chambo.
11. Usted está de acuerdo en fomentar el intercambio cultural entre los diferentes cantones del país.

Para el respectivo análisis de las entrevistas, es importante indicar que la misma se desarrolló en base a uno de los objetivos específicos que consiste en analizar la presencia de la comunicación desde contextos digitales para el desarrollo de las prácticas culturales en el Cantón Chambo. Por

lo que se registró mediante tres ejes temáticos relacionados con las tres categorías de acuerdo a las variables de estudio, estos son:

- a) Comunicación en Contextos Digitales
- b) Participación Ciudadana
- c) Prácticas Culturales

Análisis Cualitativo a Funcionarios Públicos

El primer actor involucrado y que está relacionado con el desarrollo de la participación ciudadana y las prácticas culturales en el Cantón Chambo es el Ing. Marcos Guaraca Taday, Alcalde del Cantón Chambo durante el período 2019 -2023, el cual como primera autoridad y de acuerdo al primer eje temático con respecto a la presencia de la comunicación en contextos digitales, nos supo manifestar lo siguiente:

Es muy necesario la implementación de una canal digital como medio de información y debería ser prioridad, desde el GAD Municipal de Chambo tenemos la página institucional en Facebook para poder comunicar y defender la cultura, la tradición (...) la comunicación en contextos digitales debería ser permanente mediante un canal digital porque debería ser el primer y el único medio de comunicación del cantón Chambo hacia la provincia y el país (...) la información y actualización del medio digital debería ser constante porque la innovación, el conocimiento es permanente, por ello deberíamos de forma constante ir actualizando la información de los productos que tenemos en nuestro Cantón... (Autor, 2021)

Análisis: Para el Ing. Marcos Guaraca la comunicación desde contextos digitales es muy importante para el desarrollo de la información mediática en todas las actividades del Cantón Chambo, además piensa que es indispensable la creación de un canal digital que permita conjuntamente con las páginas oficiales ofrecer todo tipo de información en beneficio de los habitantes del Cantón Chambo.

Desde el segundo eje temático relacionado con el desarrollo y fortalecimiento de la participación ciudadana, el Ing. Marcos Guaraca manifestó:

Bueno la participación ciudadana va de acuerdo a la ley que la constitución establece que debería haber una participación activa de la ciudadanía, no solamente de las autoridades

que estamos electas porque participación ciudadana también y tiene una directiva una participación a nivel de cada parroquia y cada cantón, la participación ciudadana puede ejercer el derecho al voto dentro de las sesiones del consejo para ello la silla vacía que normalmente conocemos, entonces la participación ciudadana no es nada más que la participación del pueblo también en uno de los espacios de cada una de nuestras administraciones (...) La creación de circuitos abiertos y espacios de socialización son sumamente necesarios, para que una ciudadanía, un pueblo, un cantón con mucho conocimiento de todas las actividades que se realiza y sobre todo de toda la riqueza que tiene el cantón entero (...) frente a la emergencia sanitaria la presencia del Covid-19 dependiendo de los ángulos que veamos ha afectado a ciertos negocios a ciertas actividades pero también voy a hablar por Chambo si hacemos referencia hace un año atrás había la mitad de los locales de venta de legumbres que existe que existe dentro de nuestro cantón la misma pandemia nos ha invitado a pensar a motivarnos y hoy el cantón Chambo dispone de un número superior del año 2020 de locales de venta de productos para el consumo humana es importante es necesario la pandemia nos ha ayudado a pensar a crecer y a fortalecernos y buscar las formas de negocios, justamente las plataformas digitales es una forma de hacer negocios.... (Autor, 2021)

Análisis: Desde este segundo eje temático para el Ing. Marcos Guaraca es indispensable la constante participación activa de la ciudadanía, ya que permite ejercer todos los derechos de las personas no solo en el derecho al voto, sino en los diferentes espacios como el involucramiento de la silla vacía, además hace hincapié que se debe seguir creando espacios abiertos de socialización que permitan el involucramiento del actor ciudadano en las diferentes actividades que se desarrollan en el Cantón Chambo, pese a la situación y emergencia sanitaria es indispensable la reactivación económica desde plataformas digitales que permitan el consumo de productos y la socialización de los mismos hacia el resto de la población.

Finalmente, en el tercer eje temático que va de acuerdo a la difusión de las prácticas culturales, a través de los diferentes eventos como las Noches Culturales, el Ing. Marcos Guaraca nos supo manifestar lo siguiente:

Bueno Chambo tiene muchas actividades culturales, dentro de una de ellas es las actividades religiosas, tenemos la iglesia matriz, la iglesia de Catequilla, tenemos de

acuerdo con lo que nos cuenta la historia la aparición de las brujas de Chambo; después de ello tenemos las danzas, entonces justamente son varias actividades que a través de estas noches culturales estamos dando a conocer a nuestro propio cantón a la provincia y al país. Esto es histórico lo que hoy Chambo está haciendo por el país en el cantón hemos celebrado los 33 años de cantonización con la participación de más de 30 alcaldes de la misma forma también hoy la primera noche cultural con un intercambio cultural con el Cantón Mejía y no va ser ni la primera ni la última vez estamos articulando con varios alcaldes de diferentes cantones del país que con seguridad estarán visitando nuestro cantón y de la misma forma nosotros en agradecimiento también los estaremos visitando y vendiendo nuestra cultura a nivel del país (...) Justamente bajo mi administración se ha visto la necesidad de establecer las noches culturales y en Chambo venimos realizando en cada 15 días las noches culturales (como usted lo acaba de señalar la séptima) dentro de esta administración pública de este querido cantón... (Autor, 2021)

Análisis: En este tercer eje temático para el Ing. Marcos Guaraca es indispensable realizar este tipo de actividades que permitan consolidar la participación ciudadana, difusión, tradición e intercambio cultural, ya que en el Cantón Chambo existen una serie de expresiones artísticas, religiosas y de mucha índole que han permitido consolidar a la población como una de las más importantes de la región y del país.

El segundo actor involucrado y que está relacionado con el desarrollo de la participación ciudadana y las prácticas culturales en el Cantón Chambo es la Ing. María José Oviedo, Vicealcaldesa del Cantón Chambo durante el período 2021 -2023, el cual como segunda autoridad y de acuerdo al primer eje temático con respecto a la presencia de la comunicación en contextos digitales, nos supo manifestar lo siguiente:

Yo considero que el mundo se está globalizando a pasos agigantados la tecnología está creciendo y algo que nosotros veíamos tan lejano en nuestro país se ha desarrollado y ahora lo tenemos a la mano y ahora es muy cercano a nivel cantonal, a nivel parroquial, y como autoridades también debemos reflejar el trabajo que uno se realiza (...) yo considero que se debe implantar un canal digital, ahora pues todos manejamos un celular que es una herramienta de trabajo, no se ha convertido en un lujo, si no en una herramienta de trabajo y complementario a ello el tema del internet, de estar conectados, tener conocimiento de lo

que se está realizando y que mejor a través de las plataformas digitales (...) Sin desmerecer a los activos, a los tradicionales medios de comunicación la prensa escrita, que está desapareciendo ahora mismo, la televisión que, si aún mantiene un posicionamiento y la radio difusión que llega a las comunidades considero porque el internet nos está ayudando de manera más seguida de una manera más amigable yo consideraría que a través de las redes sociales a través de los canales digitales y que el medio de comunicación es justamente digital con ayuda del internet (...) Como le digo la información mediante contextos digitales y más aún desde un canal digital estaría al servicio de la ciudadanía de los emprendedores de los lugares turísticos de personas que quieran dar a conocer sus trabajos de la cultura, literatura, la oratoria etc... (Autor, 2021)

Análisis: Para la Ing. María José Oviedo la comunicación desde contextos digitales es muy importante ya que en la actualidad el mundo está globalizado y la tecnología es parte del individuo y la sociedad, además piensa que es indispensable la creación de un canal digital que permita la inmediatez de la información ya que se lo puede observar desde los Smartphone y diferentes dispositivos, por lo que estos ya no son un lujo sino una necesidad, pues la evolución de la Web ha permitido que la información sea rápida y oportuna más aún en los habitantes del Cantón Chambo.

Desde el segundo eje temático relacionado con el desarrollo y fortalecimiento de la participación ciudadana, la Ing. María José Oviedo manifestó:

Considero que la participación ciudadana es la participación activa de los ciudadanos del cantón, como su nombre lo dice en todos los procesos, proyectos de instituciones públicas, que se presenten en el territorio de los proyectos en donde se desarrollen de construcción de obra social, a nivel de socialización que salgan de la misma municipalidad y que los entes puntuales o focalizados son obviamente los ciudadanos a través de sus representantes como son presidentes barriales presidentes comunales el mismo consejo de participación, por que lógicamente estas políticas publicas estos programas, estos proyectos son a favor de la ciudadanía (...) implementar circuitos abiertos para la integración ciudadana es completamente de acuerdo, las páginas web se ha visto que son una gran ayuda para muchos funcionarios de aquí del Cantón, el Call Center para recibir denuncias para recibir aportes y lógicamente con el resguardo de la información. En el consejo somos 6 personas

y el alcalde y se ha visto la necesidad de que nosotros manejemos nuestras páginas y redes sociales y demos a conocer cuál es el trabajo que realizamos a la par con el señor alcalde a la par con la administración (...) En lo que respecta a la pandemia si ha mermado la participación ciudadana en el Cantón Chambo, por las medidas de bioseguridad y las disposiciones del COE Nacional, Provincial y Cantonal, se ha visto que la participación ciudadana ha disminuido no por la falta de interés, pero si por medios que estamos viviendo, entonces hay que buscar otros mecanismos y la ciudadanía a través de la tecnología, no de manera presencial pueda ser participe activamente en cada programa proyecto y política pública... (Autor, 2021)

Análisis: En este segundo eje temático para la Ing. María José Oviedo es indispensable la constante participación activa de la ciudadanía, donde se van construyendo diferentes procesos de construcción social que permiten ejercer su derecho, además es indispensable crear circuitos abiertos que permitan la integración y participación de la colectividad desde las páginas web, los Call Center que brindan un servicio de información para la población local, por último la pandemia del Covid – 19 ha ido mermando la participación del ciudadano, pero eso no ha impedido buscar otros mecanismos a través de la tecnología mediante la información desde las páginas oficiales, para que la población sea participe de todas las actividades que el GAD Municipal está impulsado para la reactivación económica.

Finalmente, en el tercer eje temático que va de acuerdo a la difusión de las prácticas culturales, a través de los diferentes eventos como las Noches Culturales, la Ing. María José Oviedo nos supo manifestar lo siguiente:

Desde mi punto de vista y la actividad cultural que me ha marcado y ha marcado a mi familia, es justamente la fiesta de San Juan Evangelista, considerada como “Los Diablitos” que se dan entre las fechas del 26 y 27 de diciembre (...) con respecto a la implementación de las noches culturales, deberían ser mínimo una vez cada semestre, porque nosotros debemos inculcar a nuestras futuras generaciones el tema cultural que también se lo está perdiendo y es justamente por la tecnología que tienen cosas muy buenas que aportan indiscutiblemente, pero también nos va alejando de lo propio de lo nuestro que es la cultura (...) para implementar el intercambio cultural con los diferentes cantones y provincias del país, estoy completamente de acuerdo cada cantón, cada provincia tiene su potencialidad y

deberíamos compartirlo uno con otro, justamente por el rescate de la cultura misma de los diferentes cantones de las diferentes provincias y que sea Ecuador un país cultural que tiene variedad de cultura, variedad de etnias, variedad de nacionalidades y que cada uno maneja sus costumbres y tradiciones y que nosotros mismos deberíamos empedrarnos para ser un referente para el mundo... (Autor, 2021)

Análisis: En este tercer eje temático para la Ing. María José Oviedo una de las actividades culturales y tradicionales en el Cantón Chambo, es la fiesta de San Juan Evangelista, considerada como la de “Los Diablitos”, además afirma que indispensable realizar cada semestre las denominadas “Noches Culturales”, ya que este tipo de espacios permiten consolidar la participación ciudadana e intercambio cultural con otros cantones y sectores del país, por lo que potencializaría la cultura chambeña desde una diversidad en sus costumbres y tradiciones.

