



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL
E INFORMÁTICA**

CARRERA DE COMUNICACIÓN

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

TEMA:

**COMUNICACIÓN POPULAR EN ÁREAS RURALES DISPERSAS Y SUS DINÁMICAS
ORGANIZATIVAS EN EL RECINTO MARCOPAMBA, PARROQUIA SAN LORENZO
EN EL AÑO 2024**

AUTOR:

CURAY ORTIZ ADAM SMITH

DIRECTORA

LIC. PILAR CHÁVEZ

GUARANDA – 2026



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL
E INFORMÁTICA**

CARRERA DE COMUNICACIÓN

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

TEMA:

**COMUNICACIÓN POPULAR EN ÁREAS RURALES DISPERSAS Y SUS DINÁMICAS
ORGANIZATIVAS EN EL RECINTO MARCOPAMBA, PARROQUIA SAN LORENZO
EN EL AÑO 2024**

AUTOR:

ADAM SMITH CURAY ORTIZ

DIRECTORA

LIC. PILAR CHÁVEZ. MGS

PARES ACADÉMICOS

LIC. RENATO VALLE. MGS

LIC. MARCELO BARRIGA MGS

GUARANDA – 2026

TEMA DEL PROYECTO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

COMUNICACIÓN POPULAR EN ÁREAS RURALES DISPERSAS Y SUS
DINÁMICAS ORGANIZATIVAS EN EL RECINTO MARCOPAMBA,
PARROQUIA SAN LORENZO EN EL AÑO 2024

AGRADECIMIENTO

Agradezco, en primer lugar, a Dios, por bendecirme con salud, perseverancia y la oportunidad de alcanzar esta meta.

A mis padres, por su guía, consejos y apoyo incondicional a lo largo de mi vida académica.

A mi pareja, por su paciencia, comprensión y respaldo emocional durante todo el proceso de elaboración de esta tesis.

A mi familia y seres queridos, por su apoyo, palabras de aliento y acompañamiento en este camino académico.

Y a mi perrito, por ser compañía fiel en las largas jornadas de estudio.

Adam Smith Curay Ortiz

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de tesis, en primer lugar, a Dios, por darme la vida, la sabiduría y la fortaleza necesaria para culminar esta etapa tan importante en mi formación profesional.

A mis padres, por su amor incondicional, por sus sacrificios y por ser el pilar fundamental en cada paso que doy.

A mi pareja, por su apoyo constante, comprensión y motivación durante este proceso.

Y a mi perrito, mi fiel compañero, que con su ternura y alegría hizo más llevaderos los días de esfuerzo y dedicación.

Adam Smith Curay Ortiz

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PARES ACADÉMICOS



UNIDAD DE TITULACIÓN/UNIDAD DE INTEGRACIÓN
CURRICULAR
CARRERA DE COMUNICACIÓN Y CARRERA COMUNICACIÓN
MODALIDAD HÍBRIDA

FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS,
GESTIÓN EMPRESARIAL
E INFORMÁTICA

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

Mgs. Pilar Chavez, Mgs Renato Valle, Mgs. Marcelo Barriga, en su orden: Directora y Pares Académicos, luego de revisar el proyecto de integración curricular en formato digital con fines de validación para acceder al título en licenciados en COMUNICACIÓN

CERTIFICAN

Que, el estudiante **Adam Smith Curay Ortiz. CI 0250019130** cumple con los parámetros establecidos por la UIC y con las exigencias académicas de la **Carrera de Comunicación.**

Guaranda, mayo 2026



Mgs. PILAR CHAVEZ
DIRECTORA



Mgs. RENATO VALLE
Par Académico



Mgs. MARCELO BARRIGA
Par Académico

DERECHOS DE AUTORÍA



**BIBLIOTECA
GENERAL**

DERECHOS DE AUTOR

Yo **Adam Smith Curay Ortiz** portador de la Cédula de Identidad No **0250019130** en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación: **COMUNICACIÓN POPULAR EN ÁREAS RURALES DISPERSAS Y SUS DINÁMICAS ORGANIZATIVAS EN EL RECINTO MARCOPAMBA, PARROQUIA SAN LORENZO EN EL AÑO 2024**, modalidad proyecto de investigación, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedo a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Adam Smith Curay Ortiz', enclosed within a large, loopy oval shape.

Adam Smith Curay Ortiz

ÍNDICE DE CONTENIDO

TEMA DEL PROYECTO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.....	II
AGRADECIMIENTO	III
DEDICATORIA	IV
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PARES ACADÉMICOS	V
DERECHOS DE AUTORÍA.....	VI
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	VII
ÍNDICE DE TABLAS	XII
ÍNDICE DE FIGURAS	XIII
INTRODUCCIÓN	1
RESUMEN.....	4
ABSTRACT	5
CAPÍTULO I.....	6
FORMULACIÓN GENERAL DEL PROBLEMA.....	6
1.1. Descripción del problema	6
1.2. Formulación del problema	7
1.3. Preguntas de investigación	7
1.3 Justificación	7
1.4. Objetivos.....	9
1.5.1 General.....	9
1.5.2 Específicos.....	9

1.6. Idea a defender	9
1.7. Categorías	9
CAPÍTULO II.....	10
MARCO TEÓRICO.....	10
2.1. Antecedentes	10
2.2. Marco Científico	15
2.2.1. Comunicación popular	15
2.2.2. Dinámicas organizativas.....	25
2.3. Marco Conceptual	33
2.3.1 Comunicación.....	33
2.3.2 Persona / individuo	34
2.3.3 Comunicación popular	35
2.3.4 Área rural dispersa	36
2.3.5 Interacción social	36
2.3.6 Dinámica social	37
2.3.7 Interacción comunicacional.....	38
2.3.8 Características de la comunicación popular.....	38
2.3.9 Comunicación popular en zonas rurales dispersas	39
2.3.10 Medios de comunicación populares o comunitarios.....	40
2.3.11 Canales de comunicación	41
2.3.12 Brecha digital en zonas dispersas.....	42
2.3.13 Organización comunitaria	43
2.3.14 Organización social.....	43

2.3.15 Dinámicas organizativas comunitarias	44
2.3.16 Comunidad	44
2.3.17 Comunitario.....	45
2.3.17 Identidad.....	45
2.3.18 Cultura	46
2.3.19 Identidad cultural	47
2.3.20 Tradición	47
2.3.21 Minga como sistema de organización	47
2.4. Marco Legal	48
2.4.1 Constitución de la República del Ecuador.....	48
2.4.2 Ley Orgánica de Comunicación	49
2.4.3 Código Orgánico de Organización Territorial	50
2.5. Marco Goerreferencial.....	51
CAPÍTULO III	52
METODOLOGÍA	52
3.1. Tipo de Investigación	52
3.1.1 Descriptiva	52
3.1.2 Exploratoria.....	52
3.1.3 De campo	52
3.2. Enfoque de la investigación	53
3.2.1 Mixto	53
3.3. Métodos de investigación	54
3.3.1 Inductivo	54

3.3.2 Deductivo.....	54
3.4. Técnicas e instrumentos de recopilación de datos	54
3.4.1 Encuesta	54
3.4.2 Entrevista	55
3.5. Universo, Población y Muestra.....	55
3.5.1 Población.....	55
3.5.2 Muestra	55
3.6. Procesamiento de la información	57
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	58
4.1 Análisis, Interpretación de Resultados	58
4.1.1 Encuesta	58
4.1.2 Entrevista a expertos de comunicación	71
4.1.3 Entrevistas a dirigentes representativos en la comunidad y parroquia	76
4.2 Discusión de resultados	80
CONCLUSIONES	82
RECOMENDACIONES	83
CAPÍTULO V. PROPUESTA.....	84
5.1 Tema.....	84
5.2 Antecedente de la propuesta	84
5.3 Justificación de la propuesta.....	85
5.4 Objetivo de la propuesta.....	86
5.4.1 Objetivo General.....	86

5.4.2 Objetivos Específicos.....	87
5.5 Desarrollo de la propuesta.....	87
5.5.1 Página oficial de Facebook.....	87
5.5.2 Grupo de WhatsApp.....	95
5.5.3 Tablero Informativo Comunitario tipo Semáforo.....	99
5.5.4 Estrategia de Información Cara a Cara.....	101
BIBLIOGRAFÍA.....	103
ANEXOS.....	116
Anexo 1: Pasos para la ejecución de tesis.....	116
Anexo 2: Evidencias de revisión de tesis a tutor y pares de mi tema de tesis.....	122

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Edad de los participantes	58
Tabla 2 Género de los participantes.....	59
Tabla 3 Nivel de educación.....	60
Tabla 4 Ocupación principal	61
Tabla 5 Canales de comunicación utilizados en la comunidad	62
Tabla 6 Nivel de suficiencia de la información difundida a través del grupo de WhatsApp comunitario	63
Tabla 7 Tipo de información que la comunidad desea recibir con mayor frecuencia	64
Tabla 8 Participación de la población en mingas comunitarias	65
Tabla 9 Principales dificultades para la participación en mingas y reuniones comunitarias	66
Tabla 10 Percepción sobre la necesidad de mejorar el sistema de comunicación comunitario.....	67
Tabla 11 Interés de la comunidad en la implementación de un medio de comunicación adicional	68
Tabla 12 Medio de comunicación considerado más útil por la comunidad.....	69
Tabla 13 Disposición de la comunidad para colaborar en la gestión de un nuevo medio de comunicación comunitario.....	70
Tabla 14 Análisis cualitativo comparativo de las respuestas a las entrevistas	74
Tabla 15 Análisis cualitativo de la entrevista al presidente de la Junta Parroquial de San Lorenzo	77
Tabla 16 Análisis cualitativo de la entrevista al presidente del recinto Marcopamba	79

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2 Tipos de sistemas según jerarquía de conceptos.....	30
Figura 3 Ubicación del recinto Marcopamba	51
Figura 4 Paso 1 creación de la página de Facebook	89
Figura 5 Paso 2 Configuración de la página de Facebook	90
Figura 6 Paso 3 Diseño de identidad de la página de Facebook	91
Figura 7 Paso 4 Modelo de banner informativos para la página de Facebook.....	91
Figura 8 Paso 5 Capacitación comunitaria en el uso de la página de Facebook y diseño	92
Figura 9 Paso 6 Modelo de afiches impresos	93
Figura 10 Paso 7 Diseño de material promocional e identidad gráfica	94
Figura 11 Paso 8 Elaboración y publicación de notas	94
Figura 12 Paso 1 Creación del grupo	97
Figura 13 Paso 2 Configuración del canal de WhatsApp	98
Figura 14 Paso 3 Difusión del enlace del canal.....	99
Figura 15 Visita y observación del recinto Marcopampa	116
Figura 16 Recorrido por espacios comunitarios	117
Figura 17 Identificación del lugar de concentración comunitaria	118
Figura 18 Diálogo con habitantes del sector urbano.....	119
Figura 19 Entrevista al presidente de la Junta Parroquial de San Lorenzo	119
Figura 20 Entrevista al presidente del recinto Marcopampa.....	120

Figura 21 Diálogo con moradores del recinto Marcopampa.....	120
Figura 22 Reunión de socialización de estrategias comunicacionales en el recinto Marcopamba.....	121

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Edad de los participantes	58
Gráfico 2 Género de los participantes.....	59
Gráfico 3 Nivel de educación.....	60
Gráfico 4 Ocupación principal	61
Gráfico 5 Canales de comunicación utilizados en la comunidad	62
Gráfico 6 Nivel de suficiencia de la información difundida a través del grupo de WhatsApp comunitario	63
Gráfico 7 Tipo de información que la comunidad desea recibir con mayor frecuencia	64
Gráfico 8 Participación de la población en mingas comunitarias	65
Gráfico 9 Principales dificultades para la participación en mingas y reuniones comunitarias	66
Gráfico 10 Percepción sobre la necesidad de mejorar el sistema de comunicación comunitario.....	67
Gráfico 11 Interés de la comunidad en la implementación de un medio de comunicación adicional	68
Gráfico 12 Medio de comunicación considerado más útil por la comunidad	69
Gráfico 13 Disposición de la comunidad para colaborar en la gestión de un nuevo medio de comunicación comunitario	70

INTRODUCCIÓN

La comunicación en Latinoamérica atravesó etapas de transformación, se consolidó en las décadas de 1960 - 1970 como un campo vinculado a los procesos de desarrollo y democratización, se amplió en los años 1980 - 1990 con aportes de movimientos sociales (Barbero, 2024). Con la llegada del siglo XXI la globalización y la revolución tecnocultural situaron a la comunicación como un eje central de las transformaciones sociales, culturales y económicas, ya que impulsaron nuevas formas de producción y circulación simbólica (Cruz, 2021).

Desde esta perspectiva, la trayectoria histórica de la comunicación permite reconocer que estudiar los canales y las barreras comunicacionales en el recinto Marcopamba implica comprender a la comunicación popular como un proceso dinámico y vivo, capaz de articular saberes locales, preservar la memoria colectiva y fortalecer la participación comunitaria en especial en áreas rurales dispersas, donde las relaciones sociales se estructuran alrededor de redes de confianza.

La comunicación popular se fundamenta en enfoques vinculados al concepto de ciudadanía, reúne prácticas comunicacionales orientadas a la transformación social, impulsadas por organizaciones de base que buscan ampliar derechos y promover una comunicación liberadora donde el pueblo es protagonista (Krohling, 2024). Otro enfoque corresponde a la comunicación para el desarrollo y el cambio social, surgida de la reformulación de las teorías clásicas de comunicación y desarrollo, que propone impulsar cambios deseables en contextos de ruralidad mediante procesos participativos (Vinelli, 2023).

Ambas perspectivas de la comunicación popular, aún vigentes en América Latina y Europa, comparten el interés por fortalecer la participación comunitaria y considerar la comunicación como herramienta de transformación colectiva (Krohling, 2024). La comunicación popular se concibe entonces, como un proceso social orientado a disputar sentidos, fortalecer la participación ciudadana y visibilizar las voces históricamente marginadas (Monteros, 2025).

En el contexto del recinto Marcopamba, estos enfoques de la comunicación popular adquieren especial relevancia porque permiten comprender cómo las prácticas comunicacionales locales facilitan la circulación de información, fortalecen la participación ciudadana y la organización comunitaria. La figura de ciudadanía se evidencia en la organización comunitaria para expresar necesidades y mantener sus voces activas, mientras que el enfoque de comunicación para el desarrollo se refleja en los esfuerzos participativos que buscan mejorar las dinámicas organizativas.

En el mismo sentido, las dinámicas organizativas en las comunidades rurales dispersas responden a estructuras colectivas que buscan garantizar la cohesión social, la resolución de problemas comunes y la sostenibilidad territorial. Estas dinámicas según Monteros (2025) incluyen prácticas como la minga, las asambleas y la participación en comités, entendidas como actividades operativas y procesos sociales donde se construyen identidades, se fortalecen liderazgos y se articulan acciones colectivas

Bajo este contexto, la investigación se desarrolla en el recinto Marcopamba, ubicado en la parroquia San Lorenzo del cantón Guaranda, provincia Bolívar, un territorio rural disperso donde la organización comunitaria se sostiene mediante la cooperación, las mingas y la participación vecinal. A pesar de mantener prácticas colectivas tradicionales, la comunidad enfrenta limitaciones asociadas a la falta de medios de comunicación, lo que repercute en la coordinación de actividades, la toma de decisiones y la participación de todos sus miembros, en especial de aquellos que no residen de forma permanente en el sector.

El capítulo I de esta investigación presenta la formulación del problema, acompañado de su planteamiento, preguntas de investigación, objetivos generales y específicos, la hipótesis y las variables del estudio. En el capítulo II se desarrolla el marco teórico, donde se abordan los conceptos y fundamentos que sustentan las variables de la investigación y su relación con el contexto rural estudiado. El capítulo III expone la metodología aplicada, se detalla el enfoque, diseño, población, métodos y técnicas utilizadas para obtener y analizar los datos.

El capítulo IV contiene los resultados del proceso investigativo, donde se describe el análisis de las encuestas aplicadas a los habitantes del recinto; el capítulo V presenta la propuesta derivada del estudio, orientada a fortalecer la comunicación popular y la organización comunitaria en Marcopamba y, para finalizar se incluyen las conclusiones, recomendaciones y referencias bibliográficas que cierran el trabajo de investigación.

RESUMEN

La comunicación popular constituye un pilar fundamental para la cohesión social en territorios donde la distancia geográfica desafía la integración comunitaria, es por ello que, el objetivo del estudio fue reconocer a la comunicación popular como potencial actor para la dinamización organizativa en el área rural dispersa, recinto Marcopamba. La metodología aplicada fue de tipo descriptiva, exploratoria y de campo, se empleó la técnica de la encuesta y la entrevista.

El resultado de las encuestas aplicadas a 171 personas del recinto Marcopamba refleja que el canal de comunicación más utilizado es el grupo de WhatsApp, este medio tiene gran relevancia debido a la dispersión geográfica de la población, sin embargo, el 44% de las personas encuestadas en el recinto indica que no suficiente la información entregada. Las entrevistas a expertos comunicacionales coinciden en que los canales comunitarios deben construirse a partir de un diagnóstico social y cultural del territorio, mientras que, en las entrevistas realizadas a los líderes de la comunidad y la parroquia se señala que la deficiente difusión de información comunitaria afecta la participación en mingas y el cumplimiento oportuno de obligaciones.

Con base a los resultados obtenidos se propuso diseñar estrategias de comunicación popular para fortalecer información y participación de los habitantes del recinto Marcopamba como página de Facebook, canal de WhatsApp, tablero informativo e información cara a cara. Se concluye que la comunidad depende del grupo de WhatsApp como medio central de difusión, mientras que otros canales como la comunicación de boca en boca, la radio, las redes sociales y los carteles tienen un alcance menor, además, se evidencian una alta predisposición comunitaria y apoyo institucional para implementar estrategias de comunicación popular que fortalezcan la transmisión de información y la participación ciudadana

Palabras clave: Área rural, comunicación popular, comunidad, estrategias

ABSTRACT

Community communication is a fundamental pillar for social cohesion in territories where geographical distance challenges community integration. Therefore, the objective of this study was to recognize community communication as a potential driver of organizational development in the dispersed rural area of Marcopamba. The methodology employed was descriptive, exploratory, and field-based, utilizing surveys and interviews.

The results of surveys administered to 171 residents of Marcopamba indicate that the most frequently used communication channel is the WhatsApp group. This medium is highly relevant due to the geographical dispersion of the population; however, 44% of those surveyed in the area indicated that the information provided was insufficient. Interviews with communication experts concurred that community channels should be developed based on a social and cultural assessment of the territory. Meanwhile, interviews with community and parish leaders revealed that the inadequate dissemination of community information negatively impacts participation in community work projects (mingas) and the timely fulfillment of obligations.

Based on the results obtained, strategies for community-based communication were proposed to strengthen information dissemination and participation among the residents of the Marcopamba community. These strategies included a Facebook page, a WhatsApp group, a bulletin board, and face-to-face communication. The study concluded that the community relies on the WhatsApp group as its primary means of communication, while other channels such as word-of-mouth, radio, social media, and posters have a lesser reach. Furthermore, a high level of community willingness and institutional support for implementing community-based communication strategies to strengthen information sharing and citizen participation was evident.

Keywords: Rural area, community communication, community, strategies

CAPÍTULO I

FORMULACIÓN GENERAL DEL PROBLEMA

1.1. Descripción del problema

Las debilidades internas de las organizaciones comunitarias como el desconocimiento de funciones, baja participación y ausencia de estrategias comunicativas limitan la capacidad de los colectivos rurales para consolidar liderazgos, coordinar acciones y sostener procesos de gestión territorial (Jiménez, 2023). Esta problemática se refleja también en el recinto Marcopamba ubicado en la parroquia San Lorenzo del cantón Guaranda, provincia de Bolívar donde, a pesar del fuerte sentido comunitario y capital organizativo, enfrenta serias dificultades para difundir información de manera oportuna y equitativa debido a la ausencia de medios de comunicación formales y adecuados al contexto rural.

Por otra parte, la puesta en marcha de la comunicación popular en áreas rurales dispersas es insuficiente y poco articulada con las dinámicas organizativas y evidencia la necesidad de fortalecer sus mecanismos para garantizar que las comunidades ejerzan una comunicación participativa y estratégica (Monteros, 2025). El recinto Marcopamba se caracteriza por su organización basada en la cooperación, toma de decisiones colectivas y mantenimiento de tradiciones mediante reuniones y mingas, la comunicación no está fortalecida como herramienta estratégica y esto dificulta la participación equitativa y limita la construcción colectiva de soluciones.

En el mismo sentido, el área rural dispersa enfrenta múltiples carencias que afecta de forma directa su comunicación como la limitada infraestructura tecnológica, falta de especialistas comunicacionales e incluso barreras culturales que restringen la adopción de nuevos medios (Centurión, 2024). En esta área la comunicación funciona de manera distinta y requiere modelos inclusivos que consideren las condiciones tecnológicas y socioculturales de la audiencia; como resultado, muchas comunidades dependen de canales informales, información tardía y tienen escasa participación (Vallejo & Villalba, 2020).

Este planteamiento se vincula con la realidad del recinto Marcopamba, donde la comunicación se realiza de forma oral durante reuniones presenciales y mediante afiches, esto excluye a quienes poseen terrenos en la comunidad, pero viven en zonas urbanas y no pueden asistir con frecuencia. Como resultado se generan problemas de participación, descoordinación en actividades esenciales como el mantenimiento de caminos, la gestión del agua o la organización de mingas y una limitada articulación entre sus miembros.

Esta situación evidencia la problemática del sector y la urgencia de analizar cómo la comunicación popular puede fortalecer las dinámicas organizativas en Marcopamba, promover estrategias inclusivas, participativas y culturales pertinentes que permitan mejorar la difusión de información, consolidar la participación comunitaria y potenciar la gestión colectiva dentro y fuera del territorio.

1.2. Formulación del problema

¿Cómo influye la comunicación popular dentro de las dinámicas organizativas en el área rural dispersa, recinto Marcopamba?

1.3. Preguntas de investigación

- ¿Cómo se informan actualmente los habitantes del recinto Marcopamba sobre las actividades comunitarias?
- ¿Qué relación existe entre las limitaciones en el acceso a información y los niveles de participación comunitaria en el recinto Marcopamba?
- ¿Qué tipo de información demandan con mayor frecuencia los habitantes del recinto Marcopamba?
- ¿Qué medio de comunicación comunitario es considerado más útil por los habitantes del recinto Marcopamba?

1.3 Justificación

La presente investigación es importante porque aborda la problemática central en el recinto Marcopamba enfocada en la dificultad en el manejo de la comunicación e

información oportuna y adecuada que permita sostener sus procesos organizativos. Este estudio se justifica porque permite comprender cómo las limitaciones comunicacionales afectan la participación comunitaria, coordinación de actividades y se orienta a identificar alternativas que respondan a las características culturales y territoriales del recinto.

La relevancia académica radica en la contribución a fortalecer el campo de la comunicación popular desde un enfoque territorial y rural, donde las condiciones geográficas y sociales plantean desafíos particulares. Tal como lo menciona Krohling, (2024), la comunicación en espacios rurales dispersos requiere modelos que reconozcan sus condiciones socioculturales y la centralidad de la participación colectiva para la transformación social.

En cuanto al aporte social, este estudio busca generar una propuesta que fortalezca el tejido comunitario, mejoren la inclusión informativa y promuevan la participación activa de todos los habitantes, incluyendo aquellos que viven fuera del territorio, pero mantienen vínculos con él. Con ello, se impulsa un ejercicio más equitativo del derecho a la información y se brindan insumos para fortalecer la organización, la participación y el sentido de pertenencia dentro del recinto Marcopamba.

El aporte práctico se visibiliza en el diseño de estrategias comunicacionales populares acorde a las características sociales, culturales y geográficas del recinto Marcopamba, estas estrategias sirven para mejorar la coordinación de mingas, reuniones, actividades productivas y la gestión de servicios comunitarios. Como señala Centurión (2024), los territorios rurales requieren mecanismos acordes a su contexto para evitar la exclusión informativa, potenciar la participación, dinamizar la interacción comunitaria y promover una comunicación más eficiente.

Además, los principales beneficiarios son los habitantes del recinto Marcopamba, sus dirigentes y los propietarios de terrenos que residen en la ciudad, quienes podrán acceder a información oportuna y participar de manera más activa en la toma de decisiones comunitarias. También se benefician las organizaciones locales que buscan

fortalecer la gobernanza comunitaria, ya que contarán con una estructura comunicacional más clara y funcional para coordinar acciones y promover una mayor participación.

1.4.Objetivos

1.5.1 General

- Reconocer a la comunicación popular como potencial actor para la dinamización organizativa en el área rural dispersa, recinto Marcopamba

1.5.2 Específicos

- Identificar los canales de comunicación utilizados en el recinto Marcopamba
- Describir las principales barreras de comunicación comunitarias que dificultan la participación y difusión de información local entre los habitantes de la parroquia y la población en general.
- Establecer estrategias de comunicación popular que mejoren la transmisión de información y la participación activa de sus habitantes.