El tercer actor involucrado y que está relacionado con el desarrollo de la participación ciudadana y las prácticas culturales en el Cantón Chambo es el Dr. Silvio Sigcho, en calidad de Concejal del Cantón Chambo durante el período 2019 -2023, y de acuerdo al primer eje temático con respecto a la presencia de la comunicación en contextos digitales, nos supo manifestar lo siguiente:

Es necesario y es urgente implementarlo en el cantón puesto que es la mejor forma de llegar a todos los lugares ya considerando que la situación de la pandemia no nos permite asistir a ciertos actos (...) las personas en la actualidad utilizan el Facebook por lo general, el Instagram también que ya va sonando más WhatsApp si es que hay la forma. En definitiva, todos estos medios digitales que no son dos o tres y que deberíamos implementarlos a la brevedad posible (...) estoy de acuerdo con la implementación de un canal digital de quienes quieran invertir en este sector del país, porque la comunicación, la propaganda se puede hacer y es un medio para poder llegar a todos los lugares, sectores y fundamentalmente si se promociona, la gente lo ve y lo compra... (Autor, 2021)

Análisis: Desde la presencia de la comunicación en contextos digitales en el Cantón Chambo, para el Dr. Silvio Sigcho es muy importante, necesaria y urgente que se implemente la creación de un canal digital para que conjuntamente con las páginas oficiales del GAD Municipal sirvan de vínculo, ya que sería la mejor forma de llegar a todos los lugares considerando la situación de la pandemia que no permite la asistencia de las personas a diferentes actos y eventos que se desarrollan en el sector.

En el segundo eje temático relacionado con el desarrollo y fortalecimiento de la participación ciudadana, el Dr. Silvio Sigcho manifestó lo siguiente:

La participación ciudadana está en la ley, inclusive en el mismo Consejo de Regulación, Control y Participación Ciudadana, donde nosotros debemos mantener o tener comunicación, diálogo con todas las organizaciones del Cantón Chambo, para apoyar y beneficiar a grupos artesanales, grupos de trabajo a ir enrumbando ciertas acciones y ciertas actividades de involucramiento con el Municipio (...) con respecto a que si la pandemia del Covid -19 ha afectado la participación ciudadana, es indudable y lamentable decir que si afectado ya que no nos permite hacer todas estas acciones, todas estas actividades que nos hemos visto limitadas o el número de personas tiene que ser reducido, considerando también el aforo y las dimensiones de cada local... (Autor, 2021)

Análisis: En este segundo eje temático para el Dr. Silvio Sigcho es indispensable y prioritario la constante participación ciudadanía, donde se van construyendo diferentes espacios para la promoción, apoyo y beneficio a los diferentes grupos artesanales y de trabajo, que aporta al crecimiento de la ciudadanía y del Cantón. Además, la pandemia del Covid – 19, está afectando de cierta manera el desarrollo y consecución de todas las actividades que realiza el GAD Municipal del Cantón Chambo, pero a través de las páginas oficiales permiten una adecuada información e involucramiento del actor ciudadano.

Finalmente, en el tercer eje temático que va de acuerdo a la difusión de las prácticas culturales, a través de los diferentes eventos como las Noches Culturales, el Dr. Silvio Sigcho, manifestó lo siguiente:

Ahora con lo que tenemos y que se implementó en la administración 2019-2023, cada quince días los viernes culturales donde que van difundiendo el arte, queremos también intercambiar con cantones amigos que quieran participar de estas actividades y que están resalten la cultura, el folklore de cada uno de nuestros cantones (...) Lo que ha hecho con mucho acierto desde la Unidad de Turismo y lógicamente que esto se está dando cada 15 días no podemos hacerlo tan seguido, ni tampoco demasiado creo que el tiempo es adecuado para poder difundir todas estas actividades y fundamentalmente que se vaya conociendo nuestra historia, nuestras costumbres, leyendas y tradiciones que van a atraer al turismo (...) Con el respecto al intercambio cultural con otros cantones y sectores del

país, estamos de acuerdo y por supuesto lo estamos haciendo el día de hoy con el Cantón Mejía, ayer conversamos con los amigos del Cantón Penipe, para que se fomente bien el turismo y el deporte que también son actividades que han quedado relegadas por esta pandemia... (Autor, 2021)

Análisis: En este tercer eje temático para el Dr. Silvio Sigcho, es importante la implementación de las Noches Culturales y que las mismas se vayan realizando cada quince días, bajo todas las medidas de bioseguridad, además lo que se está haciendo por parte de la Unidad de Turismo del GAD Municipal es crear un vínculo con los diferentes cantones, que permitan el involucramiento de los diferentes gestores culturales y la participación de la ciudadanía.

El cuarto actor involucrado y que está relacionado con el desarrollo de la participación ciudadana y las prácticas culturales en el Cantón Chambo, es la Lic. Juanita Romero, en calidad de Coordinadora de la Unidad de Turismo - GAD Municipal Chambo durante el período 2021 -2023, y de acuerdo al primer eje temático con respecto a la presencia de la comunicación en contextos digitales, nos supo manifestar lo siguiente:

Cuanta es la necesidad que no solamente como institución como GAD municipal se cree un canal digital si no que todos los conciudadanos se acostumbren al buen uso de los canales digitales sean las personas que tienen la accesibilidad a crear sus canales lleven una información asertiva a la población una información que sirva de provecho mas no una que desinforme (...) En mi experiencia Facebook tiene ciertos seguidores, Instagram, Twitter también tiene su acogida, pero más allá considero que una página web que venda sería el concepto que uno tiene que deberían tener visitas y vistas. Pero así no estamos cerrando el negocio se expone y se proyecta, pero no he llegado al producto a la venta donde uno se quiere llegar (...) Al tener un canal digital tenemos el compromiso social de que todas las noticias que se genera en nuestro cantón sean transmitidas de forma libre por que la comunicación es un derecho que todos tenemos. En el caso del turismo sería un vincula para mostrar los atractivos que no se aprecian en una revista en una fotografía (...) mi sugerencia es no limitarse pues somos chambeños, sería bueno compartir nuestras experiencias, expandir difundir esa sería una buena acción (...) la noticia debe actualizarse en cualquier momento del día, tenemos que actualizar de 3 o 4 veces no hay horario se tiene que actualizar en todo momento... (Autor, 2021)

Análisis: Para la Lic. Juanita Romero la comunicación desde contextos digitales es muy importante, ya que desde el GAD Municipal y la Unidad de turismo son muy específicos en el trabajo que se desea realizar como fuente de información, además el interés es incentivar al turismo como una alternativa e impulsar esta gestión para la difusión de los atractivos turísticos desde la creación de un canal digital.

Desde el segundo eje temático relacionado con el desarrollo y fortalecimiento de la participación ciudadana, la Lic. Juanita Romero nos supo manifestar:

La participación ciudadana es vital en cualquier índole y en la ejecución de cualquier proyecto mucho más en la administración ser una administración de puertas abiertas. La participación ciudadana debe ser activa (...) He iniciado mi labor casa a dentro, con una organización previa, con normativas a cumplir, además proyectarnos a los años, el plan de desarrollo demuestra dedicación y así poder generar recursos de la mano del señor alcalde del cantón y trabajamos de conseguir fondos para un estudio de un nuevo proyecto para las nuevas aguas termales de Llaguanchi. Cabe señalar que nosotros somos el único nuevo complejo turístico con agua termo medicinal, aplicamos estudios para un nuevo proyecto que será digno de turismo y no solo diversión sino también para invertir (...) La pandemia arrasó con todo lo planificado lo propuesto lo establecido, pero creo un espíritu de residencia y creo que el área turística está más al tanto de esto pues fuimos muy golpeados y al estar reclusos en casa no se hicieron las planificaciones... (Autor, 2021)

Análisis: En este segundo eje temático para la Lic. Juanita Romero es indispensable y prioritario la constante participación ciudadanía, en cualquier índole y en la ejecución de cualquier proyecto mucho más en la administración pública que debe ser de puertas abiertas. Por otra parte, afirma que la pandemia arrasó con todo lo planificado y presupuestado, pero con un espíritu de resistencia desde el área turística se ha podido sobrellevar todo lo establecido desde la Agenda de Planificación del GAD Municipal de Chambo, con diversas actividades de índole, turístico, cultural, y de emprendimiento.

Finalmente, en el tercer eje temático que va de acuerdo a la difusión de las prácticas culturales, a través de los diferentes eventos como las Noches Culturales, la Lic. Juanita Romero, manifestó lo siguiente:

Nosotros somos conocidos por la Iglesia de Catequilla, la gente viene a la iglesia aun en pandemia a verla. Otra es la fiesta de los diablos de Guayllabamba, se esté haciendo trámite para reconocerlo como patrimonio cultural intangible el cual incluye un estudio previo y estamos a la espera para empezar con el proceso de cambio, y las fiestas de Catequilla serían las más relevantes (...) Se venían haciendo las fiestas culturales dos noches por mes, una por la navidad se va a perder tiempo, pero regresaremos después de estas festividades (...) Si de hecho las “ñustas” vendrán con una representación, somos sede de los diferentes actos que se llevarán a cabo en el cantón y vendrán los cantones hermanos para fomentar la hermandad... (Autor, 2021)

Análisis: En este tercer eje temático para la Lic. Juanita Romero una de las actividades culturales y tradicionales en el Cantón Chambo, es la “Fiesta de Catequilla”, otra actividad importante que genera turismo y revalorización cultural es la Fiesta de “Los Diablitos”, además afirma que indispensable realizar cada semestre las denominadas “Noches Culturales”, ya que este tipo de espacios permiten consolidar la participación ciudadana e intercambio cultural con otros cantones y sectores del país.

Análisis Cualitativo a Gestores Culturales y Dirigentes Barriales

El quinto actor que nos dio sus declaraciones, está directamente involucrado con los gestores y colectivos culturales en el Cantón Chambo, el Lic. Orlando Rodríguez, Subdirector de la Casa de la Cultura Núcleo de Chambo (2017 – 2019) y Gestor Cultural, de acuerdo al primer eje temático con respecto a la presencia de la comunicación en contextos digitales, nos supo manifestar lo siguiente:

Pienso que sí debemos estar acordes a los avances científicos a los avances tecnológicos y por esa razón, debemos implementar. Para de esta manera hoy que estamos y seguimos lamentablemente con la pandemia, hay muchos casos, entonces esto va a contribuir de alguna manera de alguna forma a que los eventos los programas pues se puedan realizar de esa forma de esa manera (...) creo que lo que más utilizamos todos es Facebook a través del Facebook tranquilamente. Nosotros podemos manejar cualquier tipo de evento y que mejor pues que sea cultural (...) cuando yo como subdirector de acá de la casa de la cultura, pues yo no tendría que estar permanente o cierto que sé yo todos los días revisando que hay enviando eventos artísticos, culturales que sí se puede realizar (...) Por supuesto o de

alguna manera del pueblo pues de alguna forma tiene que contribuir no cierto y que mejor pues ellos se aventajan y de igual manera nosotros no cierto con un aporte económico que es importante porque eso es el pero hoy últimamente (...) Sí yo creo que semanal no para estar más al tanto de situaciones que a veces suceden a veces hay comentarios entonces de esta manera. Nosotros estaríamos más al tanto semanalmente... (Autor, 2021)

Análisis: Para el Lic. Orlando Rodríguez la comunicación desde contextos digitales es muy importante pese a la situación que atraviesa el mundo por la pandemia del Covid – 19, las personas se comunican por las redes sociales como Facebook y las transmisiones que se realizan a través de esta plataforma, en la búsqueda y desarrollo de la información mediática en todas las actividades de la población local, además piensa que es indispensable la creación de un canal digital que permita conjuntamente con las páginas oficiales ofrecer todo tipo de información en beneficio de los habitantes del Cantón Chambo.