1.6. Idea a defender

Al implementar estrategias de comunicación efectivas, en el recinto Marcopamba mejorará la interacción de todos los habitantes y fortalecerá la organización comunitaria. Al promover el uso de medios digitales efectivos para facilitar el acceso a información relevante y coordinación de actividades. Esto permitirá a la comunidad gestionar mejor sus recursos, participará activamente en decisiones colectivas y adquirir habilidades tecnológicas que beneficien su desarrollo integral.

1.7. Categorías

1. Comunicación popular
2. Dinámicas organizativas

CAPÍTULO II.

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

La investigación de Cusihuamán et al. (2021) titulada: Estrategias de comunicación rural en la Municipalidad de Languí, Cusco-Perú tuvo como objetivo identificar las carencias en las estrategias de comunicación en dicha municipalidad distrital rural en el sur del Perú. El estudio se abordó desde un enfoque descriptivo, con una metodología cuali-cuantitativa, de diseño no experimental y de corte transversal. Los resultados evidenciaron que se trata de un territorio con características multiétnicas, en el cual se aplican propuestas comunicacionales que incluyen mensajes como en los canales y medios utilizados, lo que genera debilidades en la orientación y efectividad de la información difundida, en consecuencia, las disposiciones emitidas por los niveles municipal, regional y nacional no logran llegar de manera adecuada a la población. El estudio concluye que resulta necesario replantear las estrategias de comunicación rural bajo un enfoque democrático, participativo e innovador.

En este sentido, el aporte de este antecedente a la presente investigación radica en que permite comprender cómo la falta de estrategias de comunicación limita la participación comunitaria y la difusión efectiva de la información en zonas rurales. Desde esta perspectiva, el estudio sustenta la necesidad de diseñar estrategias de comunicación popular en el recinto Marcopamba, orientadas a fortalecer los canales comunitarios.

La investigación desarrollada por Barrera (2024) en Colombia titulado La comunicación popular comunitaria como eje de liderazgo y fortalecimiento comunitario, tuvo como objetivo analizar el papel de la comunicación popular comunitaria en el fortalecimiento del liderazgo y la organización social, a partir de la experiencia del medio comunitario Viviendo Santa Elena. La investigación se abordó desde una perspectiva transdisciplinar, con un enfoque cualitativo donde se reconoció las formas y estrategias que emplean las comunidades para su fortalecimiento. Los

resultados evidencian que la comunicación popular comunitaria actúa como un motor de liderazgo y participación porque genera capacidades colectivas y promueve procesos de organización social acordes a las dinámicas del contexto. Se concluye que los medios creados y gestionados por las propias comunidades fortalecen las redes de apoyo, favorecen la expresión descentralizada de problemáticas locales y contribuyen a la construcción de una conciencia colectiva, esto permite la resistencia frente a modelos comunicacionales centralizados y fortalece los procesos de participación y acción comunitaria.

Este estudio es importante porque evidencia que la comunicación popular comunitaria, materializada a través de medios gestionados desde y para la comunidad, constituye un factor para el fortalecer del liderazgo, participación y organización social, lo cual es esencial para el diseño de estrategias de comunicación popular en el recinto Marcopamba, porque se demuestra que los medios comunitarios promueven capacidades colectivas, redes de apoyo y procesos participativos acordes a las dinámicas territoriales rurales.

Para Centurión (2024) en su estudio denominado: Comunicación en zonas despobladas: Revisión sistemática de la literatura, tuvo como objetivo identificar las principales líneas de investigación sobre comunicación en territorios despoblados. La metodología aplicada fue PRISMA para asegurar rigurosidad en la selección, evaluación y actualidad de las fuentes, se analiza publicaciones entre 2018 y 2023. Los resultados muestran que la comunicación en zonas despobladas debe abordarse desde la comunicación participativa y la innovación social, además, es importante la participación comunitaria, el desarrollo de infraestructuras tecnológicas sostenibles, la formación en competencias digitales y la relevancia de fomentar contenidos culturalmente apropiados. Las políticas actuales son insuficientes para atender las necesidades comunicacionales de estos territorios. Se concluye que es urgente fortalecer las políticas públicas relacionadas con la comunicación en zonas despobladas y adaptar las estrategias comunicacionales a las particularidades de estos contextos rurales.

Por lo tanto, estos resultados aportan a la presente investigación porque proporciona un marco teórico actualizado sobre las brechas y oportunidades en los territorios rurales, lo que permite sustentar la pertinencia de analizar la comunicación comunitaria como un mecanismo para el fortalecimiento organizativo y la participación social en contextos con limitaciones estructurales.

En la investigación realizada por Vallejo & Villalba (2020) sobre los Desafíos de la comunicación popular y comunitaria en Ecuador. La experiencia de ALER, se buscó identificar la ideología y el discurso que orientan su labor como red de comunicación popular, analiza su trayectoria y su impacto social a través de producciones radiofónicas. La metodología con enfoque cualitativo e interpretativo examinó la percepción comunitaria y el rol de la organización en sus 48 años de trabajo. Los resultados muestran que ALER se reconoce como un medio popular comprometido con la defensa de derechos, la organización social y la visibilización de problemáticas como territorio, medio ambiente y migración. Se concluye que su labor fortaleció procesos comunitarios y la formación crítica de audiencias, aunque persisten desafíos para equilibrar su función educativa con la necesidad de adaptarse a nuevas formas de comunicación sin perder su enfoque popular e intercultural.

A partir de lo expuesto por el autor, su estudio es un insumo importante porque evidencia cómo los medios de comunicación popular fortalecen procesos organizativos y la construcción de ciudadanía, al mismo tiempo, ofrece un referente para analizar el papel de la comunicación en comunidades rurales que buscan consolidar identidad, participación y capacidad de incidencia.

Para Monteros (2025) en su estudio: Las prácticas de comunicación popular y los repertorios de contienda en las dinámicas organizativas y la formación de liderazgos al interior de los movimientos indígenas juveniles del norte de Pichincha, tuvo como objetivo analizar cómo las prácticas de comunicación popular se articulan con los repertorios de contienda y aportan a la construcción identitaria y política de los colectivos. El estudio adoptó un enfoque cualitativo sustentado en entrevistas, análisis semántico y cruce de categorías teóricas. Los resultados muestran que la comunicación

popular es un eje central en la vida organizativa de los colectivos juveniles indígenas, pues opera como una práctica cultural, política y simbólica que fortalece la cohesión interna, dinamiza la participación juvenil y sostiene procesos de resistencia y reivindicación territorial. En sus conclusiones, el estudio determina que la comunicación popular impulsa la construcción de identidades colectivas, fomenta la acción transformadora en el territorio para el cambio social y el fortalecimiento organizativo.

En relación con ello, la investigación de Montero (2025) es pertinente porque ofrece fundamentos teóricos y empíricos sobre cómo la comunicación popular se integra en las dinámicas organizativas y en la construcción de liderazgos locales, elementos esenciales para comprender los procesos participativos en comunidades rurales y su capacidad de transformación social.

Jiménez (2023) en su investigación sobre: Comunicación Comunitaria y la Gestión Organizacional en los Comités Rurales de Samborondón analizó cómo se desarrolla la comunicación comunitaria y su relación con la gestión organizacional, con el propósito de fortalecer las estrategias comunicativas existentes. La metodología del estudio fue de tipo no experimental, descriptivo y tuvo como población a los miembros de los 23 comités rurales del recinto Boca de Caña del cantón Samborondón., siendo la muestra un total de 230 representantes a quienes se aplicó una encuesta para la recolección de datos. Los resultados evidenciaron debilidades en la comunicación comunitaria en especial en el desconocimiento de funciones por parte de los miembros de los comités, lo que refuerza la necesidad de diseñar estrategias comunicacionales más efectivas. Se concluye que el estudio aporta al campo académico y motiva a profundizar en la realidad de las comunidades rurales del Ecuador, con el fin de visibilizar sus derechos y contribuir al mejoramiento de su calidad de vida.

En consecuencia, el estudio antes mencionado aporta a la presente investigación porque permite comprender cómo la comunicación comunitaria influye en el funcionamiento interno de las organizaciones rurales, ofrece también elementos conceptuales y

empíricos para analizar las dinámicas organizativas y proponer estrategias que fortalezcan la participación y la cohesión comunitaria.

En la provincia Bolívar se destaca la investigación de Bayas & Duche (2024) titulada La comunicación comunitaria en la percepción de la cultura Kichwa en la comunidad de Surupukyu, cantón Guaranda, donde su objetivo fue analizar la incidencia de la comunicación comunitaria en la percepción y valoración de la cultura Kichwa. La metodología tuvo un enfoque exploratorio mixto, se empleó técnicas como entrevistas, encuestas y observación. Los resultados evidencian que los distintos espacios y medios de comunicación comunitaria, como las reuniones, la radio comunitaria y las redes sociales, influyen en la percepción cultural de la comunidad, además, se formuló una propuesta para implementar diversos medios de comunicación comunitaria que faciliten la difusión de información relevante. Se concluye que existen oportunidades para fortalecer la comunicación comunitaria orientada a la promoción cultural, junto con desafíos relacionados con el acceso desigual a la tecnología, la escasez de recursos y la necesidad de capacitación en procesos comunicacionales.

Desde esta perspectiva, el aporte de este antecedente reside en que permite comprender la importancia de la comunicación popular como un elemento esencial para fortalecer la identidad cultural, participación social y circulación de información en contextos rurales. Este estudio sustenta la pertinencia de implementar estrategias de comunicación popular en el recinto Marcopamba, orientadas a diversificar los canales de comunicación, reducir las brechas informativas y promover una comunicación inclusiva y participativa.

2.2. Marco Científico

2.2.1. Comunicación popular.

Origen de la comunicación popular

Desde una perspectiva personal la comunicación popular se entiende un proceso colectivo de intercambio de saberes, experiencias y realidades entre los miembros de una comunidad con especial enfoque en contextos rurales; es decir, implica participación activa, diálogo horizontal para fortalecer la organización social e identidad cultural. Por ello, la comunicación popular es una herramienta importante para visibilizar las necesidades, problemáticas y aspiraciones de los sectores rurales.

En este marco, se argumenta que:

La comunicación popular se estudia dentro de la escuela latinoamericana de comunicación misma que surge como crítica a los modelos tradicionales de comunicación de masas y plantea una comunicación participativa vinculada a los sectores populares, dicha corriente se interesa en analizar las estructuras sociales, relaciones de poder y cultura presentes en los procesos comunicativos (Acevedo et al., 2023, p. 412).

Cabe indicar que, en América Latina existen cerca de 10 mil radios comunitarias; Perú lidera en número, seguido por Ecuador, Bolivia y Brasil, esto permite comprender cómo el Ecuador se posiciona como uno de los países referentes en el uso de la radio como herramienta de comunicación popular y adopta iniciativas orientadas al desarrollo social (Vallejo & Villalba, 2020).

Comunicación popular en el país

La comunicación popular en el Ecuador en particular en la provincia de Bolívar es una práctica viva que nace desde las comunidades y responde a sus propias realidades sociales y culturales, en estos territorios rurales y dispersos, la comunicación se

construye a través de espacios comunitarios como asambleas, mingas, radios comunitarias locales y el diálogo cotidiano entre sus habitantes.

Ante este escenario, Vallejo & Villalba (2020) menciona que, la comunicación popular en Ecuador se consolidó como una herramienta de educación y organización social que permitió fortalecer procesos comunitarios, en especial en sectores rurales e indígenas, además, la comunicación popular se vincula con procesos organizativos y movimientos sociales que buscaban transformar la realidad social

Por tal razón, autores señalan que:

En ciudades ecuatorianas la comunicación comunitaria constituye una herramienta para promover la participación ciudadana y fortalecer el control social sobre las instituciones públicas ya que facilita el intercambio de información entre la ciudadanía y las autoridades. No obstante, existe limitaciones dentro de las organizaciones comunitarias como la falta de capacitación en temas comunicacionales, baja producción de contenidos y debilidades en la gestión de los procesos comunicativos, factores que disminuyen el impacto de estas iniciativas en la participación social (Chica & Viteri, 2022, p. 119).

En este sentido, las radios comunitarias son espacios fundamentales donde las comunidades expresan sus necesidades, problemáticas y aspiraciones, al mismo tiempo que fortalecen su identidad cultural y formas propias de organización social. Estos medios representan herramientas para promover la participación social en Ecuador donde los medios tradicionales no reflejan las realidades y voces de los sectores populares, por ello, la comunicación comunitaria contribuye a generar procesos más participativos dentro de las comunidades como en el recinto Marcopamba.

2.2.1.1. Teorías

Teoría de la comunicación participativa

Planteada por autores como Paulo Freire y Mario Kaplún esta teoría propone una comunicación horizontal basada en el diálogo y participación comunitaria donde los receptores se convierten en sujetos activos del proceso comunicativo.

Por una parte, el autor Freire (1970) plantea que la comunicación está vinculada a la educación liberadora y al diálogo; afirma que no existe comunicación verdadera sin diálogo, y que este debe basarse en el respeto, la escucha y la construcción colectiva del conocimiento. El autor destaca que los procesos comunicativos deben partir de la realidad y la cultura de los pueblos, permitir que las comunidades reconozcan su identidad, reflexionen sobre su contexto y actúen para transformarlo, de esta forma, la comunicación se convierte en una herramienta de empoderamiento social y participación ciudadana.

La teoría de la comunicación participativa propuesta por Paulo Freire plantea que el verdadero proceso comunicativo se basa en el diálogo horizontal entre las personas; este diálogo surge de una relación de igualdad entre los participantes, donde intervienen valores como el respeto, confianza, esperanza y humildad. En esta interacción los individuos comparten ideas, reflexionan de manera crítica y construyen conocimiento de forma conjunta, por el contrario, cuando la comunicación se establece de manera vertical, donde una persona impone sus ideas sobre otra, se produce el antidiálogo. Por ello, la comunicación participativa promueve relaciones horizontales que permiten la construcción colectiva del conocimiento y fortalecen los procesos de interacción social (Buraschi & Oldano, 2022, p. 406).

La comunicación popular se fundamenta en el diálogo como elemento central de los procesos educativos y sociales, mencionado diálogo es una práctica que integra acción, reflexión que permite la transformación de la realidad y humanización de las personas;

desde esta perspectiva, el conocimiento se construye de forma colectiva y participativa (O. Martínez et al., 2025).

Asimismo, Freire plantea que:

El ser humano es relacional, por lo tanto, el diálogo se convierte en una necesidad para su desarrollo donde la comunicación se construye en comunidad, además, la práctica dialógica implica una actitud crítica, reflexiva y consciente de las relaciones de poder que influyen en la sociedad; las ideas son construidas de manera colectiva desde el respeto, humildad y confianza mutua. Se distingue este tipo de comunicación horizontal del antidiálogo, que se caracteriza por relaciones verticales, autoritarias y poco críticas, que limitan la participación y no generan un verdadero proceso comunicativo, por ello, solo el diálogo genuino permite una comunicación transformadora y liberadora (O. Martínez et al., 2025, p. 28).

Asimismo, la comunicación popular participativa implica un compromiso con la transformación social, ya que informa y genera procesos de cambio desde la reflexión y la acción conjunta. Freire plantea que a través del diálogo y la participación las personas desarrollan la capacidad de analizar su realidad y cuestionar estructuras de poder para proponer soluciones desde sus propias experiencias. De esta manera, la comunicación se convierte en una herramienta liberadora que impulsa el empoderamiento comunitario y contribuye al desarrollo social desde una perspectiva más equitativa e inclusiva (Cornejo, 2022) .

En este sentido, “la comunicación deja de transformarse en un espacio horizontal de intercambio, donde todas las voces tienen valor y se rompe con modelos tradicionales dominantes, se promueve la construcción colectiva del conocimiento y fortalece la conciencia de las comunidades frente a su realidad social” (Krohling, 2024, p. 9). En este proceso, “el diálogo permite compartir ideas y transforma a los propios participantes y sus contextos culturales, por ello, la comunicación dialógica impulsa

procesos de cambio y reflexión además de solo enfocarse en transmitir información” (O. Martínez et al., 2025, p. 29).

Desde la perspectiva de Paulo Freire se menciona que:

El diálogo también consiste en escuchar de forma activa y reconocer la capacidad de las personas de aportar desde su propia experiencia, este enfoque se distancia del modelo clásico de comunicación, donde existe un emisor que transmite información a un receptor pasivo. Es así que, en la comunicación dialógica los participantes intercambian roles y generan un proceso dinámico de diálogo en el que se valoran los conocimientos académicos y los saberes populares para integrar diversas perspectivas culturales y sociales (Cornejo, 2022, p. 65).

Por otro lado, el autor Kaplún sostiene que:

la comunicación comunitaria se entiende como un acto educativo y participativo donde los sujetos dejan de ser receptores de información para convertirse en actores activos del diálogo social. Desde esta perspectiva, la comunicación implica un proceso de construcción colectiva del conocimiento, se enfatiza que el verdadero sentido de la comunicación surge de la interacción entre los participantes, intercambio de experiencias, saberes y de la reflexión compartida que permiten analizar la realidad y generar propuestas de cambio; de esta manera, la comunicación comunitaria fortalece la participación social y promueve procesos de organización y desarrollo dentro de las comunidades (Kaplún, 1998, p. 106).

Desde la perspectiva de Mario Kaplún, la comunicación popular se fundamenta en la escucha activa como punto de partida de todo proceso comunicativo y su planteamiento de que la verdadera comunicación no comienza con hablar más bien con escuchar, se resalta la importancia de comprender al otro antes de emitir un mensaje. En este sentido, la comunicación deja de ser un acto unilateral para ser en un proceso

participativo donde los sujetos son actores que construyen significados desde sus propias experiencias y contextos (G. Hernández, 2023).

Según el aporte del autor, este enfoque permite fortalecer la organización social y la conciencia crítica dentro de las comunidades, desde esta perspectiva, la comunicación cumple una función transformadora, ya que promueve la participación activa y la apropiación de los mensajes por parte de la comunidad, donde se destaca la importancia de una comunicación más democrática, participativa y liberadora.

Teoría de la democratización de la comunicación

Desarrollada por Luis Ramiro Beltrán esta teoría plantea que la comunicación es un proceso inclusivo que permite la participación de los sectores populares en la producción y circulación de información.

La comunicación es un componente esencial para el desarrollo social y consolidación de la democracia, se critica los modelos tradicionales de comunicación vertical donde la información se transmite de forma unidireccional desde los medios hacia la audiencia y en su lugar es preferible una comunicación horizontal basada en el diálogo, participación ciudadana y acceso equitativo a la información. Además, es importante construir políticas de comunicación que permitan la participación de la sociedad en los procesos comunicativos y toma de decisiones públicas, desde esta perspectiva, la comunicación es una herramienta para el cambio social, para fortalecer la democracia y desarrollo con justicia social en América Latina (Beltrán, 2014, pp. 72–75).

El autor Yupanqui (2024) cita Luis Ramiro Beltrán y Juan Díaz Bordenave como pioneros de la comunicación participativa en América Latina quienes desarrollaron sus propuestas a partir de la observación de experiencias reales de comunicación que se dieron entre 1965 y 1979 en distintos contextos latinoamericanos, en especial en comunidades rurales y organizaciones de base como las de agricultores.

Mencionados autores indican que la comunicación promueve la participación activa de la población en la toma de decisiones y construcción de conocimiento colectivo; a partir del trabajo directo con grupos organizados de la sociedad se desarrolla una visión de la comunicación vinculada al desarrollo social y a fortalecer las organizaciones comunitarias. En este sentido, se contribuye al desarrollo de la comunicación para el desarrollo y cambio social, se promueve la democratización de los procesos comunicativos en América Latina (Yupanqui, 2024, p. 124).

En América Latina la comunicación adquiere un carácter más crítico y transformador porque se vincula a procesos históricos de cambio social, en este contexto, Beltrán plantea la comunicación horizontal como una alternativa a los modelos verticales y unidireccionales para así promover las relaciones basadas en la equidad, diálogo y participación. Esta propuesta, está influenciada por corrientes pedagógicas y filosóficas de la liberación donde se busca democratizar la comunicación y contribuir al desarrollo social desde una perspectiva más inclusiva, participativa y orientada al bien común (Guerrero, 2022).

En este sentido, Luis Ramiro Beltrán citado por Guerrero (2022) menciona que:

la comunicación es un proceso de interacción social basado en el intercambio de significados entre las personas, sustentado en principios de acceso libre, igualdad, diálogo y participación, desde esta perspectiva, la comunicación es democrática y orientada a compartir experiencias de manera voluntaria, supera también los modelos tradicionales centrados en la transmisión de mensajes (Guerrero, 2022, p. 41).

Las ideas de mencionados autores trascendieron el contexto histórico y son un referente teórico para el estudio de la comunicación comunitaria, en especial en contextos rurales, sus planteamientos destacan la importancia de promover procesos comunicativos basados en el diálogo, participación e inclusión de las comunidades en la construcción de mensajes y decisiones colectivas. Desde esta perspectiva, la

comunicación fortalece la organización social y participación comunitaria en territorios rurales dispersos, en este sentido, las comunidades rurales dispersas generan espacios de intercambio de saberes, discusión y toma de decisiones que contribuyen al desarrollo local.

2.2.1.2 Modelo

Modelo de Edgar Morín

El autor Botto (2018) cita el modelo desarrollado por Edgar Morin en el año de 1994, mismo que propone comprender la realidad como un sistema dinámico donde diversos elementos interactúan, se influyen y se transforman de manera mutua, desde esta perspectiva, la comunicación dentro de una comunidad es una red de acontecimientos y retroalimentaciones que permite mantener informada y cohesionada a la sociedad, es decir, no es un proceso lineal.

En este sentido, se logra integrar diversas corrientes científicas contemporáneas en un nivel superior de articulación teórica, se mantiene al mismo tiempo la singularidad y los aportes propios de cada una. Este modelo se sustenta en avances del siglo XX, como la teoría de la comunicación, la teoría de sistemas y el desarrollo de modelos interdisciplinarios, los cuales permitieron una comprensión más completa de sistemas físicos, biológicos, antropogénicos y cósmicos (López, 1998).

El concepto de complejidad presenta una doble condición:

- a) Es un constructo teórico que busca representar la multiplicidad de conexiones y niveles implicados en cualquier fenómeno, y
- b) Surge como resultado de una determinada forma de observar la realidad, identificándose incluso con ella debido a su carácter diverso, incierto y dinámico (López, 1998).

Esta doble naturaleza implica que estudiar un proceso complejo requiere un enfoque que reconozca la coexistencia de orden, desorden, incertidumbre, retroalimentaciones

y emergencias, se entiende que la realidad social está compuesta por múltiples dimensiones que interactúan de manera simultánea (López, 1998).

Bajo esta premisa, el modelo se entiende como un entramado donde se entrelazan elementos diversos que no pueden separarse sin perder su sentido, es decir, implica la coexistencia de lo uno y lo múltiple, y se manifiesta en la red de eventos, labores, interacciones, determinaciones y azares que conforman nuestra realidad. Aunque el conocimiento busca ordenar, clarificar y eliminar la incertidumbre para comprender los fenómenos, este esfuerzo corre el riesgo de generar ceguera si excluye el desorden, la ambigüedad o la contradicción, que son dimensiones inherentes de lo complejo (Morín, 1990).

Por otro lado, los tres principios propuestos por Morin (1990), permiten comprender la complejidad desde una lógica no reduccionista.

1. Principio dialógico: Integra elementos que son de forma simultánea complementarios y opuestos, así como orden y desorden, individuo y especie, esto muestra que su interacción genera organización y vida.
2. Principio de recursividad: Rompe con la idea lineal de causa y efecto al plantear que los productos son, a la vez, productores: los individuos crean la sociedad y esta, una vez constituida, los forma y transforma, del mismo modo que los procesos biológicos se retroalimentan de forma continua.
3. Principio hologramático: Señala que en cada parte se encuentra la presencia del todo y que el todo, a su vez, está inscrito en cada parte, como ocurre con la información genética en una célula o con la manera en que la cultura social se refleja en cada individuo (Morín, 1990).

Estos tres principios se articulan entre sí y permiten pensar la realidad como un modelo dinámico y no lineal, así, en el caso de la comunicación popular en el recinto Marcopamba, la dialógica ayuda a comprender cómo conviven tensiones como la dispersión territorial y cohesión comunitaria, para generar nuevas formas de organización. La recursividad muestra que la comunicación fortalece a la organización

comunitaria y, el hologramático permite ver cómo cada familia o actor refleja valores y dinámicas del conjunto, mientras la comunidad se expresa en las prácticas comunicativas de cada parte.