En el segundo eje temático relacionado con el desarrollo y fortalecimiento de la participación ciudadana, el Lic. Orlando Rodríguez manifestó lo siguiente:

La participación ciudadana es vital en cualquier índole y en la ejecución de cualquier proyecto mucho más en la administración ser una administración de puertas abiertas. La participación ciudadana debe ser activa (...) justamente la ciudadanía y la que debe estar aportando de alguna manera contribuyendo con sus conocimientos, experiencias para que para que nuestro cantón surja no es únicamente en época de campañas políticas ahí sí, a todo mundo se va, porque van a percibir un sueldo económico, en eso yo nunca estuve de acuerdo cuando hay campañas políticas están todo mundo, pero cuando se les convoca. Desde mi dirigencia y como alguna vez que fui presidente y subdirector de la casa de la cultura aquí en Chambo, se convocado a reuniones a la gente y muy poca gente va, entonces de alguna manera, sí es importante que todos nos inmiscuyamos en los asuntos de índole cultural, tradicional y participativa en la ciudadanía chambeña (...) Lamentablemente la pandemia ha afectado por sobre todos nosotros no cierto yo como subdirector de la casa nos hemos visto privados de realizar eventos artísticos culturales y sin embargo yo ya inicie uno no hice a través de las redes sociales, Pues a través de WhatsApp los grupos que hay aquí Chambo Unidos, donde están algunos chambeños no solamente aquí en la población local, sino también en los diferentes ciudades del Ecuador y del mundo... (Autor, 2021)

Análisis: Desde este segundo eje temático para el Lic. Orlando Rodríguez es indispensable la constante participación activa de la ciudadanía, ya que permite ejercer todos los derechos de las personas, además hace hincapié en el involucramiento del ciudadano desde todas las actividades ya sean culturales como sociales, además estos espacios de socialización deben ser abiertos y no solamente cerrado para un grupo de personas, para que de esta manera se pueda aportar desde la niñez, y la juventud de manera positiva en toda su capacidad para el desarrollo y engrandecimiento del Cantón Chambo, que pese a la situación y emergencia sanitaria es indispensable la reactivación económica desde plataformas digitales que permitan el consumo de productos y la socialización de los mismos hacia el resto de la población.

Finalmente, en el tercer eje temático que va de acuerdo a la difusión de las prácticas culturales, a través de los diferentes eventos como las Noches Culturales, el Lic. Orlando Rodríguez nos supo manifestar lo siguiente:

Yo puedo manifestar la danza hay algunos Grupos de danza de jóvenes que han se han formado, no si están los barrios de los clubes que existen acá entonces de eso contribuye a que justamente esos grupos participen en los eventos que hay acá por ejemplo diga usted el pase del niño en las fiestas de chambo por el aniversario, la Fiesta de San Juan evangelista, los famosos Diablitos, entonces ahí participan y a veces cuando hay algún otro evento contratan a grupos de danza, grupos musicales y de índole cultural (...) Bueno lamentablemente como dije anteriormente es esto de la pandemia perjudicó enormemente, no solamente al Cantón Chambo sino a nivel mundial entonces por esto de la pandemia, creo que en unos meses todo se volverá a reactivar hasta que esta situación pase en otro estado y permita mejorar la economía del sector (...) Por supuesto porque esto ya lo hicimos, estamos hablando se hace más o menos unos 20 años atrás fui y como te dije presidente de la casa de la cultura hicimos un intercambio cultural con el Cantón Milagro porque había el nexo de allá de los chambeños residentes en esa ciudad, entonces la casa la cultura dice hagamos un intercambio y yo dije perfecto llevamos de aquí artistas y Chambo quedo bien... (Autor, 2021)

Análisis: En este tercer eje temático para el Lic. Orlando Rodríguez es indispensable realizar este tipo de actividades que permitan consolidar la participación ciudadana, difusión, tradición e intercambio cultural, desde una serie de expresiones artísticas, religiosas y de mucha índole que consolidan a la población como una de las más importantes de la región y del país, además varias

actividades culturales y de participación ciudadana son las festividades en honor a su patrono “San Juan Evangelista”, “Los Diablitos”, “Los Pases del Niño” en navidad y otras muy significativas que engrandecen la cultura y tradición del Cantón Chambo.

El sexto actor que nos brindó sus declaraciones es el señor Francisco Montero, el mismo está directamente relacionado con los Colectivos Culturales y es dirigente en la Asociación del Barrio “El Carmen”, de acuerdo al primer eje temático con respecto a la presencia de la comunicación en contextos digitales, nos supo manifestar lo siguiente:

Yo creo que sí porque ahí la gente va a enterarse de lo que pasa aquí en el cantón va ver la realidad qué mismo se vive (...) El Facebook que cualquiera se puede ingresar basta la dirección (...) Si es posible diariamente porque se entera uno de las cosas que pasan en las redes sociales y desde luego hay como dar sugerencias (...) Yo creo que es importante la implementación de un canal digital en Chambo, porque así vamos a fortalecer la información de lo que pasa al instante y como ahora la gran mayoría tiene acceso a internet la comunicación es inmediata y creo que vamos a saber las noticias que hay aquí mismo... (Autor, 2021)

Análisis: Desde la presencia de la comunicación en contextos digitales en el Cantón Chambo, para el Sr. Francisco Montero es muy importante y la creación e implementación de un canal digital que permita brindar información necesaria en la población ya que sería la mejor forma de llegar a todos los lugares considerando la situación de la pandemia que no permite la asistencia de las personas a diferentes actos y eventos que se desarrollan en el sector, además piensa que las redes sociales sobre todo “Facebook” permite interactuar con cualquier persona y recibir información inmediata.

En el segundo eje temático relacionado con el desarrollo y fortalecimiento de la participación ciudadana, el Sr. Francisco Montero manifestó lo siguiente:

Es saber dar voz a los pobladores para saber qué es lo que pasa aquí que tengan su propia opinión y que esa opinión sea escuchada (...) Claro ahí fomentaríamos el deporte el saber compartir con la gente, pero lamentablemente por esta pandemia es un poco difícil (...) La pandemia del Covid – 19 afecta sí, pero como hay que tomar las medidas de precaución y yo creo que cuando uno si quieres puede hacer alguna actividad de involucramiento y participación del ciudadano... (Autor, 2021)

Análisis: Desde este segundo eje temático para el Sr. Francisco Montero la participación ciudadana es indispensable para que los pobladores tengan su propia opinión y que la misma pueda ser escuchada, además desde estos espacios de desarrollo y fortalecimiento desde la integración del ciudadano, se pueden crear espacios como el deporte que permiten compartir con el resto de personas que viven en el Cantón. Por otro lado, manifiesta que la pandemia del Covid – 19 en cierta manera afecta el desarrollo de la participación ciudadana, pero que en definitiva hay que cuidarse para integrarse con las actividades relacionadas con el Cantón Chambo.

Finalmente, en el tercer eje temático que va de acuerdo a la difusión de las prácticas culturales, a través de los diferentes eventos como las Noches Culturales, el Sr. Francisco Montero nos supo manifestar lo siguiente:

Aquí la festividad más nombrada es del Carnaval, ya que es la más representativa y junto a las fiestas de Cantonización son las que más turistas y activación económica atrae (...) Las noches culturales organizadas por el Municipio son buenas, pero deberían implementarse mayor tipo de actividades desde los barrios o las comunidades, en donde se puede evidenciar la propia cultura chambeña (...) Claro que se debería difundir a todos los cantones las actividades realizadas en Chambo, pero igual se debería gestionar para que no solo sea en las festividades donde haya delegaciones de otros cantones, sino que por lo menos cada mes, se hiciera un fin de semana una actividad en donde haya un intercambio cultural entre los cantones no solo de la Provincia de Chimborazo, sino con otras del país... (Autor, 2021)

Análisis: En este tercer eje temático para el Sr. Francisco Montero es indispensable realizar este tipo de actividades que permitan consolidar la participación ciudadana y las prácticas culturales en el Cantón Chambo, además manifiesta que la actividad más representativa que atrae turistas y reactiva la economía en la población local es la fiesta de Carnaval, conjuntamente con las festividades de Cantonización, son las más importante y relevantes en el sector. Por otro lado, es necesario que se hagan intercambios culturales con otros cantones, ya que así repotencian la cultura del Cantón Chambo y lo hacen visible de manera directa en otras ciudades de la provincia y del país.

El séptimo actor que nos brindó sus declaraciones es la señora Mónica Delgado, Gerente – Propietaria de la Fogata de “San Francisco”, espacio de interacción y encuentro cultural del sector

urbano del Cantón Chambo, de acuerdo al primer eje temático con respecto a la presencia de la comunicación en contextos digitales, supo manifestar lo siguiente:

Pues muy de acuerdo en implementar un canal digital ya que tendríamos un contacto más directo con la ciudadanía, y así también nos daría la oportunidad de poder fomentar más nuestros negocios y todo lo que esté en desarrollo del país (...) Bueno realmente yo personalmente trabajo mucho con Facebook trabajo con Instagram y YouTube también claro es un canal digital en dónde creo que también todos los Todos los todos los medios pues usamos, estamos más al día con ellos (...) Lo correcto sería diariamente, porque debemos actualizarnos en lo que va pasando día a día (...) Un canal digital está hecho para todos, pero donde yo pertenezco Qué es mi cantón, Pues claro, que me gustaría que se fomente más todo lo que hay aquí y hagamos más anuncios más propaganda en cuanto a lo que tenemos dentro del Cantón (...) Las actualizaciones y todo lo que va pasando es diariamente por qué siempre vamos a encontrar eventos algo que ha pasado dentro de la comunidad siempre debemos de estar informando es decir el día a día... (Autor, 2021)

Análisis: Para la Sra. Mónica Delgado la comunicación desde contextos digitales es muy importante ya que en la actualidad el mundo está globalizado y la tecnología es parte del individuo, además piensa que es indispensable la creación de un canal digital que permita la inmediatez de la información ya que de eso depende la reactivación económica y la potencialización de los negocios, además afirma que en todos debemos acoplarnos a la información emitida desde las redes y plataformas digitales ya que con ello permite la interacción con otras personas tanto a nivel local como mundial.

En el segundo eje temático relacionado con el desarrollo y fortalecimiento de la participación ciudadana, la Sra. Mónica Delgado manifiesta lo siguiente:

La participación ciudadana es el encuentro de una sola voz y muchas personas, para poder fomentar el desarrollo del país (...) Claro que estoy de acuerdo porque uno de ellos el lugar donde yo he hecho que es la fogata “San Francisco” que con esto estamos llamando a todos a una reunión cultural digamos porque la reunión es escultura también y este es el lugar que yo creé con un espacio semi - abierto con eso de evitar ahora con esto que estamos viviendo los contagios y todo eso (...) La verdad que el Covid-19 afectó muchísimo desde los inicios, pero hoy en día digamos que estamos un poquito más abiertos o sabemos más

cómo cuidarnos tanto las medicinas también ya saben controlar por lo tanto ya estamos un poco más tranquilos y por eso mismo nosotros estamos dedicándonos a recibir a las personas en un lugar donde podemos evitar el contagio... (Autor, 2021)

Análisis: En este segundo eje temático para la Sra. Mónica Delgado la participación ciudadana constituye el encuentro de una sola voz y muchas personas que lo escuchan y siguen, además es indispensable la constante participación activa de la ciudadanía, donde se realicen diferentes actividades culturales con puntos de encuentro como en su establecimiento la Fogata de “San Francisco”, en el cual se van construyendo diferentes procesos de construcción social que permiten ejercer su derecho y participación colectiva, a pesar que la pandemia del Covid – 19 afectó a muchísimos negocios, espacios de interacción social, cultural y participativa de a poco se está saliendo y reactivando la economía en el Cantón Chambo.

Finalmente, en el tercer eje temático que va de acuerdo a la difusión de las prácticas culturales, a través de los diferentes eventos como las Noches Culturales, la Sra. Mónica Delgado nos supo manifestar lo siguiente:

Bueno llevo muchos años viviendo por ejemplo la fiesta de los diablos, que es el 26 de diciembre, en dónde es una fiesta donde se reúnen tanto pueblo como comunidad entonces es una fiesta muy reconocida (...) Las noches culturales deberían implementarse por lo menos cada mes, para así fomentar la cultura y dar seguimiento a los emprendimientos que existen en la población (...) Muy de acuerdo porque así vamos conociendo las diferentes tradiciones cultura de cada cantón porque somos diferentes en verdad, somos un pueblo pero diferentes en todas nuestras costumbres... (Autor, 2021)

Análisis: En este tercer eje temático para la Sra. Mónica Delgado una de las fiestas más representativas del Cantón Chambo es la festividad de “La Diablitos”, en donde se reúnen tanto personas de la parte urbana como la rural, realizando una interacción y espacio entre ambas localidades. Además, señala que las Noches Culturales organizadas por la Unidad de Turismo del GAD Municipal deben seguir implementándose por lo menos una vez al mes, para que de esta manera se difundan tanto las costumbres, tradiciones y emprendimientos que se dan en el Cantón Chambo.