Por otra parte, Rocha (2022) en su obra titulada: El campo de la comunicación participativa en América Latina, destaca la relevancia de la comunicación participativa y comunitaria en territorios rurales, periféricos y fragmentados, donde las barreras geográficas y sociales limitan el acceso a la información y dificultan los procesos de organización comunitaria. Asimismo, el autor sostiene que los medios comunitarios como las radios, medios impresos locales y espacios digitales gestionados por las propias comunidades, constituyen expresiones de comunicación popular que favorecen el diálogo interno, la articulación de la vida comunitaria y la vinculación de las poblaciones con las agendas públicas locales y regionales

El enfoque desarrollado por este autor aporta a esta investigación al permitir comprender la comunicación como un campo orientado a fortalecer la organización comunitaria, la democratización de la información y la participación activa de los actores locales. Este planteamiento sustenta la propuesta de diseñar estrategias de comunicación popular para el recinto Marcopamba, mediante una radio comunitaria online y una página informativa en Facebook, ya que ambos medios se proyectan como espacios participativos para el sector rural.

La autora Vinelli (2023) en su obra llamada: Comunicación popular y alternativa. Una revisión dialogada, concibe la comunicación popular como un proceso social, político y cultural que emerge desde las comunidades organizadas para responder a sus propias necesidades de información y participación. La autora plantea que la comunicación popular es una práctica colectiva orientada a fortalecer la organización social, identidad comunitaria, participación ciudadana y trasciende el uso instrumental de los medios. Asimismo, resalta su especial relevancia en contextos rurales, donde el acceso a la información es limitado y desigual; en estos escenarios, la comunicación comunitaria se configura como una herramienta para superar barreras geográficas, sociales y

tecnológicas, además, favorece la circulación de información pertinente y fortalece los vínculos comunitarios.

Es así que el aporte teórico aporta a este estudio al permitir comprender la comunicación popular como un proceso colectivo y participativo, desde esta perspectiva, se sustentan la necesidad de diseñar estrategias de comunicación comunitaria que respondan a las realidades de zonas rurales y dispersas, como el recinto Marcopamba, donde los canales tradicionales resultan insuficientes para garantizar una difusión de la información.

2.2.2. Dinámicas organizativas.

Dinámicas organizativas de las mingas

Las dinámicas organizativas en la zona de estudio que es el recinto Marcopamba se desarrollan de forma principal a través de las mingas que constituyen formas de cooperación comunitaria orientadas al logro de objetivos comunes, estas prácticas permiten mantener los espacios e infraestructura común y fortalecen la cohesión social, solidaridad y sentido de pertenencia entre sus habitantes. Desde un enfoque funcionalista, las mingas cumplen un papel fundamental dentro de la organización comunitaria porque contribuyen al orden social, integración de los miembros y solución de necesidades colectivas para garantizar el adecuado funcionamiento y la continuidad de la comunidad.

En este aspecto, A. Medina et al., p. (2025, p. 288) mencionan que:

Las mingas son organizadas por líderes locales que identifican y priorizan las necesidades de la comunidad, estas actividades se desarrollan a pequeña escala y permiten una participación más directa y flexible de los habitantes; sin embargo, cuando las problemáticas requieren mayor capacidad de gestión o recursos, se articulan con instituciones públicas para la ejecución de mega mingas. Este tipo de coordinación demuestra que las dinámicas organizativas

comunitarias no son estáticas y que se adaptan según la complejidad de las necesidades para integrar la autogestión y apoyo institucional.

Por otra parte, la minga constituye un espacio de construcción social donde se generan vínculos, aprendizajes y sentido de comunidad ya que, los habitantes participan en la resolución de problemas, se apropian de los espacios intervenidos, fortalecen su identidad cultural y el sentido de pertenencia. Del mismo modo, cuando la organización surge desde la propia comunidad, se consolida una participación más consciente y comprometida en beneficio de la sostenibilidad de las acciones y refuerza los lazos sociales que sostienen la vida comunitaria (Achig, 2022).

2.2.2.1. Teorías

La presente investigación se sustenta en diversas teorías que permiten comprender los fenómenos sociales desde una perspectiva integral, se tomó como base la teoría funcionalista, Teoría General de Sistemas (TGS) y el modelo de comportamiento organizacional para facilitar el análisis de las dinámicas organizativas en contextos rurales. Estas teorías permitieron entender la sociedad como un sistema compuesto por estructuras interrelacionadas, donde la interacción entre los actores, comunicación y participación cumplen un papel fundamental en el funcionamiento y desarrollo de la organización comunitaria.

Teoría funcionalista

El funcionalismo plantea que cada institución o grupo dentro de la sociedad cumple un papel delimitado que contribuye a que funcione el sistema social, por ejemplo, las organizaciones comunitarias cumplen funciones de coordinación, liderazgo, comunicación y resolución de problemas dentro de las comunidades rurales (Alsina & Estrada, 2015).

El funcionalismo descrito por Talcott Parsons plantea que la sociedad está conformada por un conjunto de estructuras que cumplen funciones específicas para mantener el equilibrio y función el sistema social; desde esta perspectiva,

las organizaciones sociales y comunitarias forman parte de ese sistema y desarrollan roles que contribuyen a la coordinación de actividades, toma de decisiones e integración de sus miembros (Camou, 2023, p. 333)

El funcionalismo entonces permite comprender que las dinámicas organizativas dentro de una comunidad se desarrollan a partir de normas y formas de interacción que orientan la actuación de sus miembros, para de esta forma, ser más cooperativos, coordinar actividades y participar todos en la toma de decisiones. En este sentido, la organización comunitaria fortalece la cohesión social y ayuda al logro de objetivos colectivos que benefician al desarrollo y bienestar de la comunidad.

Según el estudio de McMahon, p. (2024, p. 15), fue Émile Durkheimel principal referente de esta teoría, quién impulsó la consolidación de la sociología como una ciencia dedicada a explicar la cohesión social; en la división del trabajo social, señaló que las sociedades tradicionales se sostienen por una solidaridad basada en valores compartidos, mientras que las sociedades modernas se cohesionan mediante la interdependencia y la especialización de funciones.

A lo largo del desarrollo de la sociología el funcionalismo se consolidó por autores como Talcott Parsons y de manera posterior reinterpretado por Niklas Luhmann, quienes aportaron herramientas teóricas para analizar cómo las instituciones y organizaciones contribuyen a la estabilidad y continuidad de los sistemas sociales (Giordano, 2023).

De esta manera, el funcionalismo permite comprender la interrelación entre las diferentes partes de la sociedad y el papel que cada una desempeña dentro del sistema social. Luhmann también propone que la sociedad se entiende como un sistema complejo de comunicaciones en el que cada subsistema como la política, economía, educación u organizaciones sociales cumple funciones específicas que permiten la continuidad del sistema social (Giordano, 2023, p. 6).

Esta teoría sociológica reconoce a la sociedad como un sistema organizado en el que cada una de sus partes cumple una función específica orientada a garantizar su estabilidad y continuidad; desde esta perspectiva, las normas y prácticas sociales contribuyen al mantenimiento del orden social y a la integración de sus miembros. Asimismo, el funcionalismo analiza cómo las acciones colectivas como las formas de organización comunitaria, responden a necesidades sociales y favorecen el equilibrio del sistema, en especial en áreas donde la cooperación y la participación son fundamentales (H. Martínez et al., 2022).

Desde este enfoque funcionalista, la comunicación organizacional en las dinámicas organizativas se entiende como un elemento importante para el funcionamiento y la cohesión social, ya que permite coordinar acciones, fortalecer la participación y mantener el equilibrio dentro de la comunidad. En este sentido, aportes como los de Suzina (2025) destacan la importancia de analizar la comunicación organizacional en favor de la comunidad donde esta cumple una función informativa, integradora y articuladora de las dinámicas sociales.

En relación con el recinto Marcopamba la comunicación en relación a las dinámicas organizativas compone en un eje fundamental que facilita la distribución de actividades como las mingas, promueve la toma de decisiones colectivas y fortalece los vínculos entre sus miembros, de este modo, se contribuye al desarrollo y sostenibilidad de la comunidad.

Teoría general de los sistemas (TGS)

La Teoría General de Sistemas (TGS) se posiciona como un enfoque importante para el estudio de las organizaciones ya que posibilita la articulación de diversos enfoques teóricos y metodológicos; así, a partir de los planteamientos de Ludwig von Bertalanffy, la TGS se define como una perspectiva interdisciplinaria que se aplica a sistemas tanto naturales como creados por el ser humano, permite analizar a las organizaciones como sistemas complejos, dinámicos y adaptables, integrados por componentes que interactúan entre sí (Ronquillo et al., 2024).

En base a lo mencionado:

La TGS se posiciona como un enfoque importante para el estudio de las organizaciones comunitarias ya que posibilita la articulación de diversos enfoques teóricos y metodológicos; así, a partir de los planteamientos de Ludwig von Bertalanffy, la TGS se define como una perspectiva interdisciplinaria que se aplica a sistemas tanto naturales como creados por el ser humano, permite analizar a las organizaciones como sistemas complejos, dinámicos y adaptables, integrados por componentes que interactúan entre sí (Ronquillo et al., 2024, p. 72).

A partir de los planteamientos de la TGS brota la corriente sistémica, misma que aplica estos principios al estudio de fenómenos sociales y organizacionales, esta plantea que las organizaciones funcionan como sistemas sociales compuestos por diferentes elementos interrelacionados que interactúan entre sí y con su entorno, de este modo, las dinámicas organizativas son procesos de interacción, comunicación y toma de decisiones que permiten mantener el funcionamiento del grupo y adaptarse a los cambios del contexto social (Peralta, 2016).

En su desarrollo actual, la TGS ha integrado nuevos enfoques acordes con los avances tecnológicos y la complejidad de los contextos institucionales, de esta manera, reconoce que las políticas, procesos y acciones de un sistema se encuentran interrelacionados y dependen entre sí, influyendo directamente en su funcionamiento integral. Estas perspectivas facilitan la formulación de principios aplicables a distintos tipos de sistemas, ya sean naturales, artificiales o sociales, resaltando elementos como los límites, la retroalimentación, la jerarquía, la dinámica interna y la capacidad de adaptación (Cathalifaud & Osorio, 1998).

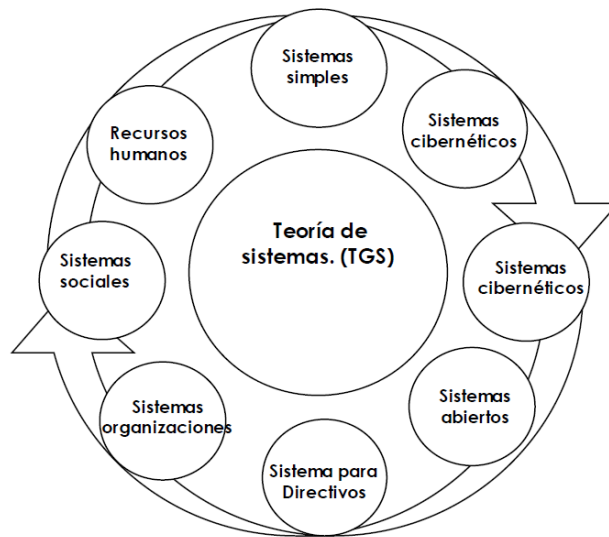
En el marco de la TGS, los sistemas se clasifican en diferentes tipos según sus características y funciones, entre ellos:

Sistemas simples que tienen pocos elementos y relaciones sencillas; sistemas cibernéticos que se basan en la retroalimentación; sistemas abiertos que

interactúan con el entorno; sistemas organizacionales que son estructuras donde hay roles, normas y coordinación; sistemas sociales que están formados por personas, relaciones, cultura y comunicación, recursos humanos que se refiere al papel de las personas dentro del sistema; y, sistema para directivos que se relaciona con liderazgo y toma de decisiones (Andrade et al., 2024, p. 390).

Figura 1

Tipos de sistemas según jerarquía de conceptos



Nota: Tomado a partir de (Andrade et al., 2024)

Bajo esta perspectiva, la TGS se convierte en un marco integrador que respalda la planificación y gestión de sistemas complejos, como los de carácter social, al proporcionar herramientas para comprender su estructura, comportamiento y organización. La teoría permite clasificar los sistemas según su nivel de jerarquía, así se facilita el análisis y diseño de intervenciones de acuerdo con su grado de complejidad (Andrade et al., 2024).

En relación con el ámbito comunitario la TGS aporta elementos importantes para comprender las dinámicas organizativas en territorios rurales dispersos como es el recinto Marcopamba donde las relaciones entre sus miembros, comunicación y toma de decisiones conforman un sistema interdependiente. De esta manera, la TGS permite

analizar cómo las acciones colectivas, como las mingas y la comunicación popular se articulan dentro de una estructura organizada que responde a necesidades específicas del territorio y se adaptan para un correcto funcionamiento y la sostenibilidad de la comunidad.

2.2.2.2. Modelo

Modelo de comportamiento organizacional

El modelo de comportamiento organizacional permite comprender las dinámicas organizativas como el resultado de la interacción entre individuos, grupos y estructuras dentro de un sistema social, en este sentido, Robbins & Judge, p. (2023, p. 50) analizan que:

Las organizaciones son como sistemas sociales en los que las dinámicas organizativas se configuran a partir de la interacción entre individuos, grupos y estructuras formales, existe factores como la comunicación interna, el liderazgo, participación, motivación y trabajo en equipo que influyen en la forma en que las organizaciones funcionan y alcanzan sus objetivos. Asimismo, en organizaciones comunitarias, estas dinámicas se manifiestan en prácticas colaborativas, toma de decisiones colectiva y en fortalecer el sentido de pertenencia de sus miembros.

Desde este enfoque, otros autores como Fred Luthans destacan que el comportamiento organizacional se orienta a comprender, predecir y mejorar las conductas dentro de las organizaciones para promover entornos más participativos y colaborativos; en contextos comunitarios dicho enfoque es importante ya que las relaciones interpersonales y la cooperación son fundamentales para el desarrollo de actividades colectivas. Así, la participación activa de los miembros fortalece la cohesión social y favorece la toma de decisiones compartida (Chenet et al., 2022).

Dicha obra aporta al estudio al permitir analizar las dinámicas organizativas del recinto Marcopamba desde la interacción entre los actores comunitarios, donde se evidencia

que la comunicación interna y participación colectiva son elementos esenciales para fortalecer la organización comunitaria y mejorar la coordinación de actividades locales.

Por otra parte, el autor Daft (2020), sostiene que las dinámicas organizativas responden a procesos de adaptación permanente entre la estructura, personas y entorno, se menciona que las organizaciones deben desarrollar mecanismos flexibles de coordinación y comunicación para responder a contextos cambiantes, en especial en organizaciones pequeñas y comunitarias. Además, enfatiza que la participación de los miembros y la claridad en los flujos de información favorecen la cohesión interna y la efectividad organizacional.

Desde esta perspectiva, la obra permite comprender que las dinámicas organizativas en Marcopamba requieren estructuras flexibles y mecanismos de comunicación adecuados que faciliten la participación comunitaria y la adaptación a las necesidades locales para así fortalecer la organización social del recinto.

El estudio de Kenny et al., p. (2013, p. 25) sobre participación comunitaria en contextos rurales señalan que

la participación de los miembros de una comunidad está vinculada a procesos organizativos en los que las dinámicas sociales, interacciones locales y comunicación interna influyen en los resultados colectivos. Además, se reconoce que cuando los grupos cuentan con estructuras participativas y vínculos sociales fuertes, se facilita la toma de decisiones compartida, lo que contribuye a la gestión organizacional de iniciativas locales.

Esta evidencia destaca la importancia de las relaciones sociales y las interacciones grupales como componentes importantes para entender cómo se organizan y sostienen las comunidades rurales en torno a objetivos comunes. Dicha modelo respalda que las dinámicas organizativas en comunidades rurales como la del recinto Marcopamba están ligadas a la capacidad de participación de sus habitantes, a la comunicación interpersonal y a la fortaleza de sus estructuras colectivas, esto influye en su organización social, coordinación de actividades y gestión de tareas comunitarias.

2.3. Marco Conceptual

2.3.1 Comunicación

La comunicación se concibe como un proceso estructural que articula y sostiene la cohesión del sistema social, no se reduce al intercambio individual de mensajes, más bien funciona como un mecanismo colectivo mediante el cual las sociedades producen, reproducen y legitiman normas, valores e instituciones (Rodas-Pérez et al., 2022).

La comunicación cumple funciones esenciales como la integración social, la transmisión cultural y la regulación del comportamiento, actúa como un canal por el cual los hechos sociales se difunden y consolidan en la vida colectiva (Camou, 2023). En este marco, la comunicación es entendida como un fenómeno sistémico, parte de un entramado mayor que permite explicar la estabilidad, el orden y las transformaciones sociales a gran escala.

Por otro lado, la comunicación también es el proceso mediante el cual un mensaje pasa de una persona a otra o a un grupo, implica siempre la intención de interactuar, este intercambio no es un proceso lineal, más bien, se completa cuando existe respuesta o retroalimentación, lo que verifica que el mensaje fue recibido, interpretado y, en muchos casos, ajustado (Barbero, 2024). La comunicación, por tanto, se sostiene en un flujo dinámico en el que emisor y receptor participan de forma activa (Rodríguez, 2022). Los elementos de la comunicación son:

- **Emisor:** Persona encargada de producir y transmitir el mensaje, siempre con una intención comunicativa adecuada.
- **Receptor:** Es quien recibe, analiza y otorga significado al mensaje; constituye el destinatario para quien la información fue formulada.
- **Mensaje:** Es el contenido que se comunica, cuya referencia remite a una realidad determinada y que se estructura bajo un código.
- **Código:** Conjunto de signos, símbolos y reglas compartidas entre emisor y receptor, como ocurre con una lengua común, por ejemplo, el español.
- **Canal:** Medio o soporte físico mediante el cual se envía el mensaje.

- **Contexto:** Conjunto de circunstancias, condiciones y entorno donde se desarrolla el acto de comunicar (Rodríguez, 2022).

La comunicación entre los miembros de una organización constituye un pilar esencial para alcanzar los objetivos sociales, ya que, cuando la información circula de manera clara, oportuna, y existe una comprensión adecuada entre quienes participan del proceso, los resultados colectivos tienden a optimizarse (Vinelli, 2023). Es importante reconocer que no hay individuo, grupo u organización que funcione sin la transmisión de mensajes con significado entre sus miembros, pues solo mediante esta se comparten opiniones e información (Manaure, 2021).

La comunicación no se limita a la transmisión de mensajes, más bien implica asegurar su correcta interpretación por parte de los receptores, por ello, resulta fundamental que quien comunica evalúe las condiciones de recepción y el nivel de comprensión alcanzado y, cuando se presentan distorsiones, es necesario aplicar mecanismos de corrección que garanticen la efectividad del proceso comunicacional interno, aspecto importante para la gestión directiva y la adecuada coordinación de la comunidad (Barrera, 2024).

2.3.2 Persona / individuo

Es un ser humano concebido como una unidad singular, dotado de identidad propia, capacidad de pensamiento, agencia y conciencia de sí mismo, se caracteriza por poseer una historia personal, valores, creencias y maneras de actuar que lo distinguen de otros, aun cuando forme parte de una sociedad (Rocha, 2022). Desde una perspectiva sociológica, el individuo no existe de manera aislada: su identidad, comportamientos y formas de comprender el mundo se construyen a través de la interacción con su entorno social y cultural, de esta forma, una persona es de forma simultánea un ser autónomo y, a la vez, producto de los vínculos, normas que la sociedad le proporciona (Amo, 2022).

2.3.3 Comunicación popular

La comunicación popular comunitaria se concibe como un proceso colectivo que fortalece el liderazgo y la organización social al articular las motivaciones individuales, los marcos institucionales, los significados compartidos y las redes de relaciones presentes en la comunidad (Vallejo & Villalba, 2020). Desde esta perspectiva, la comunicación actúa como un eje dinamizador del cambio social, al facilitar la interacción, la cooperación y la construcción colectiva de respuestas frente a las problemáticas locales, de este modo, la comunicación popular contribuye a fortalecer la comunicación de la comunidad al generar procesos de participación, adaptación y acción colectiva (Barrera, 2024).

La comunicación popular es una práctica que se articula con los movimientos sociales, identidades locales y formas comunitarias de acción, además, se orienta a democratizar la palabra, visibilizar realidades invisibilizadas y fortalecer la capacidad crítica de las comunidades (Krohling, 2024). Desde esta mirada, la comunicación popular reconoce las tensiones comunitarias, desafíos y dinámicas internas, entiende que, su potencia radica en el diálogo, la construcción colectiva y la búsqueda de justicia social (Vinelli, 2023).

Del mismo modo, la comunicación popular es un proceso dinámico que forma parte de la movilización y organización colectiva, actúa de forma integrada a las prácticas comunitarias donde se producen, recrean significados, fortalecen vínculos y se coordinan acciones mediante interacciones interpersonales, grupales y mediáticas. Esta comunicación cumple además una función educativa presente en espacios informales o formales y se articula día a día con instituciones y actores externos. A través del intercambio y la cooperación, las comunidades construyen conocimiento colectivo para enfrentar sus desafíos, subvirtiendo el modelo tradicional donde el saber fluye de las élites hacia el pueblo (Krohling, 2024).

Por otro lado, la comunicación comunitaria, también conocida como comunicación popular, alternativa o para el cambio social, mantiene una vinculación con la educación popular, entendida como un proceso participativo y transformador. Este tipo de comunicación permite que las comunidades se visibilicen, expresen sus necesidades y defiendan sus derechos, es decir, actúan como una herramienta para fortalecer la organización colectiva y promover la participación social (Jiménez, 2023).

2.3.4 Área rural dispersa

Un área rural es una extensión territorial definida, integrada por localidades reconocidas con un nombre propio y caracterizadas por la presencia de asentamientos de vivienda, dichas viviendas pueden encontrarse tanto agrupadas como distribuidas de manera amplia en el territorio. En este tipo de espacios predomina un estilo de vida vinculado a actividades primarias y la organización comunitaria tiene un rol fundamental en la gestión de servicios, la toma de decisiones y la preservación de tradiciones culturales (Ecuador en cifras, 2022)

Mientras que, el área dispersa corresponde a un territorio donde las viviendas están distribuidas de manera separada y distante entre sí, es decir, no se encuentran organizadas bajo una estructura de manzanas o bloques definidos, esta forma de asentamiento genera subdivisiones llamadas sectores dispersos, que funcionan como unidades para fines de empadronamiento y planificación territorial. La dispersión habitacional implica desafíos particulares, en especial con lo relacionado a movilidad, acceso a servicios públicos y circulación de información (Ecuador en cifras, 2022).

2.3.5 Interacción social

El interaccionismo simbólico entiende a las personas como sujetos y objetos dentro de la interacción simultánea, ya que su identidad se construye en la socialización mediante componentes objetivos y subjetivos. La interacción es importante por tres razones:

- La necesidad de interpretar mensajes más allá de su forma literal

- El hecho de que la realidad se configura en el intercambio entre individuos y comunidades
- El enfoque metodológico centrado en casos particulares y procesos microsociales inmediatos (Guillén et al., 2021).

La interacción social favorece la convivencia, el respeto, regulación del comportamiento, contribuye a prevenir dificultades emocionales y conductuales; por otra parte, la interacción con desconocidos, donde el intercambio ocurre sin familiaridad previa, existe el temor a quedar en evidencia, típico en personas con ansiedad social que temen juicios negativos (Guillén et al., 2021).

2.3.6 Dinámica social

La dinámica social se refiere a los procesos mediante los cuales las sociedades cambian, se transforman y se reorganizan con el tiempo, así, desde una perspectiva macro, implica analizar cómo factores como la economía, la cultura, la política, la tecnología o la comunicación generan patrones de continuidad y cambio en las relaciones humanas (Daft, 2020). Esta noción reconoce que la sociedad es un sistema en constante movimiento donde las acciones individuales y colectivas producen efectos que reconfiguran la estructura social (Nooteboom, 2022).

La dinámica social se configura a partir de la interacción de diversos factores, como las motivaciones individuales, marcos institucionales, significados compartidos y redes de relaciones; estos elementos operan de forma interdependiente, generan efectos que no pueden comprenderse de manera aislada (Monteros, 2025). En este sentido, el cambio social emerge de la articulación entre las conductas individuales, las normas sociales y los procesos de retroalimentación propios del sistema social, lo que permite explicar fenómenos como la innovación, la cooperación, el conflicto y la armonía colectiva (Rocha, 2022).

2.3.7 Interacción comunicacional

La interacción comunicacional depende de la capacidad de los participantes para ajustar su lenguaje, estilo y tono según las particularidades del interlocutor, es decir, una comunicación efectiva requiere reciprocidad, lo que implica escuchar de forma activa, responder de manera pertinente y mantener un equilibrio en la intervención de cada parte (Leiva et al., 2022). El importante el papel central de la empatía, entendida como la habilidad de comprender y conectar con las emociones y puntos de vista del otro esta disposición favorece la interpretación adecuada de los mensajes y fortalece el vínculo entre quienes participan en la conversación (Guevara, 2023).

2.3.8 Características de la comunicación popular

Desde una perspectiva latinoamericana, este campo comunicacional surge como una respuesta a los modelos hegemónicos de información que incorpora prácticas colectivas para democratizar la palabra, promover la identidad comunitaria y articular procesos de organización social (Monteros, 2025). En este contexto, sus características reflejan su naturaleza contrahegemónica y su función transformadora dentro de los movimientos populares, estas son:

- **Participativa y horizontal:** Se basa en el involucramiento activo de los actores sociales, promueve relaciones de igualdad en la producción e interpretación de mensajes.
- **Protagonizada por sujetos populares:** Son los grupos marginados quienes generan y circulan los contenidos, se convierten en agentes transformadores de su realidad.
- **Productora de significados colectivos:** La comunicación construye sentidos compartidos que fortalecen la identidad y cohesión comunitaria.
- **Contrahegemónica:** Cuestiona y disputa los discursos dominantes impuestos por las élites políticas, económicas y culturales, proponen miradas alternativas desde la base social (Monteros, 2025).

- **Democratizadora de la información:** Amplía el acceso a la palabra pública, reducen la concentración mediática y garantizan el derecho a comunicar.
- **Visibilizadora de voces excluidas:** Otorga espacio a sectores históricamente silenciados.
- **Constructora de identidad colectiva:** Favorece el surgimiento de un “nosotros” que reconoce su historia, sus diferencias y sus demandas frente a estructuras de poder.
- **Anclada en procesos sociales y políticos:** Emerge desde las mayorías dominadas y se vincula a movimientos de resistencia y lucha política.
- **Instrumento de transformación social:** Impulsa procesos organizativos, promueve la acción colectiva y contribuye a la transformación de las condiciones de vida de las comunidades (Monteros, 2025).

2.3.9 Comunicación popular en zonas rurales dispersas

La comunicación en áreas rurales dispersas constituye un reto importante para las ciencias de la comunicación lo cual impulsa un progresivo interés por investigar estrategias que mejoren el acceso y la circulación de información entre la población (Peña, 2022). Estos territorios caracterizados por una baja densidad poblacional enfrentan diversas limitaciones, entre ellas la escasa infraestructura, reducida participación ciudadana, falta de recursos y la ausencia de información pertinente para su desarrollo (Centurión, 2024). Estas carencias afectan la cohesión social y el desarrollo sostenible, lo cual dificulta la integración de estas comunidades en los procesos económicos y sociales más amplios

Las zonas despobladas presentan desafíos estructurales que requieren enfoques diferenciados, esto a pesar de haber diversos avances tecnológicos; en estos lugares, la población posee un buen conocimiento de sus propias necesidades, por lo que su participación es esencial en el diseño de estrategias comunicacionales pertinentes. Además, pese a la expansión de nuevas tecnologías, los canales tradicionales como la radio y las redes comunitarias

desempeñan un papel importante para mantener informada y conectada a la comunidad (Barbero, 2024, p. 80).

Mientras los medios convencionales reproducen lógicas modernizadoras orientadas al consumo y al capital, las comunidades rurales fortalecen saberes locales, fomentan la horizontalidad, el diálogo y la coordinación de acciones (Barrera, 2024). Así, la comunicación popular opera de forma orgánica con los procesos comunitarios, potencia la movilización, la resiliencia, la transformación social y se consolida como una alternativa epistemológica que integra conocimientos empíricos y científicos, alineada con el desarrollo participativo y con modelos comunicativos más humanos e inclusivos (Krohling, 2024).

La comunicación popular está vinculada a los sectores subalternos, mientras que la comunicación comunitaria surge de los valores y formas de convivencia propias de estas comunidades. Ambas solo pueden ser protagonizadas por los actores populares, quienes aportan sus experiencias culturales, políticas e ideológicas al proceso comunicativo (Vallejo & Villalba, 2020).

2.3.10 Medios de comunicación populares o comunitarios

Los medios comunitarios se convierten en herramientas importantes para democratizar la comunicación, ya que responden a necesidades informativas reales y rinden cuentas a la comunidad, no a intereses económicos (Martens et al., 2022). Estas “prácticas populares, alternativas y comunitarias fortalecen la pluralidad de voces, promueven identidades culturales, visibilizan realidades ignoradas por los medios corporativos y fomentan una comunicación solidaria y participativa” (Barranquero & Treré, 2021, p. 140).

En este sentido, los medios alternativos son esenciales para descentralizar el sistema mediático y recuperar su función social, orientada al debate público y al bienestar de los sectores populares.

2.3.11 Canales de comunicación

Radios

Las radios populares y comunitarias son canales de comunicación las cuales surgieron como una respuesta a la necesidad urgente de democratizar la palabra y el acceso a la información (Espada, 2022). Su aparición constituye una forma de resistencia contra los modelos hegemónicos de comunicación, que de manera histórica fueron silenciado o minimizado las voces de los sectores populares. Desde esta perspectiva, estos medios buscan abrir espacios donde puedan representarse realidades diversas y expresarse problemáticas que, en otros canales, permanecen invisibilizadas (Cholango, 2021).

Además, “las radios comunitarias cumplen un papel esencial al reflejar las necesidades, aspiraciones y logros de grupos que de forma tradicional fueron marginados del discurso público” (Londoño, 2024, p. 24). Estos canales de comunicación permiten que las comunidades construyan y fortalezcan su identidad, generen debates participativos y promuevan procesos de organización y empoderamiento social, de esta manera, se convierten en herramientas de transformación colectiva, capaces de articular demandas locales y contribuir a una comunicación más equitativa, plural y representativa (Vallejo & Villalba, 2020).

Medios digitales

Los medios digitales son entornos virtuales donde se produce, comparte y distribuye información entre usuarios y creadores de contenido, estos medios reúnen diversas plataformas accesibles a través de internet y abarcan software, contenido audiovisual, archivos y bases de datos, lo que los convierte en soportes interactivos en comparación con los medios tradicionales (Barredo, 2021). La comunicación digital se construye a partir del hipertexto y el uso conjunto de múltiples lenguajes como visual, textual, gráfico y sonoro, esto permite que el usuario reciba información y participe de forma activa como emisor, productor y distribuidor de contenidos (Barredo, 2021).

En este ecosistema convergen una amplia variedad de plataformas, como páginas web, aplicaciones móviles o servicios de streaming cuyo acceso depende de diversos dispositivos y herramientas informáticas. Los medios digitales se caracterizan por su alcance global, su dinamismo y la multiplicidad de actores que intervienen en la creación de contenidos. Un ejemplo de medios digitales son las redes sociales, que ocupan un lugar central, ya que permiten a los usuarios interactuar, compartir información y construir comunidades en tiempo real, así se fortalece la conexión social y se amplía las posibilidades de participación comunicacional (Palomino, 2025).

2.3.12 Brecha digital en zonas dispersas

La brecha digital es la desigualdad que existe en el acceso, uso y apropiación de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) entre distintos grupos sociales, económicos o territoriales, este fenómeno involucra las capacidades cognitivas, educativas y culturales necesarias para emplear estas herramientas de manera efectiva, es decir, no se limita a la disponibilidad de dispositivos o conexión a internet (Barredo, 2021). La brecha digital refleja limitaciones estructurales y diferencias en las competencias digitales que permiten un uso significativo de la tecnología (Córdova, 2025).

La brecha digital se manifiesta en tres niveles: acceso, relacionado con la inexistencia de conectividad o equipos; uso, cuando las personas disponen de tecnología, pero carecen de habilidades para manejarla de forma adecuada; y aprovechamiento, que se evidencia cuando, pese a utilizar TIC, no se logra obtener beneficios plenos en ámbitos como educación, trabajo, producción o participación social. Este problema afecta de manera más marcada a poblaciones rurales o dispersas, donde las limitaciones de infraestructura y formación digital intensifican la exclusión tecnológica y restringen las oportunidades de desarrollo (Villalta et al., 2023).

2.3.13 Organización comunitaria

Las organizaciones constituyen espacios colectivos orientados a la búsqueda y satisfacción de intereses compartidos, tales como la mejora de la calidad de vida, la promoción de la equidad o la protección del territorio, estas entidades son construcciones sociales que operan bajo dinámicas internas propias, donde intervienen procesos políticos, sistemas de valores, creencias, prácticas simbólicas e ideologías que configuran su cultura organizacional (Salas, 2023).

En este sentido, cada organización desarrolla formas particulares de interacción, toma de decisiones y coordinación, las cuales influyen en su capacidad para movilizar a sus miembros, responder a necesidades comunes y sostener proyectos comunitarios en el tiempo (Salas, 2023). En cuanto a la estructura organizativa, los movimientos sociales se articulan en asambleas, comités y redes informales que permiten debatir problemas, construir acuerdos y fortalecer la participación activa de sus miembros. Estas estructuras, guiadas por el principio del bien común, fomentan la identidad colectiva y la cooperación horizontal, características que las diferencian de organizaciones más formales y verticales (Monteros, 2025).

En el caso de los movimientos indígenas, la organización se sustenta en formas tradicionales de autoridad comunitaria, se combina roles sociales y espirituales que se expresan en asambleas consensuadas y rotativas basadas en la igualdad (Osorio, 2023). En suma, las dinámicas organizativas de los movimientos sociales privilegian la construcción de comunidad, el diálogo en condiciones de igualdad y la acción conjunta, así se configura espacios donde se gestan liderazgos legítimos y orientados al fortalecimiento colectivo (López et al., 2021).

2.3.14 Organización social

La organización social es la forma en que una sociedad estructura, establece y coordina las relaciones entre sus integrantes para garantizar la convivencia, colaboración y cumplimiento de funciones colectivas, incluye la manera en que se distribuyen roles,

compromisos, normas, instituciones y prácticas que permiten que un grupo humano funcione y se sostenga en el tiempo (Arriagada, 2021).

2.3.15 Dinámicas organizativas comunitarias

Las dinámicas organizativas dentro de los movimientos sociales son fundamentales para la toma de decisiones colectivas y para el surgimiento de liderazgos legítimos, la forma en que estas organizaciones se estructuran, distribuye responsabilidades y generan interacción entre sus miembros influye de forma directa en la eficacia, cohesión y sostenibilidad de sus acciones (Barranquero & Treré, 2021). Desde esta perspectiva, los líderes actúan en estrecha articulación con la colectividad, orientan el trabajo común mediante procesos dialógicos entre iguales (Monteros, 2025).

En el contexto latinoamericano, los liderazgos comunitarios suelen caracterizarse por:

- Rol activo como representantes visibles ante instituciones externas
- Carácter democrático que garantiza la participación con voz y voto de todos los integrantes
- Búsqueda de legitimidad y credibilidad a lo largo del tiempo.

2.3.16 Comunidad

El término comunidad es motivo de debate debido a la vaguedad y multiplicidad de sus significados, aunque en el ámbito de la investigación e intervención comunitaria se usa con frecuencia como si fuera un concepto consolidado, en realidad sus bases teóricas permanecen ambiguas y limitadas (Carranza et al., 2021). Esta situación lleva a que la idea de comunidad funcione más como una etiqueta retórica que como una categoría analítica e ignora muchas veces los aportes clásicos de la sociología y la antropología (Osorio, 2023).

Las definiciones más simples de comunidad la entienden como aquello que es común entre las personas, es decir, intereses compartidos o la convivencia en un mismo lugar, mientras que, otras propuestas más elaboradas, describen la comunidad como un grupo que habita un territorio específico, conformado

como una unidad social donde la interacción frecuente, basada en intereses colectivos fortalece la pertenencia. De manera más amplia, se concibe como un conjunto de personas asentadas en un espacio geográfico identificable, cuyos miembros comparten redes de comunicación y mecanismos de apoyo mutuo para lograr alcanzar metas y resolver problemas comunes dentro del ámbito local (Merino et al., 2022, p. 66).

2.3.17 Comunitario

La idea de comunitario no se limita a un espacio físico, porque las comunidades no se definen solo por fronteras territoriales, más bien surge de un sistema de relaciones solidarias que se construyen a través de redes sociales que pueden ir más allá de un lugar específico. Al dejar de lado la visión territorial y centrarse en estas relaciones, se diferencia el concepto de comunidad de otros como pueblo o aldea, que sí dependen de un territorio definido y de vínculos basados en parentesco o estructuras jurídico-administrativas (Osorio, 2023).

2.3.17 Identidad

El concepto de identidad tiene múltiples significados, por lo que para comprenderlo es necesario delimitarlo desde varias perspectivas, en primer lugar, se abordan los distintos usos lingüísticos del término, se distingue su sentido antropológico, mismo que es el que interesa para el análisis social y humano (Bassante et al., 2022). Luego desde un enfoque psico-cultural, la psicología y la antropología permiten diferenciar entre identidad personal e identidad social o colectiva, que surge de los roles, normas y pertenencias que la cultura imprime en las personas (Silva et al., 2022).

Desde esta mirada interdisciplinaria, “la identidad se entiende como una estructura dinámica construida a partir de la interacción entre componentes psicológicos, expresivos y colectivos” (Bassante et al., 2022, p. 26). La dimensión psicológica refiere a la definición que cada persona elabora sobre sí misma a lo largo de su vida; la expresiva destaca la autenticidad y el modo singular de ser de cada individuo; mientras

que la colectiva proviene de los grupos de pertenencia y de los relatos culturales compartidos (Amo, 2022).

2.3.18 Cultura

La cultura cumple una función identitaria esencial al ofrecer narrativas colectivas que orientan la construcción del sentido de pertenencia, es decir, sirven como guías para que cada individuo forme su identidad personal a partir del marco comunitario, esta dimensión está vinculada con la función nómica de la cultura, pues a través de normas, valores y expectativas compartidas establece límites y orientaciones que regulan la vida social (Bassante et al., 2022). Por otro lado, la cultura entendida en sus dimensiones epistemológica, normativa e identitaria, actúa como el marco que da coherencia y estabilidad al ser humano, sin ella, la experiencia individual sería fragmentada y difícil de integrar (Amo, 2022).

El concepto de cultura está marcado por la diversidad histórica y, en ocasiones, por diferencias sociales que generan interpretaciones distintas de un mismo símbolo, esto ocurre porque la cultura se configura tanto por la variedad de expresiones simbólicas como por el contexto sociohistórico en el que se producen y se interpretan (Héau, 2021). En este marco, la cultura es la organización social del sentido, compuesta por tres dimensiones inseparables:

- Organización: Entendida como un sistema complejo de elementos interrelacionados;
- Lo social: La cultura es colectiva y está ligada a grupos concretos, cuyas prácticas y acciones dan significado a las ideas y símbolos;
- El sentido: Permite a las personas comprender y actuar en el mundo (Héau, 2021).

Por otro lado, Amo (2022) menciona que, la cultura a través de sus funciones de conocimiento, orden y construcción identitaria, brinda coherencia al individuo y le permite integrar sus experiencias en un todo con sentido. Mediante procesos como la autocomprensión y la autorrealización, la cultura ayuda a que la persona dé forma a su

propio ser y construye de manera reflexiva una identidad significativa que se desarrolla en el tiempo y en relación con su entorno social.

2.3.19 Identidad cultural

La identidad cultural se entiende como el conjunto de expresiones, símbolos y formas de lenguaje que caracterizan a un grupo social y reflejan su historia, rutinas y sentido de pertenencia, de este modo, la identidad cultural se configura a través del lenguaje, las costumbres, las festividades y las prácticas simbólicas que un grupo considera valiosas, y que le permiten reconocerse y diferenciarse dentro de su contexto social (Bassante et al., 2022).

2.3.20 Tradición

La tradición se entiende como la transmisión de saberes, costumbres, prácticas y creencias de generación en generación, que incluye relatos, ceremonias, expresiones culturales y modos de vida adquiridos del pasado, la tradición constituye un componente esencial de la identidad cultural, pues recoge elementos vernáculos que enriquecen tanto la cultura de cada país como el patrimonio colectivo de la humanidad (Marroquín, 2022).

Las tradiciones y costumbres de un pueblo funcionan como marcas distintivas que lo diferencian de otras culturas y reflejan su memoria histórica, estas prácticas como la vestimenta colorida, los litúrgicos comunitarios, la gastronomía típica, los bailes ancestrales, y los mitos y leyendas transmitidos de padres a hijos conforman un legado cultural que se mantiene vivo gracias a su reproducción cotidiana y a su arraigo en el sentir de cada comunidad

2.3.21 Minga como sistema de organización

En las comunidades andinas la minga es una forma ancestral de trabajo colectivo orientado al bienestar común, su origen proviene de los términos *quechuas mit'a*, *minka* o *minccacuni*, utilizados desde la época precolombina para describir actividades comunitarias en las que todos contribuyen y, a cambio, reciben alimentos ofrecidos por

quien convoca la faena. Este mecanismo presente en diversos territorios andinos desde Colombia hasta Chile, se basa en la reciprocidad y constituye un elemento central para fortalecer la cohesión social y el sentido de pertenencia entre familias y comunidades (A. Medina et al., 2025). De esta forma, la minga se configura como una práctica capaz de empoderar a comunidades rurales al tiempo que se promueve su involucramiento directo en la gestión y uso del espacio público.

2.4. Marco Legal

2.4.1 Constitución de la República del Ecuador

La Constitución de la República del Ecuador (2008), reconoce la centralidad de la comunicación y la información para la vida democrática y el ejercicio de derechos, se mencionan a continuación los artículos pertinentes:

Art. 16.- Toda persona de forma individual o colectiva, posee el derecho a una comunicación libre, plural, participativa e incluyente en todos los espacios de interacción social. Este derecho comprende el uso de cualquier medio, forma, idioma o símbolo propio. Asimismo, se reconoce como derecho fundamental el acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación (Constitución de La República Del Ecuador, 2008).

Art. 17.- El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto: 2. Promoverá la creación y consolidación de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, además de garantizar el acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación, especialmente para las personas y grupos sociales que no disponen de este acceso o lo poseen de manera restringida (Constitución de La República Del Ecuador, 2008).

Art. 19.- La legislación garantiza que los contenidos difundidos por los medios de comunicación prioricen fines informativos, educativos y culturales, de igual manera, se promueve la creación de espacios destinados a la divulgación de la producción nacional independiente (Constitución de La República Del Ecuador, 2008).

Art. 20.- El Estado asegurará el derecho a la cláusula de conciencia para todas las personas, así como la protección del secreto profesional y la confidencialidad de las fuentes de información de quienes difundan información, expresen opiniones mediante los medios de comunicación u otras formas comunicativas, o desempeñen actividades relacionadas con la comunicación (Constitución de La República Del Ecuador, 2008).

Art. 384.- El sistema de comunicación social avalará el ejercicio de los derechos de la comunicación, libertad de expresión e información y fortalecerá la participación ciudadana (Constitución de La República Del Ecuador, 2008).

2.4.2 Ley Orgánica de Comunicación

La Ley Orgánica de Comunicación (2022), en su Título I sobre Disposiciones Preliminares y Definiciones, en el artículo 3 define el contenido comunicacional; en el Capítulo II Derechos a la Comunicación, Sección I Derechos y libertades, la ley a través de sus artículos 17 y 22 desarrolla los derechos a la comunicación, mientras que, en el Título IV Regulación de Contenidos, el artículo 60 regula la identificación y clasificación de contenidos. Se detalla a continuación:

Art. 3.- Contenido comunicacional. - Para los efectos de esta ley, se entiende por contenido toda información u opinión que se produzca, reciba, difunda o intercambie a través de los distintos medios de comunicación social (Ley Orgánica de Comunicación, 2022).

Art. 17.- Derecho a la libertad de pensamiento y expresión. - La Ley reconoce que toda persona tiene derecho a expresar y manifestar su pensamiento de forma libre, este derecho incluye la facultad de buscar, recibir y difundir información mediante medios orales, escritos, impresos, artísticos o cualquier otro de su elección, así como la garantía de no ser perseguido, sancionado o perturbado por emitir sus opiniones (Ley Orgánica de Comunicación, 2022).

Art. 22.- Derecho a recibir información de calidad. - Se establece que todas las personas tienen derecho a acceder a información de interés público que sea verificada,

contrastada y precisa, además de presentarse con el contexto adecuado que garantice su calidad informativa (Ley Orgánica de Comunicación, 2022).

Art. 60.- Identificación y clasificación de los tipos de contenidos. - La Ley determina que los contenidos difundidos mediante radiodifusión sonora, televisión, canales locales de sistemas de audio y video por suscripción y medios impresos deben clasificarse e identificarse según las categorías previstas en la normativa vigente:

- a) Informativos -I;
- b) De opinión -O;
- c) Formativos/educativos/culturales -F;
- d) Entretenimiento -E;
- e) Deportivos -D; y,
- f) Publicitarios -P (Ley Orgánica de Comunicación, 2022).

2.4.3 Código Orgánico de Organización Territorial

El Código Orgánico de Organización Territorial (2019) incorpora en su Sección Cuarta el enfoque de Gobierno y Democracia Digital, su artículo 362 que se expone a continuación:

Art. 362.- Los gobiernos autónomos descentralizados deben fomentar el acceso y la utilización amplia de las tecnologías de la información y la comunicación entre la ciudadanía y los distintos sectores productivos, educativos, culturales, de salud y de desarrollo social, con ello se busca potenciar la eficiencia y la efectividad tanto individual como colectiva en las diversas actividades humanas.(Código Orgánico de Organización Territorial, 2019).

2.5. Marco Goerreferencial

La población de San Lorenzo donde se ubica el recinto Marcopamba se sostiene mediante el trabajo por cuenta propia (56%) y el jornal agrícola (25%), esto evidencia una economía rural basada en labores temporales y agricultura de subsistencia, mientras que, el empleo formal es reducido y tiene poco peso en la estructura ocupacional local (GADPR San Lorenzo, 2020).

La comunidad del recinto Marcopamba de la parroquia San Lorenzo, cantón Guaranda, provincia Bolívar, se localiza a 18 kilómetros de la cabecera cantonal, el tiempo estimado de viaje desde Guaranda es cerca de 27 minutos; limita con la parroquia Santiago y está rodeada por el río Santiago, elemento que define en gran medida su entorno natural. El traslado hacia el recinto se realiza desde el costado del terminal terrestre de Guaranda, mediante buses de la cooperativa 15 de Mayo o a través de camionetas particulares y el costo del pasaje para adultos es de \$1,25, mientras que niños y adultos mayores acceden a un descuento del 50%.

La organización social del recinto Marcopamba se estructura alrededor del trabajo comunitario, donde cada año se elige una directiva encargada de convocar a reuniones mediante avisos colocados en los postes, donde se tratan temas de riego, mantenimiento de acequias, gestión del agua y pagos de servicios, también, en estos espacios se asignan turnos de riego y se coordinan mingas de limpieza.

Figura 2

Ubicación del recinto Marcopamba



Nota: Tomado a partir de: Google maps / septiembre 2025

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Tipo de Investigación

3.1.1 Descriptiva

El presente estudio adoptó un tipo de investigación descriptiva al analizar los canales de comunicación, las barreras que limitan la participación y la difusión de información en el recinto Marcopamba, parroquia San Lorenzo del cantón Guaranda. La investigación descriptiva según Hernández & Mendoza (2023) se enfoca en examinar y detallar los fenómenos tal como se presentan en la realidad, se identifica sus características, relaciones y comportamientos, esto permite a los investigadores obtener una comprensión clara del contexto y de los elementos involucrados.

3.1.2 Exploratoria

Esta investigación fue exploratoria porque examinó los canales de comunicación utilizados, identificó las barreras que dificultan la participación comunitaria y revisó las estrategias de comunicación popular en el recinto Marcopamba, se ofreció también un acercamiento a la forma en que la comunicación popular contribuye a dinamizar la organización comunitaria. Para Haro et al. (2024), la investigación exploratoria tiene como fin el acercamiento a fenómenos poco conocidos y esto permite visibilizar variables importantes, forjar un marco conceptual, mismo que, facilita nuevas líneas de estudio y da base a más investigaciones al respecto en el futuro.

3.1.3 De campo

En el presente trabajo la parte de campo se desarrolló con los habitantes del recinto Marcopamba, una comunidad rural cuya organización se basa en reuniones presenciales, mingas, procesos de cooperación para la toma de decisiones colectivas, además, la comunicación se realiza de forma oral, mediante avisos difundidos en asambleas o convocatorias comunitarias, lo cual condiciona la participación con

regularidad de las personas. A través de las encuestas aplicadas a los moradores, fue posible identificar los canales de comunicación que utilizan, las dificultades para difundir información de forma oportuna y las barreras que afectan la coordinación de actividades esenciales del recinto.

Para Villanueva (2022), la investigación de campo posibilita la recolección directa de información en el contexto donde ocurre el fenómeno estudiado, de esta forma, se favorece una comprensión más precisa y real de la situación, además, los datos obtenidos son fundamentales para examinar realidades específicas y generar información primaria confiable.