CAPÍTULO IV: Propuesta Comunicativa

Antecedentes del Problema

En base a la actualidad demográfica y situacional Chambo es un Cantón de la Provincia de Chimborazo, denominado como tal por el Ex - Congreso Nacional el 18 de marzo de 1988 fecha en el que se publica en el Registro Oficial aprobado por el Ministerio de la Ley, ubicado al noroeste de la provincia exactamente a 8km de la ciudad de Riobamba; su cabecera cantonal tiene el mismo nombre. Posee una superficie de 163 km², su altura promedio bordea los 2780 metros / nivel del mar, el clima es de 14 a 21° C apto para la agricultura y ganadería, además cuenta con diversos atractivos turísticos y patrimoniales, despertando la prosperidad de sus prácticas culturales, conjuntamente al desarrollo industrial de sus habitantes.

El Cantón Chambo es una población agrícola, ganadera y turística perteneciente a la Provincia de Chimborazo, en donde sus habitantes utilizan de forma directa medios de comunicación tradicionales (prensa, radio y televisión) como punto de conversión entre emisores y receptores; pero desde el surgimiento de las nuevas tecnologías de información (TIC's) y el despunte de la comunicación en contextos digitales a través de plataformas de socialización, las nuevas generaciones las utilizan a partir de las "redes sociales" como medios de interacción con las demás personas.

En la investigación tanto para el estudio y manejo de la información, estará determinado por ejes de aplicación principalmente en la zona urbana del Cantón Chambo, en donde se realizan la gran mayoría de prácticas culturales (música, danza, poesía y gastronomía) para el involucramiento de la participación ciudadana. Las mismas que están delimitadas bajo el manejo y regulación de la Agenda de planificación que se emite desde la administración del GAD Municipal Chambo, sus departamentos y entidades adscritas.

En la problemática de la investigación, y para poder plantear algunas de las estrategias, podemos encontrar los siguientes puntos:

- a) El Cantón Chambo es un sector de la Provincia de Chimborazo, en donde surge la necesidad de analizar desde la población urbana la existencia de medios de comunicación con tendencia a contextos digitales, que estén mediando para el desarrollo de la participación ciudadana en las prácticas culturales del cantón.
- b) Desde el GAD Municipal de Chambo como ente regulador de políticas públicas culturales, es necesario observar desde su agenda el grado de planificación y ejecución de los diferentes tipos de actividades, que se realiza para el desarrollo e involucramiento de la participación ciudadana en el fortalecimiento de sus prácticas culturales.
- c) En la investigación, resulta fundamental determinar el tipo de estrategia comunicacional que permita la participación e involucramiento en todas las generaciones de la población local, para el desarrollo y fortalecimiento de sus prácticas culturales.

Problematización

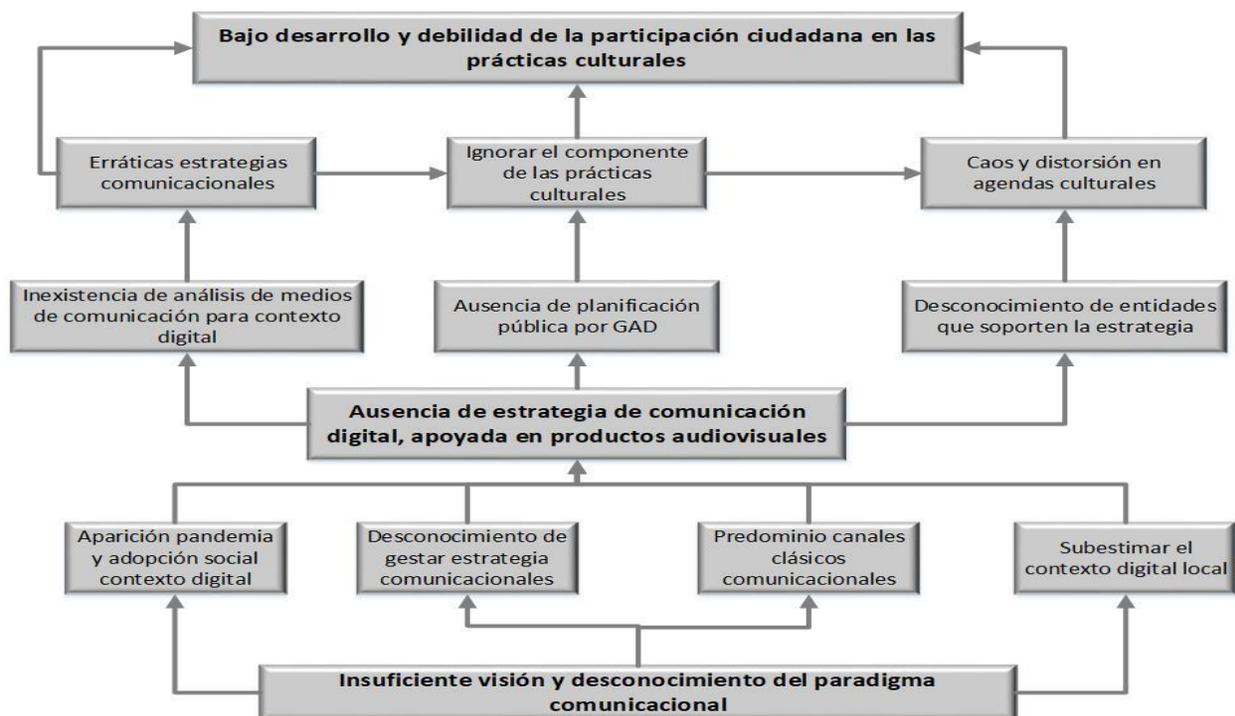
La irrupción de los contextos digitales en zonas de bajo-medio desarrollo en la adopción de las Tics, aparejado al confinamiento de la pandemia, contrae un reto para el desarrollo y

fortalecimiento cultural, así como la responsabilidad del estado en prevalecer los derechos ciudadanos y la práctica de una política pública cultural a nivel de los municipios. Se evidencia del incremento del uso de herramientas de contexto digital por las nuevas generaciones, como medio de comunicación y socialización para su desarrollo. En el análisis Cuadrado (2021) nos dice:

Esta realidad, implica la adopción de estrategias comunicacionales, hoy inexistentes en el campo de estudio, Cantón Chambo, Provincia de Chimborazo. Así, se precisa determinar el tipo de estrategia comunicacional que permita la participación e involucramiento de la población local, implícita en todas sus generaciones, para el desarrollo y fortalecimiento de sus prácticas culturales; de la ausencia de análisis desde la población local determinar cuáles medios de comunicación con tendencia a contexto digital, están mediando para el desarrollo de la participación ciudadana en las prácticas culturales; la ausencia de la evidencia del grado de planificación y los diferentes tipos de actividades que realiza el GAD Municipal de Chambo para el desarrollo e involucramiento de la participación ciudadana en el fortalecimiento de sus prácticas culturales. (Cuadrado Samaniego, 2021, pág. 3034).

Figura 20.

Árbol de problemas



Fuente: Elaborado por Autor, 2021

De tal manera, para Cuadrado (2021) «es preciso descifrar diferentes tipos de estrategias que permitan determinar la incidencia de la política pública cultural, y a la vez reconocer los diferentes espacios y escenarios donde la ciudadanía se desenvuelve dentro de un contexto social, desarrollado en las diferentes agendas culturales que se emiten a través del GAD Municipal de Chambo» (Cuadrado Samaniego, 2021, pág. 3034).

Públicos o Stakeholders

Es necesario identificar los stakeholders (públicos internos y externos), a través de los diferentes espacios de socialización y participación ciudadana. Entre los principales actores tenemos:

Públicos Internos

GAD Municipal Chambo

- Ing. Marcos Guaraca Taday – Alcalde del Cantón Chambo (2019 – 2023)
- Ing. María José Oviedo – Vicealcaldesa del Cantón Chambo (2021 – 2023)

Concejales

- Dr. Silvio Sigcho - Vicealcalde del Cantón Chambo (2019 – 2021) y Concejal del Cantón Chambo (2019 – 2023)
- Ing. Jorge Abarca - Concejal del Cantón Chambo (2019 – 2023)
- Ing. María José Oviedo – Concejal del Cantón Chambo (2019 – 2023)
- Sr. Wilson Huera - Concejal del Cantón Chambo (2019 – 2023)
- Sra. María Mercedes López - Concejal del Cantón Chambo (2019 – 2023)

Departamento de Desarrollo Turístico - GAD Municipal Chambo

- Lic. Ligia Díaz – Coordinadora (2019 – 2021)
- Lic. Juanita Romero – Coordinadora (2021 – 2023)

Entidades Adscritas

Comisaria Municipal del Cantón Chambo

- Dr. Diego Garcés – Comisario Municipal

Comisión de Educación, Cultura y Deporte del Cantón Chambo

- Ing. María José Oviedo – Coordinadora
- Sr. Wilson Huera – Coordinador

Públicos Externos

Casa de la Cultura Núcleo de Chambo

- Dr. Silvio Sigcho – Presidente Casa de la Cultura (2019 – 2023)

Centro Cultural de Comité de Barrios

- Lic. Alicia Loaiza – Directora

Colectivo de Revitalización Cultural de Chambo

- Dra. María Delia Caiza – Coordinadora

Entidades Colaboradoras

Casa Parroquial del Cantón Chambo

- Franklin Guamán s.f. (Párroco Iglesia)

Asociación de Barrios urbanos y Gestores culturales

- Lic. Estuardo Rodríguez – Gestor Cultural (Taita Carnaval 2022 – 2023)
- Sr. Francisco Montero (Dirigente del Barrio El Carmen)
- Sra. Mónica Delgado Donoso (Guía Turístico Local – Dirigente del Barrio San Juan)

Plustv.net Comunicación Digital

- Ing. Xavier Cruz Toscano (Gerente)

Este desglose de los públicos (stakeholders) es de suma importancia para la implementación de una estrategia de comunicación, a fin que permita establecer los tipos de estrategias, tácticas, medios y herramientas para la consolidación, desarrollo y fortalecimiento de la participación ciudadana desde las prácticas culturales en el Cantón Chambo. La figura 20, permite identificar el mapa de públicos desde el círculo general de actores y participantes.

Figura 21.

Círculo General de Públicos



Fuente: Plan De Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2019-2023 del GAD Municipal Chambo

De esta manera se puede identificar a los stakeholders (públicos internos y externos) con la finalidad de incorporar estrategias de comunicación que permitan el desarrollo y consolidación de

las prácticas culturales, a través de los diferentes espacios de socialización y participación ciudadana. En la siguiente tabla de contenidos podemos ubicar el Mapa de Públicos Internos y Externos con su diferente razón, expectativa, posibles conflictos o interés de acuerdo al grado de conocimiento de la organización que lleva a cabo y ejecuta las prácticas culturales en el Cantón Chambo, entre los cuales se detalla los siguiente:

Tabla 22.
Mapa de Públicos

Públicos Interno / externo	Razón de relación	Expectativa	Conflictos	Difusión directa	Interés Económico / social	Conocimiento corporativo	
Interno: Autoridades Funcionario GAD Municipal Chambo	Ente regulador de políticas públicas culturales	Desde Cumplimiento Agenda de planificación	Hacia Colaboración y participación activa	Incumpliendo en algunas estrategias contempladas	SI	SI	SI
Interno: Unidades GAD Municipal Chambo (Unidad de Turismo y Departamento de Comunicación)	Organizador y Difusor de eventos	Cumplimiento Agenda de planificación ajustada a los indicadores de gestión	Colaboración y participación activa de los ciudadanos	Falta de comunicación y coordinación dentro de los grupos de trabajo	SI	SI	SI
Interno: Organismo local como Comisión de Educación, Cultura, Deporte y Recreación del Cantón Chambo.	Promotor y difusor de imagen institucional	Organización de eventos masivos	Directrices, estrategias y presupuesto para la realización de eventos.	Falta de comunicación y coordinación de miembros del organismo local	SI	SI	SI
Externo: Dependencias adscritas y organismos locales (Casa de la Cultura)	Promotor y difusor de imagen institucional	Inclusión y colaboración	Integración, promoción y difusión de imagen cultural	Falta de estrategia y coordinación en comunicación	SI	NO	NO
Externo: Barrios urbanos del Cantón Chambo.	Público activo y de participación ciudadana	Promoción de eventos participativos que integran a la comunidad	Realización de obras en beneficio de la comunidad.	Problemas entre dirigentes barriales	NO	NO	NO

Externo: Organizaciones religiosas.	Difusores de tradiciones y costumbres religiosas y culturales	Acercamiento hacia el público específico	Obra social	Consideración de cánones religiosos	NO	NO	NO
Externo: Plustv.net comunicación digital (aliado estratégico).	Producción y realización de contenidos audiovisuales	Contenidos audiovisuales para su posterior difusión	Plan de anuncio Publicitario	Competencias y primicias de información	SI	SI	NO

Fuente: Elaborado por Autor, 2021.