3.2. Enfoque de la investigación

3.2.1 Mixto

En el presente documento el enfoque cualitativo se aplicó para analizar cómo la comunicación popular dinamiza la organización comunitaria en áreas rurales dispersas, se identifica los canales de comunicación, las barreras que dificultan la participación y se propone estrategias para facilitar la interacción social en el recinto Marcopamba. Mientras que, el enfoque cuantitativo se empleó en la presente investigación a través de la aplicación de encuestas, de las cuales obtuvieron datos que permitieron sustentar con evidencia numérica, la necesidad de fortalecer los procesos de comunicación popular dentro de la organización comunitaria en el recinto Marcopamba.

El enfoque mixto combina tanto la parte cuantitativa como cualitativa, donde lo cualitativo se centra en la comprensión de los fenómenos sociales a partir de la interpretación de experiencias y percepciones que los sujetos otorgan a su entorno, Por otra parte, lo cuantitativo se basa en la recolección y el análisis de datos numéricos que permiten calcular, representar y cotejar variables de manera objetiva mediante procedimientos estadísticos (R. Hernández & Mendoza, 2023).

3.3. Métodos de investigación

3.3.1 Inductivo

Se empleó el método inductivo a través de la aplicación de encuestas dirigidas a los habitantes del recinto Marcopamba para generar conocimiento a partir de los datos recopilados, de esta manera, se analizaron las percepciones de los participantes para derivar conclusiones generales sobre el papel de la comunicación popular en áreas rurales dispersas y su influencia en las dinámicas organizativa. Según Palmett (2020), el método inductivo se centra en la observación y análisis de casos específicos para derivar conclusiones generales o enunciar nuevas teorías.

3.3.2 Deductivo

Para este estudio se partió de teorías y principios generales del marco científico, como la corriente macrosociológica, el modelo estructural-funcionalista, la Teoría General de Sistemas y la teoría de la complejidad, a partir de estos fundamentos, se avanzó al análisis de aspectos específicos, como la aplicación de los instrumentos de investigación para fortalecer el análisis de los datos y garantizar resultados fundamentados.

El método deductivo permite que el investigador inicie su análisis a partir de principios, teorías o leyes generales de forma previa señaladas para interpretar fenómenos o escenarios concretos (Vizcaíno et al., 2023).

3.4. Técnicas e instrumentos de recopilación de datos

3.4.1 Encuesta

Se realizó una encuesta el instrumento fue el cuestionario que estaba conformado por 13 preguntas, se empleó la escala de Likert a una muestra de 171 personas del recinto Marcopamba, cabe indicar que las encuesta fueron aplicadas por medio de medio del formulario de Google forms con el fin de conocer sus percepciones y experiencias relacionadas con la comunicación popular y sus dinámicas organizativas.

La encuesta es una técnica empleada en investigación que posibilita la recogida de información y datos de manera directa de las personas para conocer sus conocimientos y características, el instrumento de la encuesta es un cuestionario estructurado (M. Medina et al., 2023).

3.4.2 Entrevista

Se aplicaron dos entrevistas a expertos en el área de la comunicación, como instrumento de recolección de información se utilizó un guion de entrevista estructurada, esto permitió obtener opiniones, criterios técnicos y aportes relevantes. Los resultados obtenidos fueron analizados y constituyó un insumo fundamental para el fortalecimiento del análisis y la validación de la propuesta planteada.

3.5. Universo, Población y Muestra

3.5.1 Población

La población objeto del presente estudio estuvo conformada por 306 habitantes del recinto Marcopamba, cifra proporcionada por el presidente de la Junta Parroquial de San Lorenzo, no obstante, debido al tamaño de la población, se trabajó con una muestra, cuya determinación se describe de forma detallada en el apartado 3.5.2.

La población es el conjunto completo de individuos, objetos o elementos que conservan características habituales y sobre los cuales el investigador anhela obtener información (R. Hernández & Mendoza, 2023).

3.5.2 Muestra

En consideración a que la población de estudio es amplia, se optó por trabajar con una muestra representativa con el fin de optimizar los recursos disponibles y garantizar la validez y confiabilidad de los resultados. La selección de la muestra se realizó mediante un procedimiento estadístico que permite generalizar los hallazgos a la población total y mantener el rigor metodológico del estudio.

Para ello, se empleó la Ecuación 1 que corresponde al muestreo probabilístico aleatorio simple en poblaciones finitas conocidas, mismo que refleja un compromiso con el rigor metodológico y garantiza la representatividad y eficacia de la muestra seleccionada (Villavicencio, 2018).

Ecuación 1.

Muestreo

$$n = \frac{p(1 - p)z^2N}{p(1 - p)z^2 + e^2(N - 1)}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra:

N= Tamaño de la población: 306

p= Probabilidad de ocurrir alguna eventualidad: 0.5

e= Error admisible: 0.05

z= Nivel de confianza (95%): 1.96

$$n = \frac{0.5 \times (1 - 0.5) \times 1.96^2 \times 306}{(0.5 \times (1 - 0.5) \times 1.96^2) + (0.05^2 \times (306 - 1))}$$

$$n = \frac{(0.5 \times 0.5 \times 1.96^2 \times 306)}{(0.5 \times 0.5 \times 1.96^2) + (0.05^2 \times 305)}$$

$$n = \frac{(0.25 \times 3.8416 \times 306)}{(0.25 \times 3.8416) + (0.0025 \times 305)}$$

$$n = \frac{293,8824}{1.7229}$$

$$n = 171 \text{ encuestados}$$

La muestra estuvo conformada por 171 personas pertenecientes a la población económicamente activa, seleccionadas a criterio del investigador. Se incluyeron

participantes de 18 años en adelante, por considerar que poseen capacidad de respuesta consciente, conocimiento del contexto comunitario y participación activa en la dinámica socioeconómica.

3.6. Procesamiento de la información

Para la presente investigación se utilizó información proveniente de fuentes primarias y secundarias, misma que fue analizada para dar cumplimiento a cada uno de los objetivos planteados. En relación con el primer y segundo objetivo, que consisten en identificar los canales de comunicación utilizados en el recinto Marcopamba y describir las principales barreras de comunicación comunitarias, se aplicó una encuesta a la muestra establecida, en su posterior, la información obtenida fue organizada mediante tablas y gráficos, se usó Microsoft Excel, que permitieron graficar los datos.

Para el tercer objetivo, establecer estrategias de comunicación popular que mejoren la transmisión de información y la participación activa de los habitantes, se examinaron las respuestas de la encuesta y, a partir de este análisis, se propusieron estrategias adecuadas y pertinentes al contexto del recinto Marcopamba.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Análisis, Interpretación de Resultados

4.1.1 Encuesta

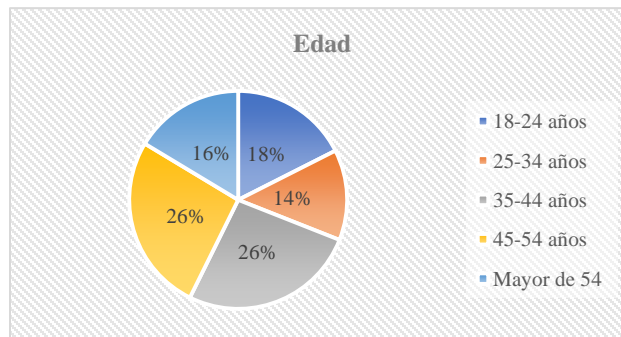
En este apartado se presentan los resultados de la encuesta aplicada por medio del formulario de Google forms a 171 personas que residen en el recinto Marcopamba.

Tabla 1 Edad de los participantes

1. Edad		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
18-24 años	30	18%
25-34 años	23	14%
35-44 años	45	26%
45-54 años	45	26%
Mayor de 54	28	16%
Total	171	100%

Nota: Información de encuestas. Elaborado por Adam Curay / diciembre 2025

Gráfico 1 Edad de los participantes



Nota: Información de encuestas. Elaborado por Adam Curay / diciembre 2025

Análisis e interpretación: Los grupos de 35 a 44 años que representan el 26,3% y de 45 a 54 años con el 26,3% simbolizan la mayor parte de los participantes, seguidos por los mayores de 54 años con el 16,4% y el grupo de 18 a 24 años con 17,5%, mientras que el rango de 25 a 34 años es el menos representado con 13,5%. Este patrón indica que la población adulta media y madura predomina en el área de estudio, esto permite indicar que sus decisiones influyen en las dinámicas de comunicación y en la adopción

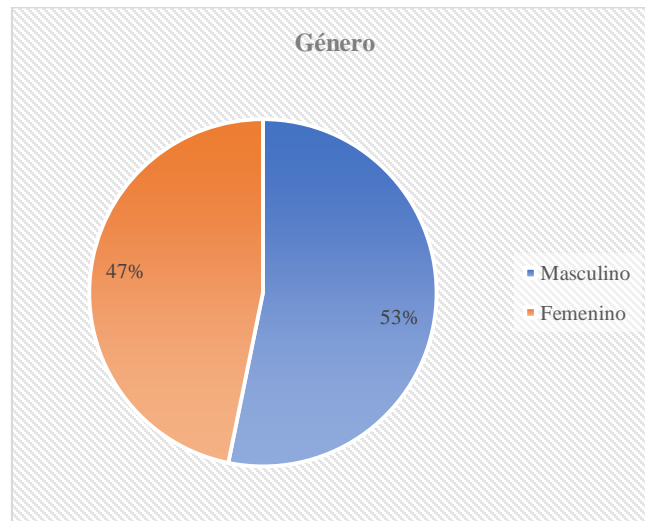
de estrategias de comunicación popular, ya que estos grupos tienen mayor experiencia en la organización comunitaria.

Tabla 2 Género de los participantes

2. Género		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	91	53%
Femenino	80	47%
Total	171	100%

Nota: Información de encuestas. Elaborado por Adam Curay / diciembre 2025

Gráfico 2 Género de los participantes



Nota: Información de encuestas. Elaborado por Adam Curay / diciembre 2025

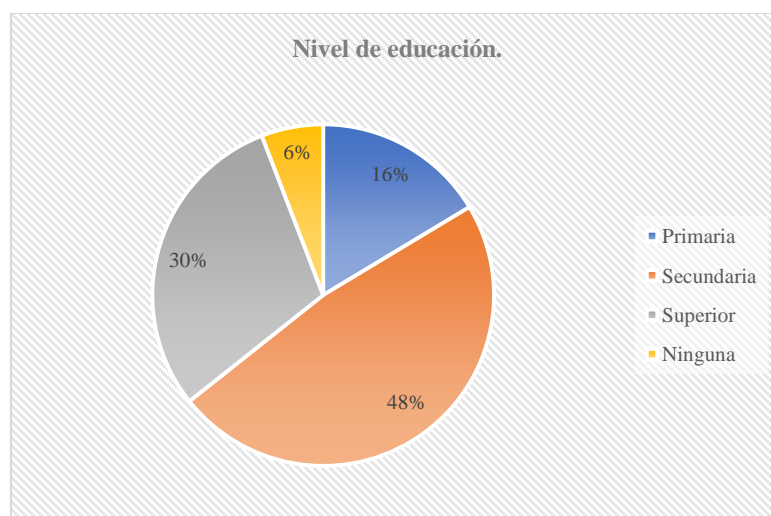
Análisis e interpretación: La distribución por género en el recinto Marcopamba muestra una predominancia del grupo masculino con el 53%, mientras que el femenino representa el 47%. Existe una mínima diferencia entre la población masculina con la femenina, esta diferencia indica que la participación es relativamente equilibrada entre hombres y mujeres en las actividades comunitarias, lo cual es importante para la comprensión de las dinámicas de comunicación, ya que ambos grupos intervienen de manera similar en los procesos de difusión de información, toma de decisiones y organización local.

Tabla 3 Nivel de educación

3. Nivel de educación		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	28	16%
Secundaria	82	48%
Superior	51	30%
Ninguna	10	6%
Total	171	100%

Nota: Información de encuestas. Elaborado por Adam Curay / diciembre 2025

Gráfico 3 Nivel de educación



Nota: Información de encuestas. Elaborado por Adam Curay / diciembre 2025

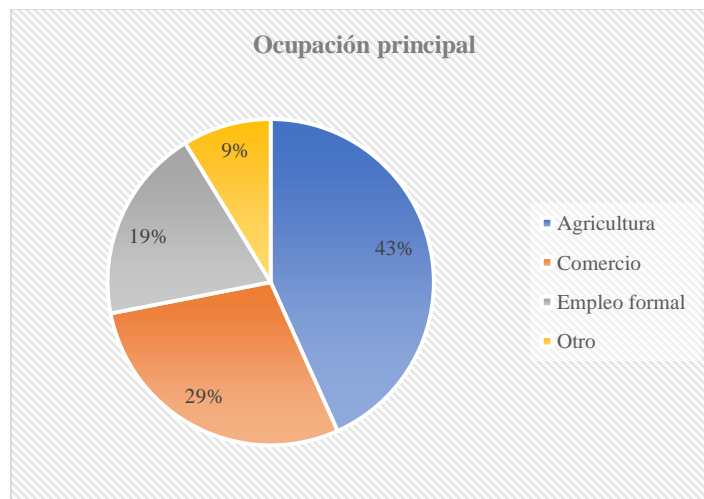
Análisis e interpretación: El nivel de instrucción de la población encuestada evidencia que el 48% alcanzó la secundaria, seguido por un 30% con educación superior y un 16% con formación primaria, mientras que el 6% no posee instrucción formal. Los resultados de la encuesta indican que la mayoría de encuestados cuentan con formación educativa básica, situación que facilita la comprensión de mensajes comunitarios y el uso de herramientas informativas básicas, esto influye de manera positiva en el manejo y circulación de la información y en la capacidad de apropiarse de estrategias de comunicación popular.

Tabla 4 Ocupación principal

4. Ocupación principal		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Agricultura	74	43%
Comercio	49	29%
Empleo formal	33	19%
Otro	15	9%
Total	171	100%

Nota: Información de encuestas. Elaborado por Adam Curay / diciembre 2025

Gráfico 4 Ocupación principal



Nota: Información de encuestas. Elaborado por Adam Curay / diciembre 2025

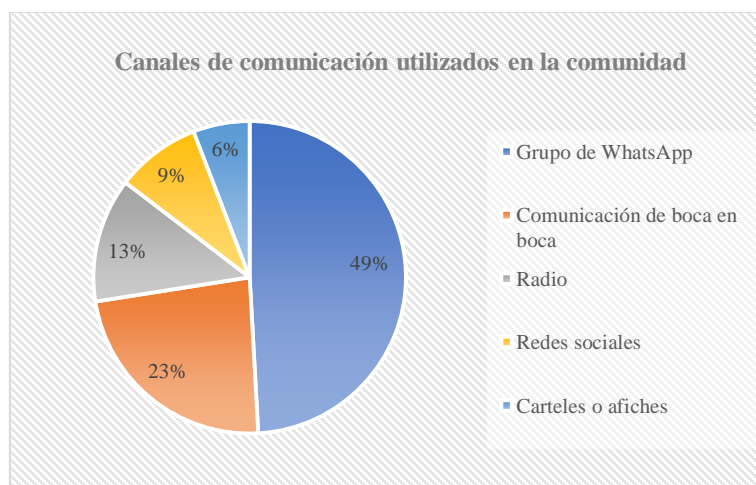
Análisis e interpretación: Las actividades económicas del recinto Marcopamba se concentran en la agricultura con un 43%, seguida del comercio con un 29% y el empleo formal con el 19%, mientras que un 9% se dedica a otras labores. Los resultados muestran que las dinámicas de trabajo están vinculadas al ámbito rural, las cuales condicionan la disponibilidad de tiempo para reuniones de forma continua, limita la importancia de la organización comunitaria y la necesidad de sistemas de comunicación que se adapten a las rutinas intensas de la labor agrícola que exige el campo.

Tabla 5 Canales de comunicación utilizados en la comunidad

5. Canales de comunicación utilizados en la comunidad		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Grupo de WhatsApp	84	49%
Comunicación de boca en boca	40	23%
Radio	22	13%
Redes sociales	15	9%
Carteles o afiches	10	6%
Total	171	100%

Nota: Información de encuestas. Elaborado por Adam Curay / diciembre 2025

Gráfico 5 Canales de comunicación utilizados en la comunidad



Nota: Información de encuestas. Elaborado por Adam Curay / diciembre 2025

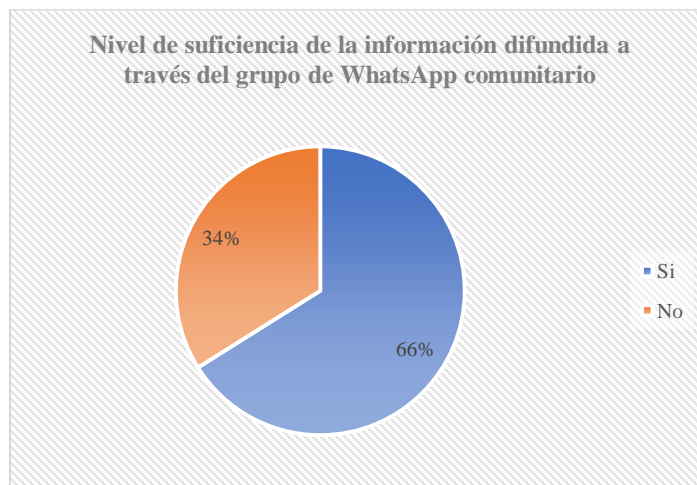
Análisis e interpretación: La principal vía de información es el grupo de WhatsApp con el 49%, seguido por la comunicación de boca en boca con el 23%, mientras que medios como la radio representan el 13%, redes sociales el 9% y carteles que corresponden al 6% tienen menor alcance. Estos datos evidencian que la comunidad depende de la mensajería móvil y de la comunicación oral, debe aclararse que la comunicación oral o también llamada comunicación directa es susceptible a distorsionarse con facilidad, debido a la rapidez y la débil precisión con la que circulan los mensajes, además, deja en evidencia la falta de diversificación de canales informativos, esta realidad evidencia que la comunidad necesita aplicar estrategias de comunicación comunitaria efectivas y modificar su consumo de información a través de redes sociales

Tabla 6 Nivel de suficiencia de la información difundida a través del grupo de WhatsApp comunitario

6. Nivel de suficiencia de la información difundida a través del grupo de WhatsApp comunitario		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	113	66%
No	58	44%
Total	171	100%

Nota: Información de encuestas. Elaborado por Adam Curay / diciembre 2025

Gráfico 6 Nivel de suficiencia de la información difundida a través del grupo de WhatsApp comunitario



Nota: Información de encuestas. Elaborado por Adam Curay / diciembre 2025

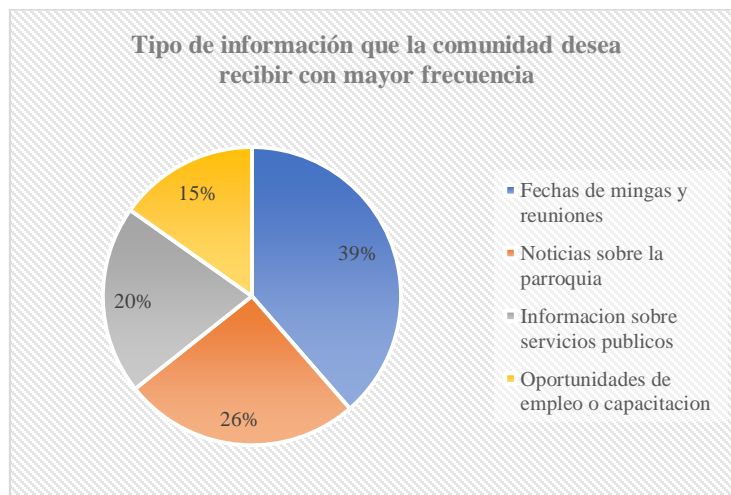
Análisis e interpretación: Estos resultados demuestran que, aunque la mayoría se siente informada a través de WhatsApp con el 66%, existe un grupo importante que representa al 34% que percibe limitaciones relacionadas con la falta de claridad, actualización o cobertura del contenido informativo, esto indica la necesidad de generar un canal informativo en redes sociales que cumpla un rol más efectivo dentro de la organización comunitaria.

Tabla 7 Tipo de información que la comunidad desea recibir con mayor frecuencia

7. Tipo de información que la comunidad desea recibir con mayor frecuencia		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Fechas de mingas y reuniones	66	39%
Noticias sobre la parroquia	44	26%
Información sobre servicios públicos	35	20%
Oportunidades de empleo o capacitación	26	15%
Total	171	100%

Nota: Información de encuestas. Elaborado por Adam Curay / diciembre 2025

Gráfico 7 Tipo de información que la comunidad desea recibir con mayor frecuencia



Nota: Información de encuestas. Elaborado por Adam Curay / diciembre 2025

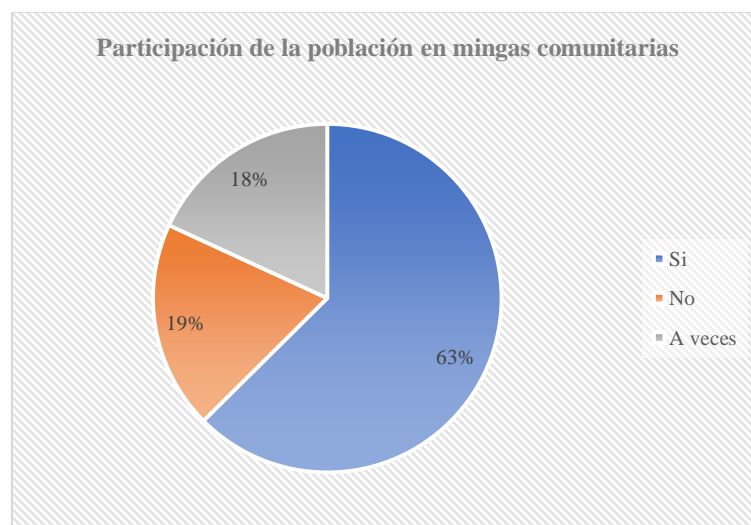
Análisis e interpretación: Los encuestados del recinto Marcopamba expresan un mayor interés en recibir información sobre fechas de mingas y reuniones con un 39%, seguido por noticias parroquiales con un 26%, servicios públicos con un 20% y oportunidades laborales o de capacitación con un 15%. Esta tendencia revela que las necesidades informativas están centradas en la organización interna y en actividades que afectan de forma directa la vida diaria de la comunidad, esto deja ver la necesidad de plantear estrategias de comunicación comunitaria que tengan en cuenta la planificación, producción y postproducción de contenidos informativos propios del sector.

Tabla 8 Participación de la población en mingas comunitarias

8. Participación de la población en mingas comunitarias		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	107	63%
No	33	19%
A veces	31	18%
Total	171	100%

Nota: Información de encuestas. Elaborado por Adam Curay / diciembre 2025

Gráfico 8 Participación de la población en mingas comunitarias



Nota: Información de encuestas. Elaborado por Adam Curay / diciembre 2025

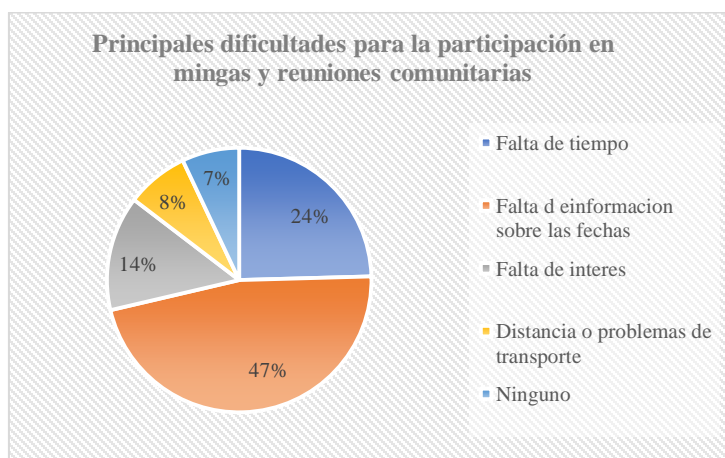
Análisis e interpretación: La participación en mingas se concentra en el grupo que afirma asistir con un 63%, mientras que el 19% no participa y el 18% lo hace solo a veces. Estos datos muestran un compromiso mayoritario con el trabajo colectivo, aunque también evidencian un sector que participa de manera irregular o nula, lo que está vinculado a problemas de comunicación, disponibilidad de tiempo o distancia, factores que deben considerarse en la gestión comunitaria.

Tabla 9 Principales dificultades para la participación en mingas y reuniones comunitarias

9. Principales dificultades para la participación en mingas y reuniones comunitarias		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Falta de tiempo	42	24%
Falta de información sobre las fechas	80	47%
Falta de interés	24	14%
Distancia o problemas de transporte	13	8%
Ninguno	12	7%
Total	171	100%

Nota: Información de encuestas. Elaborado por Adam Curay / diciembre 2025

Gráfico 9 Principales dificultades para la participación en mingas y reuniones comunitarias



Nota: Información de encuestas. Elaborado por Adam Curay / diciembre 2025

Análisis e interpretación: La principal dificultad señalada es la falta de información sobre fechas con el 47%, seguida por la falta de tiempo con un 24%, el desinterés con un 14%, la distancia o problemas de transporte con un 8% y la ausencia de dificultades con un 7%. Este patrón evidencia que la mayor barrera es la insuficiencia de mecanismos claros y oportunos de comunicación y esto por ende afecta de forma directa la organización comunitaria.

Tabla 10 Percepción sobre la necesidad de mejorar el sistema de comunicación comunitario

10. Percepción sobre la necesidad de mejorar el sistema de comunicación comunitario		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	161	94%
No	10	6%
Total	171	100%

Nota: Información de encuestas. Elaborado por Adam Curay / diciembre 2025

Gráfico 10 Percepción sobre la necesidad de mejorar el sistema de comunicación comunitario



Nota: Información de encuestas. Elaborado por Adam Curay / diciembre 2025

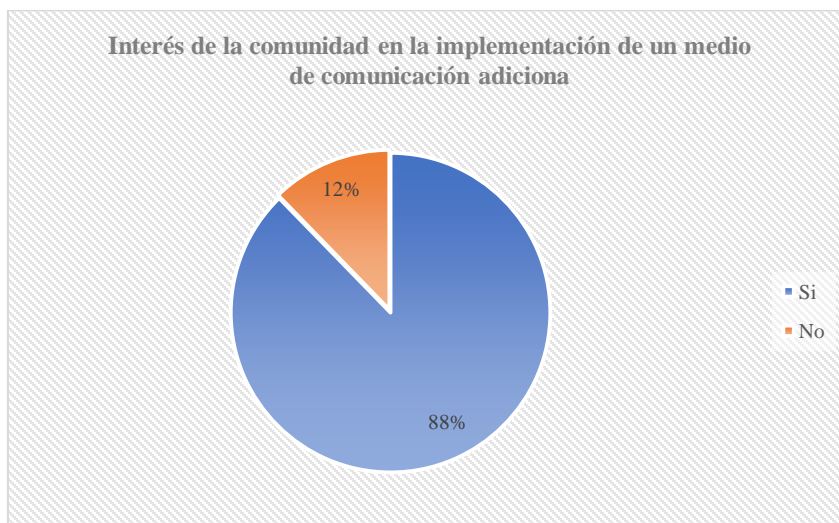
Análisis e interpretación: La mayoría de las personas encuestadas en el recinto Marcopamba que corresponde al 94%, considera necesario mejorar el sistema de comunicación, mientras que solo el 6% piensa lo contrario. Esta tendencia casi unánime refleja una percepción clara de que los canales actuales son insuficientes o poco funcionales y respalda la urgencia de implementar estrategias que optimicen la difusión de información y fortalezcan la organización interna.

Tabla 11 Interés de la comunidad en la implementación de un medio de comunicación adicional

11. Interés de la comunidad en la implementación de un medio de comunicación adicional		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	150	88%
No	21	12%
Total	171	100%

Nota: Información de encuestas. Elaborado por Adam Curay / diciembre 2025

Gráfico 11 Interés de la comunidad en la implementación de un medio de comunicación adicional



Nota: Información de encuestas. Elaborado por Adam Curay / diciembre 2025

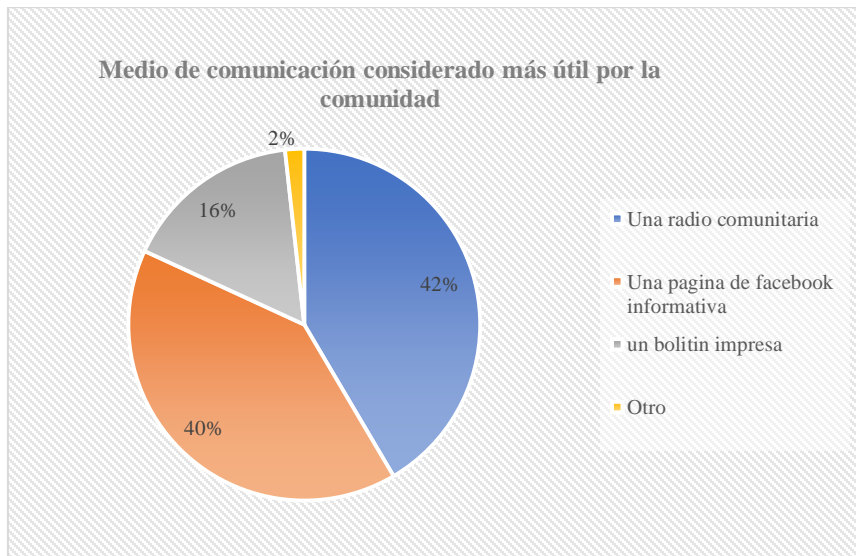
Análisis e interpretación: El 88% de los encuestados expresa interés en contar con un medio adicional de comunicación, frente al 12% que no lo considera necesario, esta alta aceptación evidencia una disposición colectiva para diversificar las vías informativas y adoptar nuevas herramientas que faciliten la circulación de mensajes, esto favorece la implementación de proyectos comunicacionales comunitarios.

Tabla 12 Medio de comunicación considerado más útil por la comunidad

12. Medio de comunicación considerado más útil por la comunidad		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Una radio comunitaria	71	42%
Una página de Facebook informativa	69	40%
Un boletín impreso	28	16%
Otro	3	2%
Total	171	100%

Nota: Información de encuestas. Elaborado por Adam Curay / diciembre 2025

Gráfico 12 Medio de comunicación considerado más útil por la comunidad



Nota: Información de encuestas. Elaborado por Adam Curay / diciembre 2025

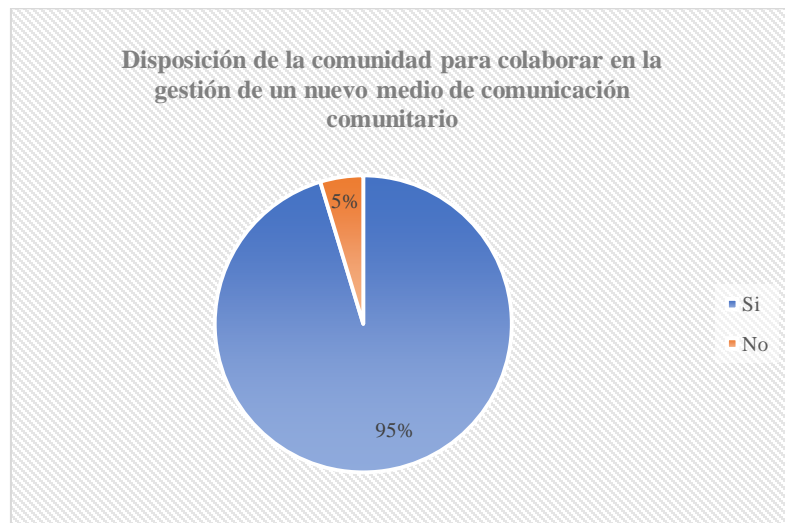
Análisis e interpretación: Los medios de comunicación considerados más útiles por las personas encuestadas son la radio comunitaria con el 42% y una página de Facebook informativa con el 40%, seguidos por el boletín impreso con el 16% y otras opciones con el 2%. Esta distribución demuestra que la población valora tanto los medios tradicionales como los digitales y permite pensar en estrategias híbridas que aprovechen la cercanía de la radio y la rapidez de las plataformas en línea.

Tabla 13 Disposición de la comunidad para colaborar en la gestión de un nuevo medio de comunicación comunitario

13. Disposición de la comunidad para colaborar en la gestión de un nuevo medio de comunicación comunitario		
Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	163	95%
No	8	5%
Total	171	100%

Nota: Información de encuestas. Elaborado por Adam Curay / diciembre 2025

Gráfico 13 Disposición de la comunidad para colaborar en la gestión de un nuevo medio de comunicación comunitario



Nota: Información de encuestas. Elaborado por Adam Curay / diciembre 2025

Análisis e interpretación: La disposición a colaborar es muy alta, con un 95% que afirma estar dispuesto a participar en la gestión de un nuevo medio de comunicación, mientras que solo el 5% no lo haría, esta pregunta deja visible que la voluntad colectiva de la comunidad es un recurso importante para la sostenibilidad de la iniciativa comunicacional y demuestra que el recinto Marcopamba reconoce la importancia de fortalecer sus mecanismos informativos.

4.1.2 Entrevista a expertos de comunicación

Se aplicó una entrevista estructurada a dos expertos en comunicación.

Transcripción de la entrevista 1

Entrevista a: Lic. Sebastián Jarrín, periodista 10 años de experiencia

Cargo: Comunicador

Fecha: 22 de enero de 2026

P1.- Desde su experiencia, ¿qué características deben tener los canales de comunicación comunitaria para ser efectivos en contextos rurales?

R1.- Los canales de comunicación deben ser accesibles, claros y adaptados a la realidad de la comunidad. En sectores rurales como Marcopamba, es importante utilizar medios como la radio comunitaria y WhatsApp, ya que permiten difundir información de manera directa. Además, estos canales deben promover la participación de los habitantes y facilitar la organización comunitaria

P2.- ¿Cuáles son las principales barreras de comunicación que se presentan en comunidades rurales dispersas y cómo estas afectan a la difusión de información local?

R2.- Las principales barreras son la falta de acceso a internet, la limitada cobertura de señal y la dispersión geográfica de las comunidades. Esto afecta la difusión de información, ya que no todos los habitantes reciben los comunicados a tiempo, lo que dificulta la participación en actividades comunitarias y procesos organizativos

P3.- ¿Qué papel cumplen las radios comunitarias dentro de los procesos de información y organización social en comunidades rurales?

R3.- Las radios comunitarias cumplen un papel fundamental, ya que permiten difundir información importante sobre reuniones, mingas y decisiones comunitaria. Además,

fortalecen la organización social y permiten que la población este informada y participe activamente en los procesos comunitarios.

P4.- ¿Considera que el uso de redes sociales como Facebook complementa la comunicación popular en áreas rurales dispersas?

R4.- Si, las redes sociales como Facebook complementan la comunicación comunitaria, ya que permiten difundir información de forma rápida y directa. Estas herramientas facilitan la comunicación entre los dirigentes y la comunidad, mejorando la organización y la participación ciudadana.

P5.- ¿Qué tipos de contenidos se deben priorizar en una radio comunitaria online y en una página de Facebook para fortalecer la identidad y la participación comunitaria?

R5.- Se deben priorizar contenidos relacionados con convocatorias a mingas, reuniones comunitarias, proyectos locales, avisos importantes y actividades culturales. Estos contenidos fortalecen la identidad comunitaria y promueven la participación de los habitantes

Transcripción de la entrevista 2

Entrevista a: Lic. Vicente Ninabanda, 30 años de experiencia

Cargo: Radio difusor y abogado

Fecha: 22 de enero de 2026

P1.- Desde su experiencia, ¿qué características deben tener los canales de comunicación comunitaria para ser efectivos en contextos rurales?

R1.- Bueno, en los canales de comunicación comunitaria es importante tomar en cuenta la lengua, las costumbres y la forma de vida de la gente. En los contenidos, por ejemplo, en la radio, se debe incluir música y elementos culturales que le gusten a la comunidad, sin caer en prejuicios de que lo comunitario es solo para lo indígena o lo rural. La comunidad comunitaria no se limita a un territorio, sino que se basa en un objetivo

común, en el trabajo colectivo, en la minga, donde participan hombres, mujeres, jóvenes y todos los sectores. Es una comunicación pensada desde la comunidad y para la comunidad.

P2.- ¿Cuáles son las principales barreras de comunicación que se presentan en comunidades rurales dispersas y cómo estas afectan a la difusión de información local?

R2.- Una de las principales barreras es el tema geográfico, ya que las distancias y el relieve dificultan que medios como la radio lleguen a todos los sectores, especialmente en zonas dispersas. A esto se suma el tema del idioma, la cultura y la idiosincrasia de la gente. Muchas veces los medios no logran conectar porque no se relacionan con la realidad del campesino, del agricultor o del indígena. Si no se habla de su interés, como su trabajo o su vida cotidiana, la información no llega ni genera participación. Por eso, la comunicación debe estar vinculada directamente con el contexto de la comunidad.

P3.- ¿Qué papel cumplen las radios comunitarias dentro de los procesos de información y organización social en comunidades rurales?

R3.- Las radios comunitarias cumplen un papel fundamental, ya que permiten difundir información relevante para la comunidad y responder a sus necesidades. Desde estos espacios se abordan temas sociales, culturales y organizativos que interesan a la población. Además, influyen en la organización comunitaria, porque ayudan a orientar a la gente, generan reflexión sobre problemáticas sociales y motivan la participación. No solo informan, sino que también indican en la forma en que la comunidad se organiza y toma decisiones.

P4.- ¿Considera que el uso de redes sociales como Facebook complementa la comunicación popular en áreas rurales dispersas?

R4.- Si complementan la comunicación, pero también pueden distorsionarla si no se utilizan de manera adecuada. Estas herramientas tecnológicas pueden ser muy útiles para difundir información, pero cuando se usan de forma negativa genera conflictos,

desinformación y debilitan la organización. Muchas veces se utilizan para criticar o deslegitimar a los dirigentes, lo que afecta a la comunidad. Por eso, su uso debe ser responsable, ya que la organización fue fundamental para el desarrollo de los pueblos.

P5.- ¿Qué tipos de contenidos se deben priorizar en una radio comunitaria online y en una página de Facebook para fortalecer la identidad y la participación comunitaria?

R5.- Los contenidos deben estar enfocados en el propio idioma, la cultura, la música y las costumbres de la comunidad. Es importante generar información que fortalezca la identidad cultural y el sentido de pertenencia. Además, se deben crear contenidos que hablen de la realidad de la comunidad y que valoren su riqueza cultural, ya que no tener recursos económicos no significa ser pobre, si no que existe una riqueza cultural e intelectual. La comunicación debe partir de lo propio, adaptarse a los tiempos actuales, pero sin perder la identidad frente a influencias externas.

En la **Tabla 14** se presentan tres de las cinco preguntas aplicadas en la entrevista a expertos comunicacionales, se seleccionaron las preguntas 1, 2 y 4 por su relevancia con el tema de investigación y su aporte a la comprobación de la idea a defender que busca validar a la comunicación comunitaria como herramienta de interacción social.

Tabla 14

Análisis cualitativo comparativo de las respuestas a las entrevistas

Pregunta	Entrevistado 1 – Lic. Sebastián Jarrín	Entrevistado 2 – Lic. Vicente Ninabanda	Análisis
1. Desde su experiencia, ¿qué características deben tener los medios de comunicación comunitaria para	Destaca la necesidad de un diagnóstico previo para identificar los medios más utilizados por la comunidad y planificar contenidos acordes a sus rutinas y	Enfatiza la importancia de considerar la lengua, la cultura, las costumbres y la diversidad de la comunidad,	Los entrevistados presentan enfoques que se complementan entre sí, ya que el primero destaca la necesidad de un diagnóstico previo y adaptación de contenidos a los hábitos de

ser efectivos en contextos rurales?	hábitos comunicacionales.	entiende lo comunitario como un fin colectivo más que como una condición rural.	la comunidad, mientras que el segundo enfatiza la pertinencia cultural, considerando lengua, costumbres y la dimensión colectiva de lo comunitario.
2. ¿Cuáles son las principales barreras de comunicación que se presentan en comunidades rurales dispersas y cómo estas afectan a la difusión de información local?	Señala limitaciones tecnológicas, falta de equipos, escasa promoción de los medios comunitarios y debilidades en la preparación comunicativa.	Identifica la distancia geográfica, la topografía, el idioma y la desconexión cultural de los contenidos como las principales barreras.	Las barreras identificadas se relacionan con la realidad del recinto Marcopamba, donde la comunicación depende en su mayoría de encuentros presenciales y medios tradicionales. Estas dificultades explican por qué la difusión de información no es oportuna ni equitativa, por lo mismo, existe problemas de participación y descoordinación en actividades comunitarias como mingas y gestión del agua.
4. ¿Considera que el uso de redes sociales como Facebook complementa la comunicación popular en áreas rurales dispersas?	Considera que las redes sociales complementan a los medios comunitarios siempre que exista conectividad y un diagnóstico previo de su uso.	Reconoce su potencial, pero advierte que un uso inadecuado puede distorsionar la información y debilitar la organización comunitaria.	Cuando el uso es planificado, responsable y alineado a los valores organizativos de la comunidad, las redes sociales fortalecen la comunicación popular como medios complementarios. La incorporación estratégica de dichas redes contribuye a mejorar la difusión de

Nota: Información de entrevista. Elaborado por Adam Curay / diciembre 2025

4.1.3 Entrevistas a dirigentes representativos en la comunidad y parroquia

Se realizó una entrevista al presidente de la Junta Parroquial de San Lorenzo y al presidente del recinto Marcopamba, con el fin de obtener información sobre las necesidades comunicacionales de la comunidad, las problemáticas informativas existentes y las prioridades de difusión local.

Transcripción de la entrevista 3

Entrevista a: William Chiluiza

Cargo: Presidente de la Junta Parroquial de San Lorenzo

Fecha: 05 de enero de 2026

P1.- ¿Cuáles considera que son las principales dificultades en la difusión de información hacia los recintos de la parroquia San Lorenzo?

R1.-La principal dificultad es la falta de acceso a internet y señal telefónica en varios recintos rurales, lo que impide que la información llegue de manera rápida a todos los habitantes. Además, la distancia entre comunidades dificulta la comunicación directa.

P2.- Desde su experiencia, ¿qué tipo de información comunitaria requiere mayor difusión para fortalecer la participación ciudadana?

R2.- La información sobre mingas, reuniones comunitarias, proyectos parroquiales y decisiones organizativas, ya que estos temas permiten que la población participe activamente en el desarrollo de su comunidad.

P3.- ¿Qué papel podrían cumplir los medios comunitarios digitales, como un canal de WhatsApp o una página de Facebook, en el fortalecimiento de la comunicación parroquial?

R3.- Podrían cumplir un papel importante, ya que permitirían difundir información de forma rápida y directa, facilitar la comunicación entre las autoridades y los habitantes de los recintos.

P4.- ¿De qué manera la Junta Parroquial podría articularse con los recintos para apoyar procesos de comunicación comunitaria?

R4.- Podría apoyar promoviendo el uso de medios digitales comunitarios y gestionando proyectos que mejoren el acceso a internet en los sectores rurales.

P5.- ¿Qué recomendaciones brindaría para el manejo responsable y sostenible de un medio de comunicación comunitario?

R5.- Que se difundan información verificada, clara y de interés comunitarios, y que sea administrado de forma organizada para garantizar una buena comunicación.

Tabla 15

Análisis cualitativo de la entrevista al presidente de la Junta Parroquial de San Lorenzo

Pregunta	Respuesta	Análisis
1. ¿Cuáles considera que son las principales dificultades en la difusión de información hacia los recintos de la parroquia San Lorenzo?	Lo más complicado es la cobertura, no tenemos buena cobertura, entonces por ese motivo no tenemos acceso a internet o a información, hay sectores en la parroquia en donde no hay señal.	La principal dificultad identificada es la limitada cobertura de conectividad en ciertos sectores geograficos, lo que obliga a general nuevas estrategias de comunicación comunitaria.
4. ¿De qué manera la Junta Parroquial podría articularse con los recintos para apoyar procesos de comunicación comunitaria?	Como gobierno parroquial tocaría ahí si tener convenios con lo que hacen de poner internet para apoyar en las partes más críticas que no tienen cobertura para que llegue el internet, usted sabe que el internet llega a los rincones más lejanos. Tocaría apoyar	Se evidencia la necesidad de generar convenios institucionales para fortalecer la conectividad en los recintos más alejados y apoyar los procesos de comunicación comunitaria.

con convenios a las comunidades más
lejanas.

Nota: Información de entrevista. Elaborado por Adam Curay / diciembre 2025

Transcripción de la entrevista 4

Entrevista a: Humberto Naranjo Calero

Cargo: Presidente del recinto Marcopamba

Fecha: 05 de enero de 2026

P1.- 1. ¿Cómo evalúa el actual sistema de comunicación utilizado en el recinto Marcopamba?

R1.- El sistema de comunicación es limitado, debido a que no todos los habitantes tienen acceso a internet, lo que dificulta la difusión de información comunitaria.

P2.- ¿Qué tipo de información considera que no está llegando de manera oportuna a los habitantes del recinto?

R2.- Principalmente la información sobre mingas, reuniones comunitarias y actividades organizativas, lo que afecta la participación de algunos habitantes.

P3.- ¿Qué beneficios cree que aportaría un canal de comunicación de WhatsApp y una página de Facebook para la organización comunitaria?

R3.- Permitirá difundir información de forma rápida y oportuna, mejorando la organización comunitaria y la participación de los habitantes.

P4.- ¿Usted estaría de acuerdo en que un estudiante de Comunicación pueda ayudar a gestionar de mejor manera los canales de comunicación?

R4.- Si, sería importante contar con un comunicador ya que ayudara a mejorar la difusión de información y fortalecer la comunicación comunitaria

P5.- ¿Quiénes considera que deberían participar en la administración y generación de contenidos de estos medios comunitarios?

R5.- Los dirigentes comunitarios y jóvenes, para garantizar una buena organización comunitaria.

P6.- ¿Qué temas o actividades deberían priorizarse en los contenidos informativos dirigidos a la comunidad?

R6.- Temas relacionados con mingas, reuniones, proyectos comunitarios y actividades organizativas del recinto.

Tabla 16

Análisis cualitativo de la entrevista al presidente del recinto Marcopamba

Se presenta un análisis individual debido a que el instrumento de recolección de datos (entrevista) constaba de preguntas distintas.

De las 6 preguntas se rescatan las preguntas 2 y 4 porque contribuyen a la idea a defender.

Pregunta	Respuesta	Análisis
2. ¿Qué tipo de información considera que no está llegando de manera oportuna a los habitantes del recinto?	La información general a algunas personas llega, a otras no llega falta de comunicación, por ejemplo, en el caso de mingas, en el caso de pagos de consumo de agua potable y pago de alcantarillado.	Se identifica una deficiente difusión de información comunitaria que afecta la participación en mingas y el cumplimiento oportuno de obligaciones relacionadas con servicios básicos.
4. ¿Usted estaría de acuerdo en que un estudiante de Comunicación pueda ayudar a gestionar de mejor manera los canales de comunicación?	Sería importante, a través de en este caso de usted compañero, crear esto para que haya una mejora para toda la población del recinto previo su asesoramiento	Existe apertura y predisposición de las autoridades comunitarias para recibir apoyo técnico que permita fortalecer la gestión de los canales de comunicación comunitaria.

Nota: Información de entrevista. Elaborado por Adam Curay / diciembre 2025

4.2 Discusión de resultados

Los datos obtenidos a través de la encuesta permiten comprender cómo se desarrolla la comunicación popular en el recinto Marcopamba y cuáles son las principales barreras que afectan la participación comunitaria; en primer lugar, se evidencia que el canal de comunicación más utilizado es el grupo de WhatsApp, este medio tiene gran relevancia debido a la dispersión geográfica de la población y la necesidad de transmitir mensajes de forma rápida; sin embargo, su predominio genera dependencia y excluye a quienes no utilizan teléfonos móviles con frecuencia o no residen de forma permanente en el recinto.

En relación con las barreras de comunicación los resultados muestran que la principal dificultad para participar en mingas o reuniones es la falta de información sobre las fechas y, aunque existe voluntad de participación, los mecanismos actuales no logran llegar a toda la población de forma oportuna ni clara. A ello se suman otros factores como la falta de tiempo, el desinterés y los problemas de distancia o transporte, que revelan condiciones propias de un área dispersa como es la zona de objeto de estudio.

Además, el 44% de las personas encuestadas en el recinto indica que no suficiente la información dada por WhatsApp, esto refuerza la percepción de que el sistema de comunicación comunitaria presenta vacíos y refleja la necesidad percibida de mejorar dicho sistema, apoyada por el 94% de la población, además, existe el interés del 88% por contar con un medio adicional, como una radio comunitaria o una página de Facebook informativa.

La alta disposición del 95% a colaborar en la gestión de un nuevo medio de comunicación evidencia que la comunidad reconoce la importancia de fortalecer sus canales informativos y está dispuesta a involucrarse en soluciones colectivas. Con los datos obtenidos se demuestra que el recinto Marcopamba cuenta con una estructura social participativa, pero requiere ampliar y mejorar sus canales de comunicación para garantizar una difusión equitativa, fortalecer la participación y evitar descoordinaciones en tareas esenciales comunitarias.

Por otro lado, las entrevistas a las autoridades parroquiales y comunitarias evidencian que la principal problemática en la difusión de información es la limitada cobertura de internet, en especial en los sectores más alejados, lo que dificulta el acceso oportuno a información relevante y reduce la participación en actividades comunitarias como mingas y reuniones. Esta situación genera desigualdad informativa dentro de la comunidad y afecta el cumplimiento de responsabilidades colectivas.