Es de esta manera que los públicos internos y externos se mantienen dentro de la socialización y ejecución de planes culturales y de participación ciudadana en el Cantón Chambo.

Objetivo de la Propuesta

Para la ejecución y desarrollo de esta propuesta comunicacional, se ha determinado el siguiente objetivo:

- Difundir a través de un producto comunicacional las prácticas culturales del Cantón Chambo para el fortalecimiento de la participación ciudadana.

Los objetivos específicos están centrados en los siguientes puntos:

- Determinar el proceso de construcción de participación ciudadana para el fortalecimiento de las prácticas culturales en el Cantón Chambo.
- Evidenciar y potenciar medios de comunicación tradicionales y de contexto digital que permitan el desarrollo y difusión de las prácticas culturales.
- Consolidar el apoyo y desarrollo de entidades adscritas al GAD Municipal Chambo para el fortalecimiento de la participación ciudadana y de la evidencia en cuanto al plan o agenda de desarrollo cultural.

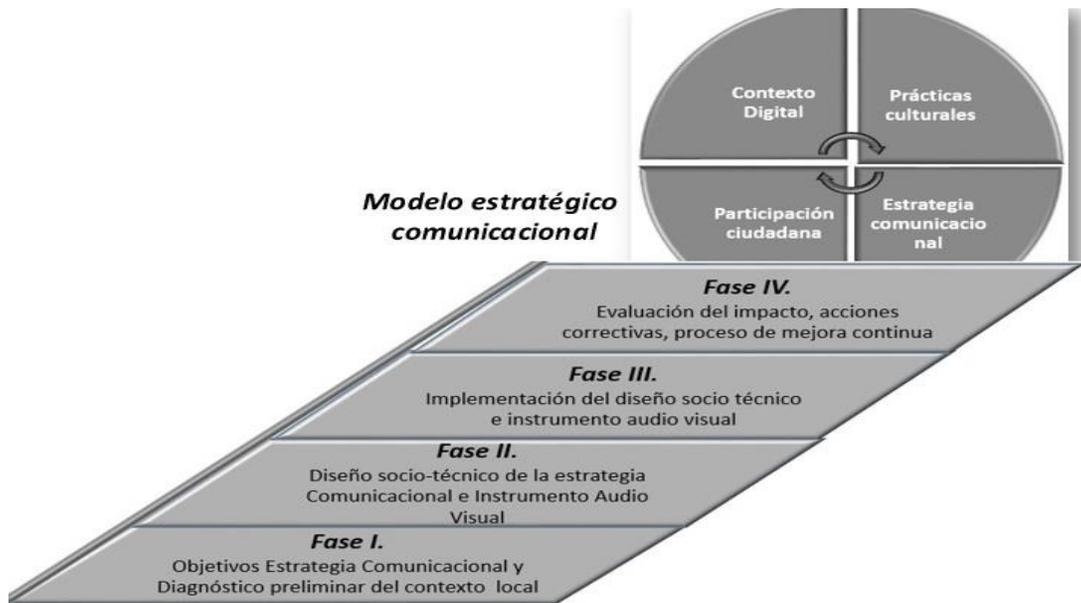
Propuesta del Producto Comunicacional

Para Cuadrado (2021) «el diseño del producto comunicacional comprende el campo técnico, donde análisis del espacio intercultural, la adopción de los grados de interactividad con el público, aplicar a la observación participante en calidad de identificación y fusión con las prácticas culturales, permiten la participación ciudadana efectiva» (Cuadrado Samaniego, 2021, pág. 3043)

Crear producto comunicacional en esta investigación, significa responder a los objetivos planteados; incluir las variables de corte social y comunicacional, así como las dimensiones que comprenden la estrategia; ejecutar un diagnóstico desde el enfoque de gestión. La figura 22, permite visualizar el enfoque de este modelo.

Figura 22.

Modelo de la estrategia comunicacional



Fuente: Elaborado por Autor, 2021.

En el análisis que plantea Cuadrado (2021) «este modelo implica declarar las variables o dimensiones adoptadas en la estrategia comunicacional. Entones, la meta es gestar estrategia comunicacional en el contexto virtual, orientada a las prácticas culturales, promoviendo la participación ciudadana» (Cuadrado Samaniego, 2021, pág. 3041).

En cuando a la Fase 1, resulta el fundamento de la planeación estratégica. En esta fase se aplica FODA estratégico y así reconocer las oportunidades fortalezas existentes en el entorno local, así como las amenazas y fortalezas que conspiran contra el éxito del proyecto estratégico comunicacional. Sólo entonces, es posible gestar el conjunto de estrategias y acciones, capaces de aunar voluntades, minimizar riesgos y garantizar un producto audio visual con los requerimientos exigidos.

Por otra parte, afirma el autor de esta investigación Cuadrado (2021) «es imposible determinar objetivos y acciones, sin el previo estudio del entorno, enunciar políticas y objetivos estratégicos. Significa que, se minimiza el empirismo en la construcción de la estrategia comunicacional a través de un modelo de gestión comunicacional estructurado, coherentes, sistémico y participativo» (Cuadrado Samaniego, 2021, pág. 3041).

La Fase II del diseño, desde la visión socio-técnica, comprende las variables, recursos, componentes social y cultural, interrelaciones sociales y otros factores orientados a las prácticas culturales. Este término acuñado de socio-técnico, por cuanto la estrategia comunicacional se elabora desde las necesidades y presupuestos sociales comunicacionales, y lo técnico reside en los instrumentos, canales y medios para implementar esta esta estrategia. Énfasis en el diseño del producto audio-visual, a la medida de los requerimientos y posibilidades locales.

Referido a la Fase III, la implementación, es preciso monitorear el grado de ejecución de cada acción implícita en el diseño, puesto que la realidad implica la reorientación de ideas, innovación en cuanto a soluciones técnicas y operativas. Ha de ajustarse el instrumento de manera tal, que satisfaga expectativas, tanto del público virtual conectado, como a los presupuestos del diseño. Además, desde el análisis del autor Cuadrado (2021) manifiesta: «no es viable diseñar, implementar y declarar exitosa la estrategia comunicacional, a través del producto audiovisual, de no evaluarse el impacto, corregir no conformidades y aplicar acciones correctivas» (Cuadrado Samaniego, 2021, pág. 3042).

Para finalizar en la Fase IV, se incorpora al modelo el principio de la mejora continua establecida en los modelos de gestión y aseguramiento de la calidad. La evaluación del proyecto estratégico comunicacional, implica el análisis de lo cualitativo y cuantitativo. Este monitoreo perenne, exige del reconocimiento y aceptación de la realidad expresada por los públicos que interactúan. Es decir,

la evaluación, un ejercicio de retroalimentación que perfecciona, reorienta y redirecciona el diseño del producto comunicacional.

Ejecución de la Propuesta Comunicacional

Este proceso se llevará a cabo desde la implementación de un Plan Integral de Comunicación Estratégica, el mismo que permitirá su mejor desempeño desde las en estrategias, puesto que para Cuadrado (2021) «el término “estratégico”, comienza desde la planeación, donde los propósitos y objetivos a alcanzar han de estar perfectamente enunciados. Sobre este fundamento, se adoptan las variables de corte social, cultural, comunicacional, históricas, y otras que componen la estrategia comunicacional» (Cuadrado Samaniego, 2021, pág. 3043).

En ese sentido, resulta importante identificar desde el objetivo general de la propuesta de comunicación, las diferentes estrategias, medios, tácticas e indicadores ya que Cuadrado (2021) nos dice: «la evaluación del proyecto estratégico comunicacional, implica el análisis de lo cualitativo y cuantitativo. Este monitoreo perenne, exige del reconocimiento y aceptación de la realidad expresada por los públicos que interactúan» (Cuadrado Samaniego, 2021, pág. 3043).

En la siguiente tabla se evidencian los diferentes aspectos del Plan Integral de Comunicación.

Tabla 23.

Plan Integral de Comunicación Estratégica

OBJETIVO GENERAL	ESTRATEGIAS (EJES DE INTERVENCIÓN)	TÁCTICAS / ACCIONES	MEDIOS / HERRAMIENTAS	INDICADORES
Difundir a través de un producto comunicacional las prácticas culturales del Cantón Chambo para el fortalecimiento de la participación ciudadana.	Plantear a través de espacios y circuitos abiertos el desarrollo de expresiones artísticas - culturales (música, danza, poesía y gastronomía) en los barrios urbanos del Cantón Chambo.	Mediante la planificación de reuniones presenciales y/o virtuales con los dirigentes barriales se tomará acciones para la participación de sus moradores en las diferentes actividades artísticas – culturales.	Perifoneo. Afiches. Hojas volantes. Pendones.	Número de participantes con respecto al total población urbana.
	Generar un medio de comunicación digital para difundir las diferentes expresiones artísticas – culturales (música, danza, poesía y gastronomía) en la población urbana del Cantón Chambo.	Mediante la promoción de los diferentes eventos artísticos - culturales, se utilizará el medio de comunicación digital para su difusión.	Páginas Oficiales. Redes sociales. Fanpage. Canal Digital.	Número total de interacciones por publicación sobre número total de seguidores.
	Realizar un BTL (Below The Line) para el fortalecimiento de la difusión las diferentes expresiones artísticas – culturales (música, danza, poesía y gastronomía) en la población urbana del Cantón Chambo.	A través del desarrollo de productos comunicacionales nos permitirá llegar a la promoción y difusión de eventos artísticos – culturales en la población urbana del Cantón Chambo.	Promociones. Campañas publicitarias. Marketing externo. Marketing directo. Relaciones públicas.	Análisis del engagement

Fuente: Elaborado por Autor, 2021

Resultados de la Propuesta Comunicacional

En la presente elaboración del Plan Integral de Comunicación Estratégica y después de haber planteado el objetivo general, las estrategias, tácticas y herramientas para el desarrollo y consolidación de las prácticas culturales a través de la participación ciudadana en el Cantón Chambo, podemos determinar lo siguiente:

- a) La comunicación es un instrumento inherente a toda institución, organismo u organización, es capaz de atravesar cualquier frontera ideológica y científica; pero no es utilizada de manera adecuada en su dimensión real, convirtiéndola en una barrera y no en un elemento facilitador en la consecución de objetivos y metas en común.
- b) Es muy importante que en la elaboración del Plan Integral de Comunicación Estratégica nos permita redescubrir los procesos culturales y proyectar hacia una herramienta de conocimiento para que se la incorpore tanto en la consecución y desarrollo de la participación ciudadana en el Cantón Chambo.
- c) Las estrategias propuestas como: promoción de espacios y circuitos abiertos para expresiones artísticas – culturales, desarrollo de un BTL a través de productos comunicacionales y promoción mediante medios de comunicación digital, permitirán difundir las diferentes prácticas, manifestaciones y expresiones culturales del Cantón Chambo y su consolidación en la participación ciudadana.

Conclusiones

En la elaboración del presente proyecto de investigación, después de haber observado y analizado el estudio de la comunicación en contextos digitales para el fortalecimiento de la participación ciudadana en las prácticas culturales del Cantón Chambo, se cuenta con la información necesaria y suficiente que permite llegar a las siguientes conclusiones:

En base a las tendencias teóricas en contextos digitales, se ha podido evidenciar un cambio mediante la interacción social que se dan a partir de los recursos propiciados por la evolución de la tecnología digital, enfocado al estudio de la participación ciudadana y sus prácticas culturales.

La presencia de la comunicación en el Cantón Chambo es capaz de atravesar cualquier frontera ideológica y científica, además viene a constituirse en un instrumento inherente a toda institución u organización, con la finalidad de potenciar medios de comunicación tradicionales y de contexto digital, permitiendo el desarrollo y difusión en sus prácticas culturales.

A partir de la encuesta desarrollada en la población urbana del Cantón Chambo, se pudo establecer que en su gran mayoría los ciudadanos utilizan las plataformas digitales como medio de información, además en lo que respecta a los niveles de participación ciudadana les permite tomar decisiones a partir de la silla vacía y para el desarrollo de sus prácticas culturales reciben el apoyo continuo del GAD Municipal, la Unidad de Turismo y sus entidades adscritas.

En la conformación de la agenda de desarrollo cultural emitida por el GAD Municipal del Cantón Chambo en el periodo 2020 – 2022, se considera a las “Noches Culturales” como una de las acciones de comunicación en la gestión de sus prácticas culturales, además de la participación de sus actores internos y externos en las diferentes actividades desarrolladas por las entidades adscritas a esta institución.