Asimismo, los entrevistados coinciden en que el uso organizado de medios comunitarios digitales, como WhatsApp y Facebook, constituye una alternativa viable para mejorar la comunicación y la organización comunitaria. La disposición de las autoridades para establecer convenios que fortalezcan la conectividad y para involucrar a estudiantes y jóvenes en la gestión de estos canales refuerza la pertinencia de implementar estrategias de comunicación comunitaria participativas que promuevan la inclusión, la corresponsabilidad y el fortalecimiento de los valores comunitarios.

CONCLUSIONES

1. Se identificó que la comunidad depende del grupo de WhatsApp como medio central de difusión, mientras que otros canales como la comunicación de boca en boca, la radio, las redes sociales y los carteles tienen un alcance menor. Esta predominancia evidencia una estructura comunicacional limitada, poco diversificada y que genera desigualdades en el acceso a la información, en especial para las personas que no usan aplicaciones digitales o no residen de forma permanente en la comunidad.
2. Se determinó que la falta de información clara y oportuna sobre las fechas de mingas y reuniones constituye la principal limitación para la participación, seguida por la falta de tiempo, el desinterés y las dificultades de transporte. Estas barreras reflejan que los mecanismos informativos actuales no logran cubrir de forma adecuada a toda la población, provoca descoordinación en actividades colectivas y debilita la organización comunitaria. Además, se concluye que el grupo de WhatsApp comunitario no cuenta con una gestión adecuada de la información, ya que la alta cantidad de mensajes, tanto relevantes como irrelevantes, genera saturación informativa y desmotiva a los miembros de la comunidad a leer y atender los comunicados importantes.
3. Los resultados evidencian una alta predisposición comunitaria y apoyo institucional para implementar estrategias de comunicación popular que fortalezcan la transmisión de información y la participación ciudadana. El interés mayoritario en contar con medios complementarios, como una página de Facebook y un grupo de WhatsApp, así como la disposición de la población y de las autoridades para colaborar en su gestión, confirma la pertinencia de desarrollar estrategias participativas que promuevan una comunicación inclusiva, equitativa y sostenible en el recinto Marcopamba.

RECOMENDACIONES

1. Diversificar los canales de comunicación comunitaria del recinto Marcopamba, complementar el uso del grupo de WhatsApp con otros medios accesibles como una página informativa de Facebook, carteles comunitarios y mecanismos de comunicación directa, a fin de garantizar un acceso equitativo a la información, en especial para personas con limitado uso de aplicaciones digitales o con residencia temporal en la comunidad.
2. Establecer lineamientos claros para la gestión del grupo comunitario de WhatsApp, que incluyan la definición de responsables, criterios de publicación, horarios de difusión y priorización de mensajes oficiales, con el propósito de reducir la saturación informativa, mejorar la claridad de los comunicados y fortalecer la participación comunitaria en mingas y reuniones.
3. Implementar estrategias de comunicación popular con enfoque participativo, es decir, involucrar a jóvenes, estudiantes y líderes comunitarios en la administración y generación de contenidos informativos, con el acompañamiento de las autoridades locales, a fin de fortalecer la organización comunitaria, promover la corresponsabilidad social y asegurar la sostenibilidad de los procesos comunicacionales en el recinto Marcopamba.

CAPÍTULO V. PROPUESTA

5.1 Tema

Estrategias de comunicación popular para fortalecer la información y participación de los habitantes del recinto Marcopamba, parroquia San Lorenzo.

5.2 Antecedente de la propuesta

A partir de los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a 171 personas del recinto Marcopamba, se evidencia que la comunicación comunitaria se sustenta de forma principal en el uso del grupo de WhatsApp como canal central de difusión de información con el 49%, este medio tiene relevancia debido a la dispersión geográfica de la población y a la necesidad de transmitir mensajes de manera rápida; sin embargo, su uso exclusivo genera una dependencia que limita el acceso equitativo a la información, en especial para personas que no utilizan teléfonos móviles con frecuencia.

De acuerdo con la entrevista realizada al presidente de la Junta Parroquial de San Lorenzo la principal dificultad en la difusión de información hacia los recintos radica en la limitada cobertura de conectividad que restringe el acceso a internet y a la información en diversos sectores. Por su parte, en la entrevista al presidente del recinto Marcopamba, se evidencia una deficiente difusión de información comunitaria que ocasiona que avisos importantes como mingas y pagos de servicios básicos, no lleguen de manera oportuna a todos los habitantes.

Asimismo, los datos de la encuesta también revelan que la principal barrera para la participación en mingas y reuniones comunitarias es la falta de información clara y oportuna sobre las fechas de las actividades que corresponde al 47%, es decir, los mecanismos actuales de comunicación no logran cubrir a toda la población de manera efectiva. A esta problemática se suman factores como la falta de tiempo, el desinterés y las dificultades de transporte, propias de una zona rural dispersa, que intensifican la necesidad de mejorar los procesos informativos.

El uso de WhatsApp como principal medio de comunicación comunitaria resulta poco eficiente debido a la falta de organización y control en la difusión de la información, donde, la mezcla constante de mensajes informativos con contenidos no relevantes genera saturación comunicacional y dificulta la identificación de avisos importantes. Además, la ausencia de responsables de gestión, de criterios de publicación y de una estructura formal de comunicación reduce la efectividad del canal, se provoca desinterés y baja participación de los miembros de la comunidad.

Al mismo tiempo, existe interés del 88% por contar con medios alternativos, como el uso eficiente y efectivo de redes sociales como Facebook, se manifiesta una percepción colectiva sobre la necesidad de diversificar los canales de comunicación e implementar estrategias de comunicación comunitaria apropiadas para el sector rural en estudio. En este contexto, la disposición de la comunidad para colaborar en la gestión de nuevos medios confirma que el recinto Marcopamba posee una base organizativa participativa, pero requiere estrategias comunicacionales que fortalezcan la difusión de información, promuevan la inclusión y mejoren la participación comunitaria.

5.3 Justificación de la propuesta

La implementación de redes sociales como Facebook y WhatsApp constituye una estrategia importante para fortalecer los procesos de comunicación comunitaria, al permitir ampliar el alcance y la cobertura de la información hacia distintos grupos poblacionales, incluidos habitantes con conectividad limitada y residentes temporales. Estas plataformas, por su uso extendido y accesibilidad, facilitan la difusión oportuna de información relevante y contribuyen a mejorar la articulación social en contextos rurales.

La creación de una página comunitaria en Facebook posibilita la publicación sistemática de comunicados oficiales, el registro de actividades comunitarias y la convocatoria a mingas, reuniones y eventos, además de fomentar la interacción directa entre la directiva y los habitantes. Por su parte, el uso organizado de WhatsApp como

canal complementario permite la transmisión inmediata de avisos prioritarios, siempre que se establezcan criterios claros para su gestión y uso.

La administración de estos canales por parte de la directiva comunitaria, con el apoyo de líderes locales y voluntarios, garantiza la legitimidad, transparencia y continuidad de la información difundida. Asimismo, la definición de normas de uso, la asignación de responsabilidades y la planificación de contenidos contribuyen a fortalecer la comunicación organizativa y a promover la participación activa de la comunidad en la construcción y gestión de sus propios medios de comunicación.

Además, las herramientas digitales proponen la implementación de un tablero informativo comunitario con un sistema de semáforo como estrategia práctica y de fácil comprensión para todos los habitantes del sector. En este sentido, el color verde del semáforo se destinará a información preventiva y notas generales sobre el recinto Marcopamba; el amarillo indicará avisos sobre reuniones, eventos y actividades próximas; mientras que, el rojo señalará información urgente, pagos pendientes u obligaciones comunitarias que requieran atención inmediata.

Por otra parte, se plantea reforzar la estrategia de información cara a cara, misma que se entiende como comunicación directa durante reuniones y mingas cuando es necesario, esta modalidad, se vincula a las prácticas culturales del recinto Marcopamba y fortalece la confianza, cohesión social y sentido de pertenencia, elementos fundamentales dentro de la comunicación popular en áreas rurales dispersas.

5.4 Objetivo de la propuesta

5.4.1 Objetivo General

Fortalecer la información y la participación de los habitantes del recinto Marcopamba, por medio de estrategias de comunicación comunitaria

5.4.2 Objetivos Específicos

- Reforzar la página comunitaria de Facebook del recinto Marcopamba, definiendo objetivos comunicacionales, tipos de contenido, roles de administración y posibles alianzas estratégicas.
- Diseñar la estructura y lineamientos para el manejo adecuado de contenidos en el grupo comunitario de WhatsApp para una optimización de la difusión de información relevante y mejora de la participación ciudadana.
- Esbozar una cartelera informativo comunitario con sistema de clasificación tipo semáforo para establecer criterios de organización, actualización y difusión oportuna de la información en el recinto Marcopamba.

5.5 Desarrollo de la propuesta

5.5.1 Página oficial de Facebook

El primer componente de la propuesta abarca el diseño de una página informativa en Facebook para el recinto Marcopamba pensada como un canal complementario de comunicación popular, orientado a la difusión de información comunitaria y al fortalecimiento de la participación ciudadana.

a) Objetivos comunicacionales de la página de Facebook

La página informativa tiene como objetivos comunicacionales:

- Difundir información comunitaria de manera clara, oportuna y accesible
- Fortalecer la participación de los habitantes en actividades colectivas como mingas y reuniones
- Visibilizar la gestión comunitaria y parroquial al promover la interacción entre autoridades y población.

b) Estructura de la página de Facebook

La estructura de la página de Facebook se diseñó de forma sencilla, funcional, se prioriza la facilidad de acceso a la información, además, se propone incluir una sección

de presentación del recinto Marcopamba, donde se describa de forma breve su ubicación, organización comunitaria y objetivos de la página.

De manera adicional, se contempla un espacio para publicaciones informativas periódicas, avisos comunitarios y convocatorias, así como un apartado para contenidos audiovisuales, tales como fotografías o videos de actividades comunitarias, que refuercen la identidad local y el sentido de pertenencia.

La estructura de la página de Facebook se organizó de acuerdo a los pasos desarrollados durante su creación, tales como la incorporación de la información institucional, la aplicación de una identidad visual propia mediante el uso del logo, banner y colometría representativa del recinto, y la disposición de espacios destinados a la publicación de notas periodísticas y afiches informativos.

Esta organización permite una gestión ordenada de los contenidos y facilita que los administradores comunitarios puedan actualizar la información de manera autónoma, se asegure la coherencia visual, claridad comunicacional y continuidad en la difusión de actividades y acontecimientos relevantes para el recinto Marcopamba.

c) Tipos de contenidos a difundir

Los contenidos de la página están orientados a información de interés comunitario que incluye convocatorias a mingas y reuniones, anuncios parroquiales, comunicados de la directiva del recinto, información sobre proyectos locales y mensajes educativos o preventivos.

Del mismo modo, se considera la publicación de entrevistas breves a autoridades y líderes comunitarios, así como la difusión de fechas importantes y actividades culturales, esto garantiza que la información sea pertinente, comprensible y adecuada al contexto rural como es el recinto Marcopamba.

d) Roles de administración y gestión de la página

En el diseño de la propuesta se establece que la administración de la página de Facebook recae en la directiva del recinto Marcopamba, en específico en una persona designada como administrador principal; este rol es responsable de la publicación de contenidos y de la moderación de la página.

De manera complementaria, se prevé la participación de administradores secundarios, quienes podrán colaborar en la elaboración y envío de información, bajo lineamientos previamente establecidos, al mismo tiempo, la Junta Parroquial de San Lorenzo participará como aliada estratégica que aporte información institucional para su difusión. Se expone un ejemplo para la implementación de roles:

- Administrador principal: Responsable de la gestión integral de la página
- Administrador secundario: Encargado de apoyar en la elaboración de notas informativas, afiches y material gráfico

e) Creación de la página de Facebook del recinto Marcopamba

Paso 1. Creación de la página de Facebook: Se procedió a la creación de la página oficial de Facebook del recinto Marcopamba, concebida como un espacio informativo y participativo destinado a fortalecer la comunicación comunitaria.

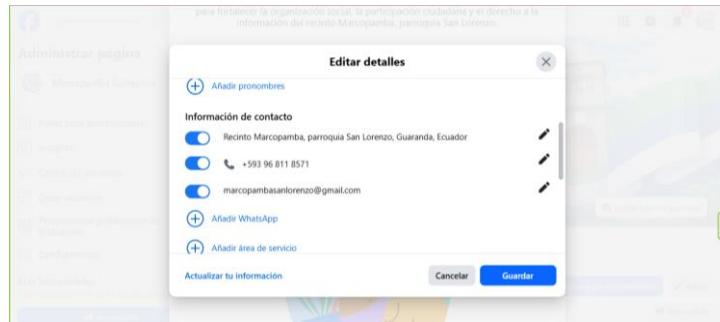
Figura 3 Paso 1 creación de la página de Facebook



Nota: Paso 1, página de Facebook. Elaborado por Adam Curay / enero 2026

Paso 2. Configuración de la información institucional: Se ingresó la información básica de la página que incluye dirección, ubicación, correo electrónico y número de teléfono, con el objetivo de facilitar la comunicación entre la comunidad y los ciudadanos interesados.

Figura 4 Paso 2 Configuración de la página de Facebook



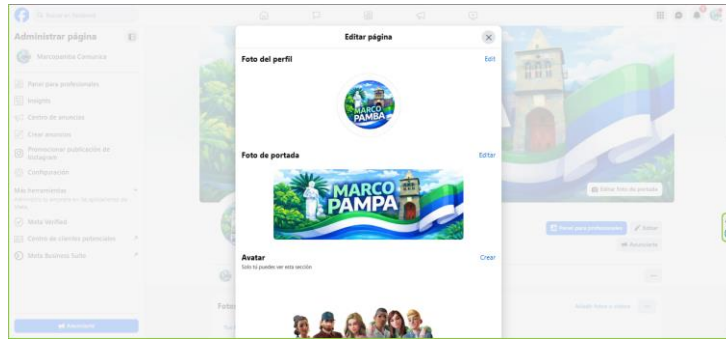
Nota: Paso 2, configuración de página. Elaborado por Adam Curay / enero 2026

Paso 3. Diseño de identidad visual

Se incorporó la fotografía de perfil y la imagen de portada que representan al recinto Marcopamba, cabe señalar que, tras la recopilación de información, se evidenció que el recinto no contaba con un logo oficial, sino solo una bandera representativa. Por tal motivo, se procedió a la creación de un logo propio, se tomó como referencia elementos identitarios como la iglesia, la estatua y los colores de la bandera, con el fin de fortalecer su identidad visual, donde también se utilizó las siguientes colorimetrías donde podemos apreciarle en el manual de marca del siguiente enlace.

https://www.canva.com/design/DAF291cE72U/YvpPc8UjqIpCsbODUGPAPA/edit?utm_content=DAF291cE72U&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

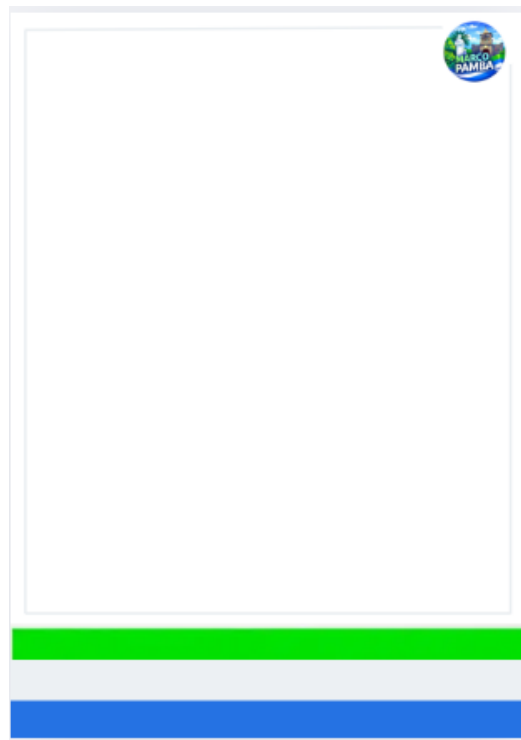
Figura 5 Paso 3 Diseño de identidad de la página de Facebook

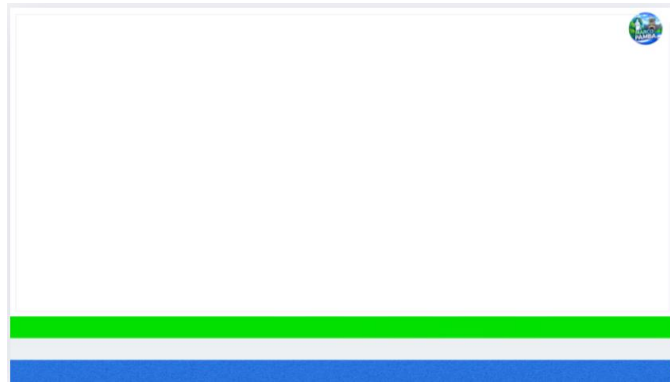


Nota: Paso 3, diseño de la página. Elaborado por Adam Curay / enero 2026

Paso 4. Elaboración de banners informativos: Se diseñaron banners para la publicación de notas informativas, tanto en formato vertical como horizontal, se consideró los lineamientos visuales de la página y la identidad gráfica del recinto.

Figura 6 Paso 4 Modelo de banner informativos para la página de Facebook





Nota: Paso 4, modelos de banners informativos. Elaborado por Adam Curay / enero 2026

Paso 5. Capacitación comunitaria en el uso de la página de Facebook y diseño gráfico: Se impartió una capacitación dirigida a los habitantes del recinto Marcopamba, en la cual se explicó el manejo adecuado de la red social Facebook y elaboración de banners informativos. Durante la sesión se abordó la importancia del uso de los colores representativos de la parroquia, la correcta aplicación del logo, principios básicos de lectura y redacción.

Figura 7 Paso 5 Capacitación comunitaria en el uso de la página de Facebook y diseño



Nota: Paso 5, capacitación con la comunidad del recinto. Elaborado por Adam Curay / enero 2026

Paso 6. Elaboración de afiches impresos: Se diseñó un afiche destinado a su impresión en hojas mediante el cual se orientó a los participantes sobre la correcta redacción de textos y el uso adecuado del diseño gráfico, además, se explicó el proceso de impresión, se enfatizó la incorporación del logo del recinto y el respeto a la colometría institucional, basada en los colores de la bandera y la identidad visual comunitaria.

Figura 8 Paso 6 Modelo de afiches impresos



Se elaboró un afiche destinado a la impresión en hojas, en el cual se orientó a los participantes sobre la correcta redacción de textos y el uso adecuado del diseño gráfico. Además, se explicó cómo debe realizarse la impresión incorporando el logo de la comunidad, respetando la colometría institucional, la cual representa los colores de su bandera y de su identidad visual.

Nota: Paso 6, modelo de afiches. Elaborado por Adam Curay / enero 2026

Paso 7. Diseño de material promocional e identidad gráfica: Se desarrollaron diseños gráficos aplicados a productos promocionales como camisetas y gorras, se incorporó el logo del recinto Marcopamba y, aunque la producción física de estos materiales se planteó como una propuesta a futuro, se elaboraron modelos visuales que evidencian la posible aplicación del logo en distintos soportes. Asimismo, se diseñaron ejemplos de aplicación del logo en cuadernos, tarjetas de presentación, tarjetas de contacto, carpetas y otros materiales gráficos, con el objetivo de fortalecer la identidad visual del recinto y facilitar su uso posterior en actividades comunitarias, institucionales y de comunicación.

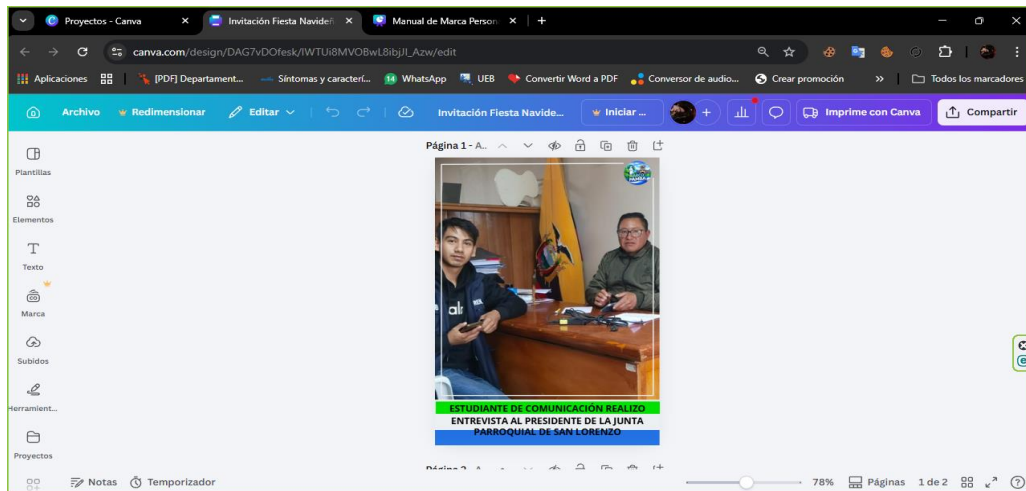
Figura 9 Paso 7 Diseño de material promocional e identidad gráfica

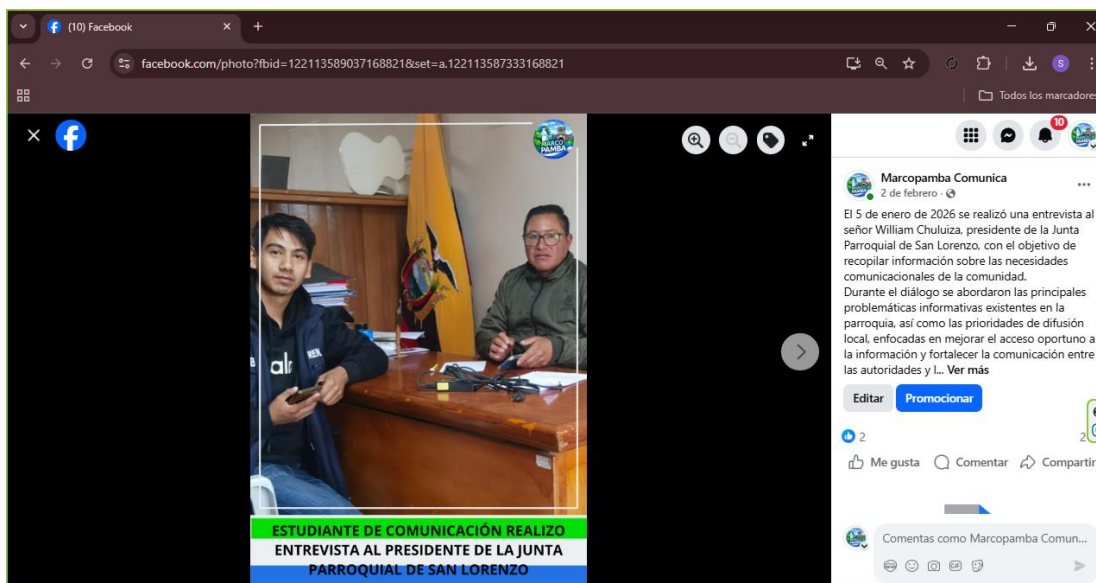


Nota: Paso 7, diseño e identidad gráfica. Elaborado por Adam Curay / enero 2026

Paso 8. Elaboración y publicación de notas periodísticas: Se instruyó a los participantes sobre la elaboración y publicación de notas periodísticas, se destacó la importancia de una redacción adecuada, el uso del lenguaje informativo y la correcta estructura del contenido. Se explicó cómo difundir notas y afiches informativos relacionados con reuniones comunitarias, mingas y otras actividades, se detallada en cada nota las fechas, horarios y lugares, con el fin de mejorar la comunicación interna del recinto.

Figura 10 Paso 8 Elaboración y publicación de notas





Nota: Paso 8, creación de notas. Elaborado por Adam Curay / enero 2026

Paso 9. Evidencia de la implementación: Se adjunta el enlace de la página de Facebook del recinto Marcopamba, donde se publicaron las notas periodísticas, afiches informativos y demás contenidos elaborados durante el proceso.

Link: <https://www.facebook.com/profile.php?id=61585064650347&sk=photos>

5.5.2 Grupo de WhatsApp

Como segundo componente de la propuesta se desarrolla el diseño y fortalecimiento de un grupo comunitario de WhatsApp para el recinto Marcopamba, concebido como un canal de comunicación popular, accesible y participativo, acorde a las dinámicas sociales y organizativas del territorio. Este medio busca optimizar la difusión de información relevante y fortalecer la organización comunitaria mediante el uso responsable de herramientas digitales de amplio acceso.

a) Objetivo comunicacional del grupo de WhatsApp

El grupo de WhatsApp comunitario tiene como objetivo comunicacional:

- Difundir información relevante de manera oportuna, clara y accesible para los habitantes del recinto.