Los elementos establecidos como la elaboración de un producto comunicacional, la interacción de la población a partir de espacios y circuitos abiertos, difusión a través de plataformas y medios de comunicación digital, son los que proporcionan las diferentes estrategias de comunicación para el fortalecimiento de la participación ciudadana en las prácticas culturales del Cantón Chambo.

Recomendaciones

Entre muchos cuestionamientos que faltan por realizar para la complementación de este proyecto de investigación, el mismo que está encaminado a propiciar una estrategia de comunicación en contextos digitales, para la consolidación de la participación ciudadana desde las prácticas culturales en el Cantón Chambo, recomendamos lo siguiente:

Para futuras investigaciones se debe considerar nuevas tendencias tecnológicas, actualizar las técnicas de capacitación y enseñanza impartida a la comunidad con el fin de seguir encontrando modelos actuales, dinámicos y atractivos para todos quienes forman parte del proceso de transformación social.

En la actualidad la comunicación debe propiciar un permanente hábito de retroalimentación del proceso, en el cual cada una de las partes que conforman la población del Cantón Chambo evalúe y reconfigure los postulados básicos de su gestión, para adquirir o eliminar, según sea el caso, las políticas y estrategias que permitan la consolidación de las prácticas culturales.

Establecer convenios y acuerdos con los organismos nacionales e internacionales de promoción, difusión y participación social, para generar nuevos espacios de encuentro con la población local, para que de esta manera se compartan nuevas experiencias en otros sectores y al mismo tiempo aporten el desarrollo y ejecución de la participación ciudadana.

Además, que las autoridades hagan hincapié a través de un diagnóstico situacional de acuerdo a la gestión administrativa, para que este tipo de propuestas se visualicen desde un medio de comunicación digital que permita difundir las diferentes expresiones artísticas – culturales en la población local del Cantón Chambo.

Por otra parte, desde el GAD Municipal del Cantón Chambo ente regulador de políticas públicas culturales se genere propuestas de planeación estratégica como la creación de una canal o medio digital, que permita a la población local establecer vínculos de comunicación a través de espacios y circuitos abiertos para el desarrollo de sus expresiones artísticas - culturales en los diferentes sectores del Cantón Chambo.

Referencias Bibliográficas

- Abdullayev, A. (2020). SYSTEM OF INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN THE EDUCATION. *Science and World*, 2(5), 19-75. Obtenido de http://en.scienceph.ru/f/science_and_world_no_5_81_may_vol_ii.pdf#page=19
- Adder - Egg, E. (2003). *La Política cultural a Nivel Municipal*. Buenos Aires.
- Aguaded, I., & Delgado, A. (2019). Educommunication. *The International Encyclopedia of Media Literacy*.
- Alba, G. (2002). Cambio cultural y transformación audiovisual. De la mediación tecnológica a la migración digital. Signo y Pensamiento.
- Altieri, A. (2001). ¿Qué es la cultura? *La Lámpara de Diógenes*, 15-20.
- Aparicio, R., & García, D. (2018). Prosumidores y emirecs : Análisis de dos teorías enfrentadas = Prosumers and emirecs : Analysis of two confronted theories. *Comunicar*, 55(2), 71-79. Obtenido de <https://www.torrossa.com/en/resources/an/4351958>
- Arias, F. (2006). El proyecto de la Investigación. Introducción a la metodología. Caracas: Editorial Episteme. Obtenido de <https://universoabierto.org/2017/05/22/el-proyecto-de-investigacion-introduccion-a-la-metodologia-cientifica/>
- Arnstein, S. (1969). A ladder of citizen participation. *Journal of the American Institute of Planners*, 216-224.
- Arzuaga, M. (2019). Perspectivas latinoamericanas sobre el rol de los profesionales en comunicación organizacional y relaciones públicas. *Anogramas, rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 17(34), 135-154. Obtenido de <https://revistas.udem.edu.co/index.php/anogramas/article/view/2419/2641>
- ASAMBLEA, N. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito.
- ASAMBLEA, N. (2013). *Ley Orgánica de Comunicación*. Quito: Editora Nacional.
- Autor. (Junio de 2021). COMUNICACIÓN EN CONTEXTOS DIGITALES PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN LAS PRÁCTICAS CULTURALES DEL CANTÓN CHAMBO. (V. H. Cuadrado, Entrevistador)

- Badía Valdés, A. T., Gómez Masjuán, M. E., Molina Carbonell, L., García Rodríguez, M. C., Villota Oyarvide, W. R., Lambert Sarango, Y. E., & Zambrano Calvache, M. d. (2017). *Periodismo y educomunicación en contextos digitales, Primera*, 108. Guayaquil, Guayas, Ecuador: Dirección de Publicaciones de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Barbas, Á. (2019). *EDUCOMMUNICATION FOR SOCIAL CHANGE. CITIZEN MEDIA AND PRACTICE*.
- Beltrán, L. (2005). *La comunicación para el desarrollo en latinoamérica: un recuento de medio siglo*. Obtenido de https://issuu.com/pucesd/docs/aveiga-segura_10.08.17
- Bifulco, L. (2013). Citizen participation, agency and voice. *European Journal of Social Theory*, 174-187.
- Bonet. (2008). *Concepción de Políticas Culturales*.
- Campos, F. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 11(63), 277-286. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/819/81912006023.pdf>
- Coello, L. (2020). *DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE BRANDING DIGITAL PARA EL CLUB DEPORTIVO ESPECIALIZADO FORMATIVO COELLO*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil.
- Conferencia Intergubernamental sobre los Aspectos Institucionales, Administrativos y Financieros de las Políticas Públicas Culturales. (1970).
- Cuadrado Samaniego, V. H. (2021). Plan integral de comunicación estratégica para fomentar la participación ciudadana y las prácticas culturales del Cantón Chambo. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(3), 3029-3047. doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i3.504
- Cuadrado, V. H. (2007). Ensayo Académico previo a la obtención del título en Licenciatura en Comunicación Social. *La Comunicación como estrategia de desarrollo en las prácticas culturales del Cantón Chambo*, 60. Quito.
- Damgaard, B., & Lewis, J. (2014). Accountability and Citizen Participation. *The Oxford Handbook of Public Accountability*.
- Dávalos, M. (2019). *EL RUMOR Y SU REPERCUSIÓN EN EL CLIMA ORGANIZACIONAL Y LA IMAGEN DE LA EMPRESA: Estudio de Caso Grupo NHB*. Pontificia Universidad católica del Ecuador, Quito. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/17147/EL%20RUMOR%20Y%2>

0SU%20REPERCUSI%C3%93N%20EN%20EL%20CLIMA%20ORGANIZACIONA
L%20Y%20LA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Escobar, A., & Bahamonde, L. (2020). Innovación en emprendimientos periodísticos y de comunicación frente a las nuevas tendencias digitales. *URU, Revista de Comunicación y Cultura*(3), 83-100. doi:<https://doi.org/10.32719/26312514.2020.3.6>
- Fernández, C. (2014). Prácticas transmedia en la era del prosumidor: Hacia una definición del Contenido Generado por el Usuario (CGU). *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, 53-67.
- Flores Pacheco, A. L., Segura, G., & VANDERKAST, E. (Marzo - Junio de 2007). Una Aproximación a la Sociedad de la Información y del Conocimiento.
- Freire, F. (2015). Adaptación de los medios tradicionales a la innovación de los metamedios. *Redalyc*, 24(4), 441-450. Obtenido de <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2015.jul.11/20710>
- Fung, A. (2015). Putting the Public Back into Governance: The Challenges of Citizen Participation and Its Future. *Public Administration Review*, 513-522.
- Gaber, J. (2019). Building “A Ladder of Citizen Participation”. *Journal of the American Planning Association*, 188-201.
- García-Espín, P., Ganuza, E., & De Marco, S. (2017). ¿Asambleas, referéndums o consultas? Representaciones sociales de la participación ciudadana. *Reis. Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 45-63.
- García-Ruiz, R., & Pérez-Escoda, A. (2020). Comunicación y Educación en un mundo digital y conectado. Presentación. *Icono* 14, 18(2), 1-15. doi:<https://doi.org/10.7195/ri14.v18i2.1580>
- González , M., & Huerta , P. (2019). Experiencia del aula invertida para promover estudiantes prosumidores del nivel superior. *Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 22(2), 245-259. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/3314/331460297013/331460297013.pdf>
- Guerrero, P. (2002). *La cultura, Estrategias conceptuales para comprender la identidad, la diversidad, la alteridad y la diferencia*. Quito: Abya Ayala.
- Hawkins, C., & Wang, X. (2012). Sustainable Development Governance: Citizen Participation and Support Networks in Local Sustainability Initiatives. *Public Works Management & Policy*, 7-29.

- Henríquez, C. (2020). *DISEÑO DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA FORTALECER LA IMAGEN PUBLICADA SOBRE EL DESARROLLO CIENTÍFICO Y TECNOLÓGICO DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL*. Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Guayaquil.
- Hernández Alfonso, E., Paz Enrique, L., & Caballero Rivacoba, M. (2017). Desafíos de la praxis comunitaria en las políticas públicas de los medios de comunicación latinoamericanos. *Comunicación Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*, 1(15), 17-25. Obtenido de <http://www.revistacomunicacion.org/>
- Hernández, Fernández, & Batista. (2003). *Paradigmas de la Investigación Cuantitativa*.
- Hernández, K. (2013). De la Web 2.0 a la Web 3.0: antecedentes y consecuencias de la actitud e intención de uso de las redes sociales en la web semántica. *Universia Business Review*(37), 104-119. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/433/43325648006.pdf>
- Hong, S., & Cho, S. (2018). Citizen participation and the redistribution of public goods. *Public Administration*, 1-16.
- Iriarte, M. (2015). *CULTURA, MULTICULTURALIDAD E INTERCULTURALIDAD. ANÁLISIS DE LA EDUCACIÓN INTERCULTURAL EN LA CIUDAD DE MÁLAGA*. UNIVERSIDAD DE MÁLAGA.
- Jiménez, G., & González, I. (2019). Influencia de la tecnología en la comunicación organizacional interna. *Razón y Palabra*, 174-200. Obtenido de <https://revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1183/1335>
- Lastra, A. (2016). El poder del prosumidor. Identificación de sus necesidades y repercusión en la producción audiovisual transmedia. *ÍCONO*, 14(1), 71-94.
- Latorre, M. (2018). *Historia de las Web 1.0,2.0,3.0y4.0*. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/59947315/74_Historia_de_la_Web20190706-123188-141xd95-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1633632830&Signature=Vr5qRefC22yh58G9nBe9mxGeBFUMSA6XtNUfKeJEYk1IJjITOXKVS8Xm5V~uRJ3qfXSfqEX69mxFm9QqciEMomBrPq2E7-S~9SAF77IHvoh4JPL
- Manfredi Sánchez, J., Ufarte Ruiz, M., & Herranz de la Casa, J. (2019). “Innovación periodística y sociedad digital: Una adaptación de los estudios de Periodismo”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 1633 - 1654. doi:10.4185/RLCS-2019-1402
- Martín Barbero, J. (1984). De la Comunicación a la Cultura: perder el "objeto" para ganar el proceso. *Signo y Pensamiento*, 76 - 84.

- Martínez, A. (2021). *MEDIOS DE COMUNICACIÓN DESDE LOS OCHENTAS HASTA AHORA*. Obtenido de <https://www.docsity.com/es/evolucion-de-los-medios-de-comunicacion-desde-los-anos-80s/4649005/>
- Mateus, J. C., & Quiroz, M. T. (2017). *EDUCOMMUNICATION: A THEORETICAL APPROACH OF STUDYING MEDIA IN SCHOOL ENVIRONMENTS*.
- Mellouli, S., Luna-Reyes, L., & Zhang, J. (2014). Smart government, citizen participation and open data. *Information Polity*, 1-4.
- Michels, A. (2011). Innovations in democratic governance: how does citizen participation contribute to a better democracy? *SAGE*, 275-293.
- Molina , A., Roque, L., Garcés , B., Rojas , Y., Dulzaides, M., & Salín , M. (2015). El proceso de comunicación mediado por las tecnologías de la información. Ventajas y desventajas en diferentes esferas de la vida social. *Scielo*, 13(4). Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-897X2015000400004
- Montecé, C. (2020). *Diseño de Plan de Comunicación Externa para fortalecer la Imagen del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Vinces*. Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Guayaquil.
- Montoya, M. (2018). Comunicación organizacional: revisión de su concepto y prácticas de algunos autores mexicanos. *Razon y Palabra*, 22(1), 778-795. Obtenido de <https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1134/pdf>
- Muñoz, S., Ávila, W., & Carmenza, M. (2014). Prácticas culturales y su influencia en el rendimiento académico. *Plumilla Educativa*, 175-193.
- Ongallo, C. (2007). *Manual de comunicación: Guía para gestionar el Conocimiento, la información y las relaciones humanas en empresas y organizaciones*. Madrid-España: SAFEKAT S.L.
- Ordóñez , G. (2018). Narrativa y narración en el relato audiovisual: Apuntes para la distinción de forma y contenido. *URU, Revista de Comunicación y Cultura*(1), 102-121. Obtenido de <https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/uru/article/view/26312514.2018.1.6>
- Orejuela, S. (2011). *Análisis de la comunicación en la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial en Venezuela*. Caracas: UEN.
- Pineda, A. (2020). La comunicación organizacional en la gestión empresarial: retos y oportunidades en el escenario digital. *Revista GEON*, 7(1), 9-25. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7828548>

- Pino, C. (2009). El entorno digital en la nueva era de los medios y la publicidad: la metamorfosis del consumidor. *Razón y Palabra*(66). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520908015.pdf>
- Punín, I., Martínez, A., & Rencoret, N. (2014). Medios digitales en Ecuador: perspectivas de futuro. *Comunicar*(42), 199-207. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/158/15830197022.pdf>
- Ratheeswari, K. (2018). Information Communication Technology in Education. *Journal of Applied and Advanced Research*, 3, 45-47. Obtenido de https://uchitelya.kz/assets/materials/2020/10/information_communication_technology_in_education.pdf
- Reascos, N. (2010). *En Estado País. Informe Cero*. Quito.
- Ricaurte Quijano , P. (2018). Jóvenes y cultura digital: abordajes críticos desde América Latina. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 13-28. doi:<https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i137.3664>
- Ruiz, P. (2009). Carlos Scolari, Hipermediaciones. *Signo y Pensamiento*, 28(54), 382-398. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/signo/v28n54/v28n54a31.pdf>
- Ruler , B. (2018). Teoría de la comunicación: un pilar subestimado sobre el que se basa la comunicación estratégica. *Revista Internacional de Comunicación Estratégica*, 12(4), 367-381. Obtenido de <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/1553118X.2018.1452240?needAccess=true>
- Santa Cruz Pérez, D., Ojalvo Mitrany, V., & Velasteguí López , E. (2019). Papel de la comunicación en el desarrollo local. Estrategias y modelos factibles para la participación y la articulación de actores sociales. *Revista Electrónica Ciencia Digital*, 3(2), 336-352. doi:<https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v9i2.401>
- Scolari, C. (2008). HIPERMEDIACIONES, Elementos para una teoría de la Comunicación Digital Interactiva. En C. SCOLARI. Barcelona: Gedisa S. A.
- Seltzer, E., & Mahmoudi, D. (2012). Citizen Participation, Open Innovation, and Crowdsourcing: Challenges and Opportunities for Planning. *SAGE*, 1-16.
- Sena, W. (2019). Educommunication in the context of youth and adult education in Latin America: A state of the art based on a systematic literature review. *Revista Latina de Comunicación Social*, 133-172.
- SENPLADES. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. Toda una Vida*. Quito.

- Sintomer, Y., Herzberg, C., & Röcke, A. (2012). Modelos transnacionais de participação cidadã: o caso do orçamento participativo. *Sociologias*.
- Spencer-Oatey, H. (2012). What is Culture? A Compilation of Quotations. *GlobalPAD Core Concepts*.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa: técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Medellín: Editorial Universidad de Antioquia.
- Theocharis, Y., & van Deth, J. (2018). The Continuous Expansion of Citizen Participation: A New Taxonomy. *European Political Science Review*, 139-163.
- Trujillo, L., & Abraham, R. (2017). La distopía de la tecnología. *Redalyc*, 33(83), 599-619. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/310/31053772022/html/>
- UNESCO. (1984). *Media education*. UNESCO.
- Ulloa López, L., & Gómez Masjuan, M. (2019). Hipermediaciones que rigen en la comunicación de jóvenes universitarios de Ecuador en Facebook. *Revista Ibérica de Sistemas y Tecnologías de la Información*, 152–164. Obtenido de <https://www.researchgate.net/publication/336070481>
- Vromen, A. (2016). Digital Citizenship and Political Engagement,. 9-49.
- Yang, Y., Saladrigas, H., & Torres, D. (2016). Proceso de comunicación: En la gestión del conocimiento. Análisis teórico del comportamiento a partir de modelos típicos. *Universidad y Sociedad*, 8(2), 166.
- Zazo, A. (2018). De la participación ciudadana al poder ciudadano real. *Urbano*, 5-6.



GUÍA DE OBSERVACIÓN - PARTICIPANTE

TEMA DE INVESTIGACIÓN: Estrategia de comunicación en contextos digitales para el fortalecimiento de la participación ciudadana en las prácticas culturales del Cantón Chambo

1. Nombres y apellidos del Observador: Lic. Víctor Hugo Cuadrado Samaniego
2. Institución a Observar: Coliseo del Cantón Chambo (Noches Culturales 2020)
3. Grupo Observador: GAD Municipal Cantón Chambo – Departamento de Turismo
4. Lugar y Fecha: Chambo, 27 de noviembre del 2020
5. Actividad a realizar:

Observación participante en la Tercera Noche Cultural Chambo 2020

5.1. Objetivo de la actividad

Evaluar los niveles de participación ciudadana en las prácticas culturales del Cantón Chambo.

5.2. Metas a lograr

- Mantener las noches culturales, manteniendo las medidas de seguridad para la población, establecidas por el COE Cantonal de Chambo
- Involucrar a la población urbana y rural para que participe de las diferentes actividades que realiza el GAD Municipal Chambo, a través del Departamento de Turismo del Cantón.
- Evidenciar a través de la participación ciudadana el involucramiento de los actores gubernamentales, no gubernamentales, sociales y la población local en el desarrollo y fortalecimiento de las actividades culturales.

5.3. Descripción general de la actividad:

Evento que promueve la tradición y cultura de talentos chambeños para reactivar la economía desde los diferentes tipos de emprendimientos, fuentes de turismo y además revalorizar la cultura desde la música, danza, poesía y gastronomía del Cantón

6. Campo temático o problemático en cuestión

Permite observar el grado de planificación y los diferentes tipos de actividades que realiza el GAD Municipal del Cantón Chambo para el desarrollo e involucramiento de la participación ciudadana en el fortalecimiento de sus prácticas culturales.

GUÍA DE OBSERVACIÓN - PARTICIPANTE

TEMA DE INVESTIGACIÓN: Estrategia de comunicación en contextos digitales para el fortalecimiento de la participación ciudadana en las prácticas culturales del Cantón Chambo

1. Nombres y apellidos del Observador: Lic. Víctor Hugo Cuadrado Samaniego
2. Institución a Observar: Parque Central Cantón Chambo (Noches Culturales 2020)
3. Grupo Observador: GAD Municipal Cantón Chambo – Departamento de Turismo
4. Lugar y Fecha: Chambo, 11 de diciembre del 2020
5. Actividad a realizar:

Observación participante en la Cuarta Noche Cultural Chambo 2020

5.1. Objetivo de la actividad

Evaluar los niveles de participación ciudadana en las prácticas culturales del Cantón Chambo.

5.2. Metas a lograr

- Mantener las noches culturales, manteniendo las medidas de seguridad para la población, establecidas por el COE Cantonal de Chambo
- Involucrar a la población urbana y rural para que participe de las diferentes actividades que realiza el GAD Municipal Chambo, a través del Departamento de Turismo del Cantón.
- Evidenciar a través de la participación ciudadana el involucramiento de los actores gubernamentales, no gubernamentales, sociales y la población local en el desarrollo y fortalecimiento de las actividades culturales.

5.3. Descripción general de la actividad:

Evento que promueve la tradición y cultura de talentos chambeños para reactivar la economía desde los diferentes tipos de emprendimientos, fuentes de turismo y además revalorizar la cultura desde la música, danza, poesía y gastronomía del Cantón.

6. Campo temático o problemático en cuestión

Permite observar el grado de planificación y los diferentes tipos de actividades que realiza el GAD Municipal del Cantón Chambo para el desarrollo e involucramiento de la participación ciudadana en el fortalecimiento de sus prácticas culturales.

ENCUESTA

TEMA DE INVESTIGACIÓN: Estrategia de comunicación en contextos digitales para el fortalecimiento de la participación ciudadana en las prácticas culturales del Cantón Chambo.

Por medio de la presente encuesta, que realiza el Lic. Víctor Hugo Cuadrado Msc en colaboración con la Unidad de Turismo del GAD Municipal de Chambo a la población urbana del Cantón, pretendemos investigar y conocer el fortalecimiento de la participación ciudadana en las prácticas culturales del sector, a través de la emisión de productos audiovisuales y su difusión desde contextos digitales. Agradecemos de antemano su apoyo y colaboración al responder las siguientes preguntas, que llevará aproximadamente 10 minutos de su valioso tiempo.

A. DATOS GENERALES

Edad: _____

Sexo: _____

Nivel de instrucción: Primaria____ Secundaria____ Tecnológico ____ Superior____

Sector del Cantón Chambo donde reside: Urbano _____ Rural _____

B. COMUNICACIÓN EN CONTEXTOS DIGITALES

1. Usted ha escuchado sobre los contextos digitales como plataformas de información.
 - a) Nunca _____
 - b) Algunas veces _____
 - c) Frecuentemente _____
 - d) Siempre _____

2. ¿Cuántas veces a la semana utiliza usted las plataformas digitales como medio de información?
 - a) De 1 a 10 _____
 - b) De 11 a 20 _____
 - c) De 21 a 30 _____
 - d) Más de 30 _____

3. Para buscar información, ¿Cuál plataforma digital utiliza usted frecuentemente?
 - a) Google _____
 - b) YouTube _____
 - c) Moodle _____
 - d) Yahoo! _____
 - e) Bing _____
 - f) Ask _____

4. De los siguientes medios de comunicación digital, ¿Cuáles son los que más utiliza usted?
 - a) Facebook _____

- b) WhatsApp _____
- c) Twitter _____
- d) Instagram _____
- e) Otros _____

C. PARTICIPACIÓN CIUDADANA

5. De las siguientes opciones ¿Cuál cree usted que representa la participación ciudadana?
- a) Toma de decisiones en la política pública _____
 - b) Ser un ente activo dentro de la sociedad _____
 - c) Asistir a elecciones electorales _____
 - d) Fiscalizar la gestión de las autoridades locales _____
 - e) Involucrarse en las actividades económicas, sociales y políticas de su sector _____
6. ¿Cuál de las siguientes opciones considera usted importantes para el desarrollo y ejecución de la participación ciudadana?
- a) Participación en la silla vacía en el Consejo Municipal _____
 - b) Involucramiento de la ciudadanía en la Agenda Cantonal _____
 - c) Participación activa en las elecciones locales y nacionales _____
 - d) Participación en asambleas ciudadanas _____
7. Piensa usted que la pandemia del COVID -19, está afectando el normal desarrollo de la participación ciudadana.
- a) SI _____
 - b) NO _____

D. PRÁCTICAS CULTURALES

8. ¿Qué entiende usted sobre Prácticas Culturales?
- _____
- _____
- _____
9. ¿Piensa usted que existe una adecuada gestión de las autoridades locales para desarrollo de las prácticas culturales en el Cantón Chambo?
- a) SI _____
 - b) NO _____
10. Piensa usted que las Noches Culturales organizadas por la Unidad de Turismo del GAD Municipal del Cantón Chambo, mejoran el desarrollo de las prácticas culturales del sector.
- a) SI _____
 - b) NO _____
11. ¿Cuál de las siguientes prácticas culturales, piensa usted que transmite mayor fortaleza para el desarrollo del cantón Chambo?
- a) Fiestas de Carnaval _____
 - b) Fiesta Paseo del Chagra _____
 - c) Fiesta de Cantonización (18 de marzo) _____

- d) Fiesta de nuestra Señora del Carmelo (Catequilla) _____
- e) Fiesta de los Diablitos, en honor a nuestro Patrono San Juan Evangelista _____
- f) Fiesta de Fin de Año _____
- g) Otras _____

12. En cuales de las siguientes actividades culturales usted participaría para el beneficio del Cantón Chambo

- a) Desfile de Carnaval y Cantonización _____
- b) Participación en las Noches Culturales _____
- c) Integración en Eventos Religiosos _____
- d) Conformación de grupos artísticos – culturales _____
- e) Elecciones de Reina _____
- f) Otros _____

ENTREVISTA

TEMA DE INVESTIGACIÓN: Estrategia de comunicación en contextos digitales para el fortalecimiento de la participación ciudadana en las prácticas culturales del Cantón Chambo.

Por medio de la presente entrevista, que realiza el Lic. Víctor Hugo Cuadrado Msc en colaboración con la Unidad de Turismo del GAD Municipal de Chambo a la población urbana del Cantón, pretendemos investigar y conocer el fortalecimiento de la participación ciudadana en las prácticas culturales del sector, a través de la emisión y difusión de información desde contextos digitales. Agradecemos de antemano su apoyo y colaboración al responder las siguientes preguntas, que llevará aproximadamente 10 minutos de su valioso tiempo.

E. DATOS GENERALES

Nombre: _____

Edad: _____

Ocupación: _____

F. COMUNICACIÓN EN CONTEXTOS DIGITALES

1. Piensa usted que se debería implementar la apertura de una canal digital como estrategia de comunicación para informar sobre todas las actividades sociales, culturales, deportivas y demás en el Cantón Chambo.

2. ¿Cuál cree usted que sería el medio digital más idóneo para la creación de este canal digital?

3. Una vez que el canal digital ingrese en funcionamiento. ¿Con qué frecuencia usted lo visitaría?

4. Usted estaría de acuerdo que en el funcionamiento de Canal Digital se pauten publicidad propia de los habitantes del Cantón Chambo.

5. ¿Con que frecuencia, piensa usted se debería actualizar la información en el Canal Digital?

G. PARTICIPACIÓN CIUDADANA

6. ¿Qué entiende usted sobre Participación Ciudadana?

7. Piensa usted que se debería implementar espacios y circuitos abiertos para difundir las diferentes actividades sociales, culturales, deportivas y demás en el Cantón Chambo.

8. Piensa usted que la pandemia del COVID -19, puede afectar el normal desarrollo de la participación ciudadana y las diferentes actividades que se realizan en el Cantón Chambo.

H. PRÁCTICAS CULTURALES

9. ¿Cuál cree usted que es la actividad cultural más representativa del Cantón Chambo?

10. Cada que tiempo piensa usted que debe implementarse las Noches Culturales organizadas por la Unidad de Turismo del GAD Municipal del Cantón Chambo.

11. Usted está de acuerdo en fomentar el intercambio cultural entre los diferentes cantones del país.

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

AFICHES NOCHES CULTURALES – MESES OCTUBRE / NOVIEMBRE 2020

Afiche Informativo N.1

Viernes 30 de octubre del 2020



Afiche Informativo N.2

Viernes 13 de noviembre del 2020



Fuente: Página Facebook - GAD Municipal de Chambo

Afiche Informativo N.3

Viernes 27 de noviembre del 2020



Fuente: Página Facebook - GAD Municipal de Chambo

AFICHES NOCHES CULTURALES – MESES DICIEMBRE 2020

FEBRERO 2021

Afiche Informativo N.4

Viernes 11 de diciembre del 2020



Fuente: Página Facebook - GAD Municipal de Chambo

Afiche Informativo N.5

Viernes 12 de febrero del 2021



Fuente: Página Facebook - GAD Municipal de Chambo

AFICHES NOCHES CULTURALES – MESES MARZO – MAYO - JUNIO 2021

Afiche Informativo N.6

Viernes 19 de marzo del 2021



Afiche Informativo N.7

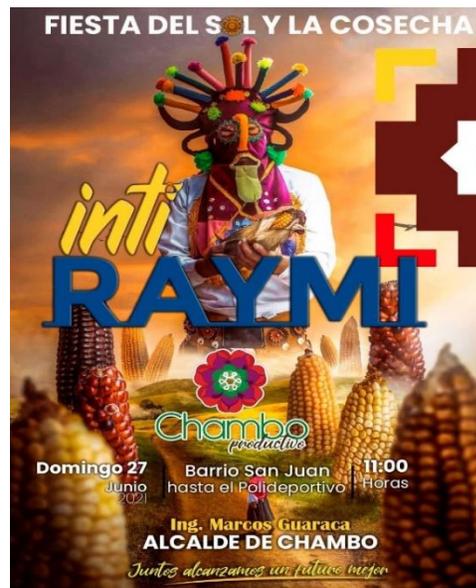
Jueves 06 de mayo del 2021



Fuente: Página Facebook - GAD Municipal de Chambo

Afiche Informativo N.8

Domingo 27 de junio del 2021



Fuente: Página Facebook - GAD Municipal de Chambo

**AFICHES NOCHES CULTURALES - MESES JULIO – AGOSTO - JUNIO 2021/
FEBRERO 2022**

Afiche Informativo N.9

Viernes 16 de julio del 2021



Afiche Informativo N.10

Viernes 20 de agosto del 2021



Fuente: Página Facebook - GAD Municipal de Chambo

Afiche Informativo N.11

Viernes 17 de diciembre del 2021



Afiche Informativo N.12

Viernes 18 de febrero del 2022



Fuente: Página Facebook - GAD Municipal de Chambo

IMÁGENES EVENTOS NOCHES CULTURALES 2020 - 2021

1. Inauguración Noches Culturales (octubre 2020)

Ing. Marcos Guaraca Taday (Alcalde del Cantón Chambo, Administración 2019 – 2023)



Fuente: Imagen tomada por Autor, 2020

2. Mesa Directiva y Concejales

Dr. Silvio Sigcho (Vice-Alcalde del Cantón Chambo, Administración 2019 – 2023)



Fuente: Imagen tomada por Autor, 2020

IMÁGENES EVENTOS NOCHES CULTURALES 2020 – 2021

3. Mesa adornada con productos tradicionales
(Colada Morada y Guagua de Pan)



Fuente: Imagen tomada por Autor, 2020

4. Segunda Noche Cultural (noviembre 2020)
Productos Emprendimientos del Cantón Chambo



Fuente: Imagen tomada por Autor, 2020

IMÁGENES EVENTOS NOCHES CULTURALES 2020 – 2021



Fuente: Imagen tomada por Autor, 2020



Fuente: Imagen tomada por Autor, 2020



IMÁGENES EVENTOS NOCHES CULTURALES 2020 – 2021

5. Cuarta Noche Cultural (diciembre 2020)

Encendido de Luces Navideñas



Fuente: Imagen tomada por Autor, 2020



Fuente: Imagen tomada por Autor, 2020



Intervenciones Artísticas de Gestores Culturales



Fuente: Imagen tomada por Autor, 2020



Fuente: Imagen tomada por Autor, 2020



Fuente: Imagen tomada por Autor, 2020

6. Séptima Noche Cultural (marzo 2021)

33 años de Cantonización - Intercambio Cultural Cantones Chambo - Mejía



Fuente: GAD Cantonal Chambo, 2021



Fuente: GAD Cantonal Chambo, 2021



Presentaciones Artísticas desde manifestaciones culturales



Fuente: GAD Cantonal Chambo, 2021



Fuente: GAD Cantonal Chambo, 2021





Fuente: GAD Cantonal Chambo, 2021



Fuente: GAD Cantonal Chambo, 2021



Fuente: GAD Cantonal Chambo, 2021

Intervenciones Artísticas de Gestores Culturales



Fuente: GAD Cantonal Chambo, 2021



Fuente: GAD Cantonal Chambo, 2021



7. Actividades Ceremoniales (Semana Santa – Abril 2021)



Fuente: Imagen tomada por Autor, 2021



Fuente: Imagen tomada por Autor, 2021



8. Procesión Hermandad Virgen de los Dolores - Semana Santa (Abril 2021)



Fuente: Imagen tomada por Autor, 2021



Fuente: Imagen tomada por Autor, 2021

9. Décima Noche Cultural (Agosto 2021)

Los niños del Cantón Chambo nos cuentan sus sueños



Fuente: Imagen tomada por Autor, 2021



Fuente: Imagen tomada por Autor, 2021





Fuente: Imagen tomada por Autor, 2021



Fuente: Imagen tomada por Autor, 2021



10. Actividades Culturales Fogata de “San Francisco”



Fuente: Imagen tomada por Autor, 2021



Fuente: Imagen tomada por Autor, 2021





Fuente: Imagen tomada por Autor, 2021



Fuente: Imagen tomada por Autor, 2021



Fuente: Imagen tomada por Autor, 2021



Fuente: Imagen tomada por Autor, 2021



Fuente: Imagen tomada por Autor, 2021



11. Festividades del Cantón Chambo “San Juan Evangelista” (Diciembre 2021) y “Fiestas de Carnaval (Febrero 2022)



Fuente: Imagen tomada por Autor, 2021



Fuente: Imagen tomada por Autor, 2021





Fuente: Imagen tomada por Autor, 2021



Fuente: Imagen tomada por Autor, 2021





Fuente: Imagen tomada por Autor, 2021



Fuente: Imagen tomada por Autor, 2021



Aplicación de Encuestas y Entrevistas



Fuente: Imagen tomada por Autor, 2021



Fuente: Imagen tomada por Autor, 2021





Fuente: Imagen tomada por Autor, 2021



Fuente: Imagen tomada por Autor, 2021





Fuente: Imagen tomada por Autor, 2021



Fuente: Imagen tomada por Autor, 20



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Cuadrado Samaniego Víctor Hugo, con C.C: 0603008251 autor/a del trabajo de titulación: “Estrategia de comunicación en contextos digitales para el fortalecimiento de la participación ciudadana en las prácticas culturales del Cantón Chambo” previo a la obtención del grado de MAGÍSTER EN PERIODISMO Y GESTIÓN DE COMUNICACIÓN en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de graduación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 16 de marzo de 2023



f. _____

Nombre: Cuadrado Samaniego Víctor Hugo

C.C: 0603008251

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Estrategia de comunicación en contextos digitales para el fortalecimiento de la participación ciudadana en las prácticas culturales del cantón Chambo		
AUTOR(ES)	Víctor Hugo Cuadrado Samaniego		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Guillermo Del Campo Saltos		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
UNIDAD/FACULTAD:	Sistema de Posgrado		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Maestría en Periodismo y Gestión de Comunicación		
GRADO OBTENIDO:	Magíster en Periodismo y Gestión de Comunicación		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	16 de marzo de 2023	No. DE PÁGINAS:	150 páginas
ÁREAS TEMÁTICAS:	Comunicación, Periodismo		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Estrategia, comunicación, contextos digitales, participación ciudadana, prácticas culturales. Strategy, communication, digital contexts, citizen participation, cultural practices.		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):			
<p>La comunicación digital ha venido a constituirse en el intercambio de información y conocimiento haciendo uso de sus herramientas. El propósito de esta investigación estuvo enfocado al diseño de una estrategia de comunicación adecuada al contexto digital, la tendencia en consumo de productos y servicios mediáticos para el fortalecimiento de la participación ciudadana y las prácticas culturales del Cantón Chambo. Por otra lado, se realizó investigaciones de tipo exploratoria, descriptiva y transeccional, desde métodos científicos, deductivos e inductivos; además se utilizó una metodología que acoge un enfoque cualitativo y cuantitativo desde políticas públicas culturales, entendida como la construcción de espacios para la interacción social, y en calidad de técnicas como la observación participante, encuestas y entrevistas promovieron el diseño estratégico de comunicación digital y planificación participativa asociada en el área cultural; por otra parte, se analizó desde un diagnóstico situacional la comunicación interna y externa de sus “stakeholders” específicos como son: el GAD Municipal, las entidades adscritas y los ciudadanos de la población urbana. Los resultados obtenidos de la propuesta estratégica comunicacional, han respondido a los métodos científicos citados de fuentes</p>			

estructuradas y no estructuradas de información, demostrando así la capacidad de haber generalizado el modelo estratégico comunicacional de la participación ciudadana y prácticas culturales en la población local.

ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0987654321	E-mail: victor.cuadrado@cu.ucsg.edu.ec
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):	Nombre: Directora: Dra. Irene Trelles Rodríguez	
	Asistente: Ing. Sindy Murillo	
	Teléfono: 0999358806	
	E-mail: maestria.periodismo.comunicacion@cu.ucsg.edu.ec	
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA		
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):		
Nº. DE CLASIFICACIÓN:		
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		