- Fortalecer la participación comunitaria y promover la identidad local.
- Facilitar el acceso a la información a personas con uso limitado de redes sociales más complejas, mediante una aplicación de fácil manejo y amplio uso

b) Modelo de gestión propuesto

El modelo de gestión del grupo de WhatsApp se estructura bajo un enfoque comunitario y participativo, donde, la administración general estará a cargo de la directiva del recinto Marcopamba, con el apoyo de líderes comunitarios designados como administradores. Este modelo promueve una gestión colectiva, sin fines comerciales, basada en la corresponsabilidad, el respeto y la transparencia en el manejo de la información.

c) Lineamientos para la organización del grupo

El grupo comunitario de WhatsApp se organizará mediante lineamientos claros que regulen el tipo de mensajes permitidos, se prioriza la difusión de información oficial y de interés colectivo. Se establece el uso del grupo de forma principal para anuncios comunitarios, convocatorias a mingas y reuniones, comunicados de la directiva y avisos urgentes, se evita la saturación de mensajes no relevantes

d) Tipos de contenidos informativo

Los contenidos difundidos a través del grupo de WhatsApp estarán orientados a la comunicación comunitaria, tales como comunicados oficiales de la directiva, información sobre proyectos locales, convocatorias comunitarias, mensajes de prevención y educación, así como información institucional relevante proveniente de la parroquia San Lorenzo. Se priorizará el uso de un lenguaje claro, cercano y accesible, acorde a los principios de la comunicación popular.

e) Responsables de la administración y gestión de contenidos

La administración y gestión informativa del grupo de WhatsApp estará a cargo de un equipo designado por la directiva del recinto Marcopamba, responsable de recopilar, validar y difundir la información. Asimismo, la Junta Parroquial de San Lorenzo se

considera como aliada estratégica para el suministro de información institucional relevante que contribuya a la organización comunitaria

f) **Creación y puesta en funcionamiento del grupo de WhatsApp**

Paso 1. Creación del grupo comunitario: Se realizó la creación del canal de comunicación en la plataforma WhatsApp, con el objetivo de contar con un medio informativo rápido y accesible para los habitantes del recinto Marcopampa.

Figura 11 Paso 1 Creación del grupo



Nota: Paso 1, creación de grupo de WhatsApp. Elaborado por Adam Curay / enero 2026

Paso 2. Configuración del canal de WhatsApp: Se procedió a asignar el nombre del canal, así como a agregar una imagen de perfil y una descripción, en la que se especifica la finalidad del canal como espacio de difusión de información comunitaria.

Figura 12 Paso 2 Configuración del canal de WhatsApp



Nota: Paso 2, se nombra y configura el canal de WhatsApp. Elaborado por Adam Curay / enero 2026

Paso 3: Difusión del enlace del canal: Una vez creado y configurado el canal de comunicación de WhatsApp, se inició la difusión del enlace entre los ciudadanos del recinto Marcopampa, con el propósito de integrarse al canal y mantenerse informados sobre actividades, reuniones y avisos importantes.

Figura 13 Paso 3 Difusión del enlace del canal



Nota: Paso 3, difusión del canal de WhatsApp. Elaborado por Adam Curay / enero 2026

5.5.3 Tablero Informativo Comunitario tipo Semáforo

Se plantea el diseño de un tablero informativo comunitario con sistema de clasificación tipo semáforo, es decir, con colores verde, amarillo y rojo, esta estrategia de comunicación popular es accesible, visual y de fácil de comprender para todos los habitantes del recinto Marcopamba, incluidos los adultos mayores y personas con acceso limitado a internet. Este recurso busca fortalecer la organización comunitaria mediante la difusión clara y permanente de información relevante en un espacio físico visible dentro del territorio.

a) Objetivo comunicacional del tablero informativo

El tablero informativo comunitario tiene como objetivos comunicacionales:

- Facilitar la difusión adecuada y visible de información comunitaria.

- Clasificar los avisos según su nivel de importancia y urgencia.
- Fortalecer la transparencia organizativa y el cumplimiento de responsabilidades comunitarias.

b) Estructura y diseño del tablero informativo

El tablero se ubicará en un espacio visible y de alta concurrencia del recinto Marcopamba como la casa comunal y su diseño contempla tres secciones diferenciadas mediante colores, que son:

- Color verde: Información general, notas informativas, noticias del recinto Marcopamba y mensajes preventivos.
- Color amarillo: Convocatorias a reuniones, mingas, eventos y actividades próximas.
- Color rojo: Información urgente, pagos pendientes del agua, avisos prioritarios y disposiciones de cumplimiento obligatorio.

c) Lineamientos para la organización del contenido

Los criterios para la publicación de información en el tablero son:

- Información validada por la directiva del recinto.
- Los avisos tendrán fecha de publicación y de retiro.
- Se priorizará un lenguaje breve y comprensible.
- La actualización del tablero será periódica

d) Responsables de la administración y actualización

La actualización del tablero estará a cargo de un miembro designado por la directiva del recinto Marcopamba con apoyo de líderes comunitarios y se promoverá la corresponsabilidad en el cuidado físico del tablero y en la veracidad de la información publicada.

5.5.4 Estrategia de Información Cara a Cara

Esta estrategia se encarga de fortalecer la información cara a cara, misma que se comprende como una práctica tradicional de comunicación popular basada en el diálogo directo, interacción comunitaria y construcción colectiva de decisiones. Esta estrategia reconoce que, en contextos rurales dispersos como el recinto Marcopamba, la comunicación interpersonal es un pilar fundamental para la cohesión social y la participación activa.

a) Objetivo comunicacional de la estrategia cara a cara

Esta estrategia de información cara a cara tiene como objetivos:

- Promover el diálogo horizontal y la toma de decisiones colectivas.
- Reforzar la confianza y la cohesión organizativa del recinto.

b) Modelo de implementación

La estrategia se desarrollará a través de espacios formales como reuniones comunitarias y mingas, también a través de espacios informales como visitas domiciliarias en casos necesarios; se priorizará el diálogo participativo y se permitirá que los habitantes del recinto Marcopamba expresen opiniones, dudas y propuestas.

c) Tipos de contenidos abordados

Durante los espacios cara a cara se abordarán temas referentes a las decisiones comunitarias, organización de mingas y actividades colectivas, rendición de cuentas de la directiva y resolución de conflictos y construcción de acuerdos.

d) Responsables de la ejecución

La directiva comunitaria del recinto liderará los espacios de comunicación directa, con el apoyo de líderes y representantes sectoriales, de esta forma, se promueve un modelo participativo basado en la corresponsabilidad y el respeto.

Se realizó la elaboración del tablero informativo comunitario tipo semáforo, donde se diseñó y elaboró un tablero informativo comunitario con clasificación tipo semáforo (verde, amarillo y rojo). Para su construcción se utilizó una tabla de madera como base, con refuerzos de madera y un techo del mismo material para protección.

Se colocaron telas de colores: verde para información general, amarillo para convocatorias y rojo para información urgente. El tablero será entregado al presidente de la junta comunitaria para su ubicación en zonas sin acceso a internet, y su contenido será actualizado según la información a difundir.

Figura 14 Elaboración del tablero informativo comunitario tipo semáforo



Nota: Elaboración del tablero informativo comunitario tipo semáforo. Elaborado por Adam Curay / enero 2026

BIBLIOGRAFÍA

- Acevedo, J., Ortiz, M., & Arias, J. (2023). Estrategias de Comunicación Popular en la Defensa de Territorios con Influencia de Proyectos Minero-energéticos en El Oriente y Suroeste Antioqueño. *El Ágora USB*, 23(2), 411–438. <https://doi.org/10.21500/16578031.6736>
- Achig, M. (2022). *La minga como proceso participativo para el mantenimiento de la arquitectura patrimonial vernácula no monumental en sectores vulnerables un modelo de gestión para el centro histórico de Cuenca - Ecuador* [Universidad de Valladolid]. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/54997>
- Alsina, M., & Estrada, A. (2015). La perspectiva funcionalista de las teorías de la comunicación. In *Teorías de la comunicación* (Vol. 1). https://cv.uoc.edu/annotation/f655cf5885db9a092fe911a4f3d5f495/645490/PID_00245230/PID_00245230.html
- Amo, R. (2022). La identidad: definición, fundamentos y actualidad de la cuestión. *SCRIPTA FULGENTINA*, 63(64), 7–22.
- Andrade, F. J., Alarcón, J. C., Ortega, X. F., & González, J. L. (2024). Teoría general de sistemas: un enfoque estratégico para la planificación institucional. *Revista Venezolana de Gerencia*, 29(105), 388–400. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.29.105.24>
- Arriagada, I. (2021). Crisis social y de la organización social de los cuidados en Chile. *Estudios Sociales Del Estado*, 7(13). <https://doi.org/10.35305/ese.v7i13.250>
- Barbero, J. (2024). Pensar la comunicación en Latinoamérica. In *La comunicación popular en nuestra américa* (pp. 13–27). Friedrich–Ebert–Stiftung FES. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/la-comunicacion/21279.pdf>
- Barranquero, A., & Treré, E. (2021). Comunicación alternativa y comunitaria. La conformación del campo en Europa y el diálogo con América Latina. *Chasqui*.

Revista Latinoamericana de Comunicación, 1(146), 159–182.
<https://doi.org/10.16921/chasqui.v1i146.4390>

Barredo, D. (2021). *Medios digitales, participación y opinión pública*. Universidad del Rosario. <https://pure.urosario.edu.co/es/publications/medios-digitales-participaci%C3%B3n-y-opini%C3%B3n-p%C3%ABblica/>

Barrera, E. (2024). *La comunicación popular comunitaria como eje de liderazgo y fortalecimiento comunitario. El caso del medio comunitario Viviendo Santa Elena* [Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD]. <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/65855/elbarreraj.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Bassante, S., Calvopiña, C., Razo, H., & Guilcaso, J. (2022). Consideraciones sobre cultura, interculturalidad, identidad cultural y educación. *Revista Científica Arbitrada Multidisciplinaria PENTACIENCIAS*, 5(1), 24–32. <https://www.editorialalema.org/index.php/pentaciencias/article/view/396>

Bayas, B., & Duche, E. (2024). *La comunicación comunitaria en la percepción de la cultura Kichwa en la comunidad de Surupukyu, cantón Guaranda, provincia Bolívar, periodo septiembre 2023 - enero 2024* [Universidad Estatal de Bolívar]. <https://dspace.ueb.edu.ec/items/1f734b8d-d956-4308-952e-1e04b7018906>

Beltrán, L. (2014). *Comunicación, política y desarrollo* (1st ed.). Ediciones Ciespal . https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=ZHM7DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA7&dq=Teor%C3%ADa+de+la+democratizaci%C3%B3n+de+la+comunicaci%C3%B3n+Luis+Ramiro+Beltr%C3%A1n&ots=gYyEJMuJ7N&sig=B-OdzXsZCjfqIcmwKP8pgZn_h1k&redir_esc=y#v=onepage&q=Teor%C3%ADa%20de%20la%20democratizaci%C3%B3n%20de%20la%20comunicaci%C3%B3n%20Luis%20Ramiro%20Beltr%C3%A1n&f=false

Botto, M. (2018). Edgar Morin. La cultura de masas como objeto de análisis. *Question/Cuestión*, 1(60).

- Buraschi, D., & Oldano, N. (2022). La herencia de Paulo Freire en las prácticas participativas dialógicas. *RES, Revista de Educación Social*, 35(1), 404–419. <https://eduso.net/res/wp-content/uploads/2022/12/res-35.misclanea.5-daniel.pdf>
- Camou, A. (2023). *Cuestiones de teoría social contemporánea*. Universidad Nacional de La Plata. <https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/libros/pm.5844/pm.5844.pdf>
- Carranza, H., Tubay, M., Espinoza, H., & Chang, W. (2021). Saberes ancestrales una revisión para fomentar el rescate y revalorización en las comunidades indígenas del Ecuador. *Journal of Science and Research: Revista Ciencia e Investigación*, 6(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.5659722>
- Cathalifaud, A., & Osorio, F. (1998). Introducción a los Conceptos Básicos de la Teoría General de Sistemas. *Cinta de Moebio*, 1(3), 1–12. <https://www.redalyc.org/pdf/101/10100306.pdf>
- Centurión, Á. (2024). Comunicación en zonas despobladas: Revisión sistemática de la literatura. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 1–12. <https://doi.org/10.31637/epsir-2024-1815>
- Chenet, M., Salazar, G., Garcés, N., Lagos, G., & Bastidas, J. (2022). *Fundamentos del comportamiento organizacional* (1st ed.). Universidad Politécnica Estatal del Carchi. https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=vKmzEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1978&dq=Modelo+de+comportamiento+organizacional&ots=dRXdhrY1D1&sig=OSZConxiByDcG-G0x3u-oCF3F6A&redir_esc=y#v=onepage&q=Modelo%20de%20comportamiento%20organizacional&f=false
- Chica, J., & Viteri, L. (2022). La Comunicación Comunitaria en los Observatorios Ciudadano de Servicios Públicos, Estudio de Casos, 2019. *ComHumanitas:*

Revista Científica de Comunicación, 13(2), 117–131.
<https://doi.org/10.31207/rch.v13i2.345>

Cholango, P. (2021). La radio comunitaria en Ecuador. In Abya-Yala (Ed.), *Radio comunitaria en Pandemia Aprendizajes y experiencias* (3). Universidad Politécnica Salesiana. <https://books.scielo.org/id/kz2n8/pdf/grijalva-9789978106808.pdf#page=61>

Código Orgánico de Organización Territorial, Registro Oficial Suplemento 303 (2019).

Constitución de La República Del Ecuador, Pub. L. Decreto Legislativo 0 Registro Oficial 449 (2008). https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf

Córdova, D. (2025, May 13). *¿Qué es la brecha digital y por qué sigue siendo un problema en la actualidad?* PUCE. <https://puceinnova.puce.edu.ec/que-es-la-brecha-digital-y-por-que-sigue-siendo-un-problema-en-la-actualidad/>

Cornejo, I. (2022). Paulo Freire: La horizontalidad como desafío de la educación liberadora. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 50(151), 59–72. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8822172>

Cruz, M. (2021). Radios comunitarias en américa latina, una Historia de las luchas populares de un continente. *Historia Actual Online*, 54(1), 53–62. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7907373>

Cusihuamán, G., Challco, H., & Sucasara, L. (2021). Estrategias de comunicación rural en la pandemia covid-19 en la Municipalidad de Langui, Cusco-Perú. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(3), 100–110. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8081759>

Daft, R. (2020). *Teoría y diseño organizacional* (10th ed.). https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w23309w/Teoria_Disenio_Organizacional.pdf

grado%29%20Universidad%20Nacional%20de%20Chimborazo%2c%20Riobamba%2c%20Ecuador.pdf

- Guillén, S. R., Carcausto, W., Quispe, W. A., Mazzi, V., & Rengifo, R. A. (2021). Communication skills and social interaction in university students from Lima. *Propósitos y Representaciones*, 9(SPE1), 1–10. <https://doi.org/10.20511/pyr2021.v9nSPE1.895>
- Haro, A. F., Chisag, E. R., Ruiz, J. P., & Caicedo, J. E. (2024). Tipos y clasificación de las investigaciones. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 5(2), 956–966. <https://doi.org/10.56712/latam.v5i2.1927>
- Héau, C. (2021). Historia de la cultura popular a la luz de las representaciones sociales. *Revista Cultura y Representaciones Sociales*, 15(29), 491–511.
- Hernández, G. (2023). Mario Kaplún: La verdadera comunicación no comienza hablando sino escuchando. *Temas de Comunicación*, (47), 81–98. <https://doi.org/10.62876/tc.vi47.6415>
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2023). *Metodología de la Investigación. Las Rutas Cuantitativas, Cualitativas y Mixtas* (2nd ed.). McGraw-Hill Book Company. <https://www.libreria-universomedico.com/products/hernandez-sampieri-roberto-metodologia-de-la-investigacion-las-rutas-cuantitativas-cualitativas-y-mixtas-2a-edi-2023-novedad-novedad-novedad>
- Jiménez, T. (2023). *Comunicación comunitaria y la gestión organizacional en los comités rurales de Samborondón*. [Maestría, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. <https://repositorio.upse.edu.ec/server/api/core/bitstreams/fd48e2a4-595b-4c8e-b7d0-59d609c98e85/content>
- Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Ediciones de la Torre. <https://otrasvoceseneducacion.org/wp-content/uploads/2022/12/Una-Pedagogia-de-la-comunicacion-Mario-Kaplun.pdf>

- Kenny, A., Hyett, N., Sawtell, J., Dickson-Swift, V., Farmer, J., & O'Meara, P. (2013). Community participation in rural health: a scoping review. *BMC Health Services Research*, 13(1), 64. <https://doi.org/10.1186/1472-6963-13-64>
- Krohling, C. (2024). La comunicación popular y comunitaria en los movimientos sociales rurales: más allá del difusionismo, la participación emancipadora. In *La comunicación popular en nuestra américa*. Friedrich-Ebert-Stiftung FES. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/la-comunicacion/21279.pdf>
- Leiva, Z., Cárdenas, A., Durán, K., & Ortega, M. (2022). Medio de comunicación radial y competencias comunicativas en estudiantes del Perú. *Revista de Ciencias Sociales*, 28(5), 390–401. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8471699&info=resumen&idoma=SPA>
- Ley Orgánica de Comunicación, Pub. L. Ley 0 (2019). <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/Ley-Organica-de-Comunicaci%C3%B3n.pdf>
- López, S., Guerrero, F., & Tobón, G. (2021). Juntas de Acción Comunal y gobernanza rural retos para la participación y organización comunitaria en seis territorios de Nariño, Colombia. *Revista Opera*, 28, 239–259. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7715046>
- Londoño, C. (2024). Desafíos y oportunidades de la industria de la radio.: Caso radio pública de Ecuador. *Correspondencias & Análisis*, (19), 14–46. <https://doi.org/10.24265/cian.2024.n19.01>
- López, O. (1998). El paradigma de la complejidad en Edgar Morin. *Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales*, 94–114. <https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/20469/01235591.1998.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Manaure, E. (2021). Factores de la comunicación organizacional interna que afectan la gestión de un núcleo escolar rural. *Investigación y Postgrado*, 37(1), 31–57. <http://historico.upel.edu.ve:81/revistas/index.php/revinpost/article/view/9366/58>
- Marroquín, M. (2022). Las tradiciones, las costumbres y el patrimonio cultural de Guatemala. *Revista Guatemalteca de Cultura*, 2(1), 31–39. <https://doi.org/10.46954/revistaguatatecultura.v2i1.18>
- Martens, C., Venegas, C., & Salvio, E. (2022). *Activismo digital, medios comunitarios y comunicación sostenible en América Latina*. Universidad del Valle. https://confeniae.net/wp-content/uploads/2023/08/ActivismoDigitalMediosComunitariosyComunicacionSostenibleenAmericaLatina_USFQ_FINAL.pdf
- Martínez, H., Escobar, A., Villazón, E., & Gutiérrez, S. (2022). Contribuciones De Las Corrientes Sociológicas Macrosociales A La Investigación: Positivismo, Funcionalismo, Marxismo Y Estructuralismo. *Russian Law Journal*, 10(4), 855–895. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/121428756/CONTRIBUCIONES_DE_LAS_CORRIENTES_SOCIOLOGICAS_MACROSOCIALES...-libre.pdf?1739922790=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DCONTRIBUCIONES_DE_LAS_CORRIENTES_SOCIOLO.pdf&Expires=1765765799&Signature=Ogxug6OHxTMIcG3LEOY0QGULjdRB7ryoI3GAGNj898SPlgEJKcrzwKtP4l6cO3eAL20RzQmEWdat8laWojmAWIEBpkj~8xnW2n1YR5Uad-qYP6FW69ezu4OfnraR3ysH429M6UMF-3JlihyIGuNCdmwqzypidyQEwlQvNILEtKI~hfQkKYvWrHhv7GyB3enknogJ9RgjV~HSj4~ptTYwqOFA~1GUvGzhs2LvaE7HqWE64tT53yjU1IEPd~E3nFhdEoPJ1GmsX5hQHIv9FN1e3ISWPmR9CtfeftFT6mBsOKJ-qSzTNRDaujgR8QQ-iYosARPSw12-qGNZYsTB0yfd8rg__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

- Martínez, O., Rodríguez, J., & Pérez, E. (2025). *Comunicación y Filosofía: aproximaciones a un debate contemporáneo* (1st ed.). Universidad Nacional Abierta y a Distancia. https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=rKXBEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA27&dq=Teor%C3%ADa+de+la+comunicaci%C3%B3n+participativa+Paulo+Freire+&ots=bkEIJZY-MT&sig=7IvtWAhas2IDvTV9so6ZXNaQ2g0&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- McMahon, M. (2024). *Funcionalismo estructural*. EBSCO. <https://www.ebsco.com/research-starters/social-sciences-and-humanities/structural-functionalism>
- Medina, A., Beretić, N., López Rueda, C., & Donoso, R. (2025). Minga as a placemaking tool in peripheral neighbourhoods. Co-design experience in Calderon, Quito. *CoDesign*, 21(2), 287–307. <https://doi.org/10.1080/15710882.2024.2416627>
- Medina, M., Rojas, R., Bustamante, W., Loaiza, R., Martel, C., & Castillo, R. (2023). *Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación* (1st ed.). Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú. <https://doi.org/10.35622/inudi.b.080>
- Merino, J., Mora, J., & Jiménez, J. (2022). Emprendimiento de Comunidades Rurales y Desarrollo Local. *Dominio de Las Ciencias*, 8(1), 57–80. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8383363>
- Monteros, F. (2025). *Las prácticas de comunicación popular y los repertorios de la contienda en las dinámicas organizativas y la formación de liderazgos al interior de los movimientos indígenas juveniles del norte de Pichincha* [Maestría, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO Ecuador]. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/server/api/core/bitstreams/38613851-1f5d-465a-af2f-e4fe40c3fe87/content>

- Morín, E. (1990). *Introducción al pensamiento complejo* (1st ed.).
https://cursoenlineasincostoedgarmorin.org/images/descargables/Morin_Introduccion_al_pensamiento_complejo.pdf
- Nooteboom, B. (2022). Social Dynamics. *Journal of Research in Philosophy and History*, 5(3), p31. <https://doi.org/10.22158/jrph.v5n3p31>
- Osorio, O. (2023). El concepto de comunidad en los proyectos de intervención comunitaria: disonancias, opacidades y rupturas. *Alteridades*, 33(65), 61–72. <https://doi.org/10.24275/uam/izt/dcsh/alteridades/2023v33n65/Osorio>
- Palmett, A. (2020). Métodos inductivo, deductivo y teoría de la pedagogía crítica. *Petroglifos. Revista Crítica Transdisciplinar*, 3(1), 36–42.
- Palomino, K. (2025, February 6). *Medios digitales: ¿Qué son y cuáles son los tipos?* Southern New Hampshire University. <https://es.snhu.edu/blog/cuales-son-los-tipos-de-medios-digitales>
- Peña, J. (2022). Comunicación Comunitaria. Una Crítica a los procesos comunicativos y situación real de los pueblos y sectores minoritarios. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 1(149), 199–212. <https://doi.org/10.16921/CHASQUI.V1I149.4661>
- Peralta, E. (2016). Teoría general de los sistemas aplicada a modelos de gestión . *AGLALA*, 7(1), 122–150.
- Robbins, S., & Judge, T. (2023). *Comportamiento organizacional* (18th ed.). Pearson Educación.
https://www.ingebook.com/ib/NPcd/IB_BooksVis?cod_primaria=1000187&codigo_libro=18392
- Rocha, C. (2022). *El campo de la comunicación participativa en América Latina* (1st ed.). Corporación Universitaria Minuto de Dios UNIMINUTO.

<https://repository.uniminuto.edu/server/api/core/bitstreams/504ce563-5c3e-467a-9fb7-fd75222ddebdb/content>

- Rodas-Pérez, M. A., Vera-Banegas, M. E., Arteaga-Medina, G. D., & Pinos-Medrano, V. F. (2022). Plan comunicacional digital en el sector Cochapungo del emprendimiento de Balsa Totorá en la Parroquia San Rafael, Otavalo, Imbabura, Ecuador. *Sapienza: International Journal of Interdisciplinary Studies*, 3(9), 76–96. <https://doi.org/10.51798/sijis.v3i9.590>
- Rodríguez, A. (2022). La Comunicación, elementos y beneficios. *Con-Ciencia Boletín Científico de La Escuela Preparatoria*, 9(17), 47–48. <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/prepa3/article/view/8313/8534>
- Ronquillo, C. L., Ballesteros, L. G., Vera, R. Y., & Román, F. G. (2024). Teoría General de Sistemas, supuestos subyacentes y no subyacentes para el crecimiento económico empresarial. *ULEAM Bahía Magazine (UBM)*, 5(9), 70–78. <https://doi.org/10.56124/ubm.v5i9.010>
- Salas, C. (2023). Impactos socioespaciales de la turistificación en el Parque Nacional El Tepozteco: capital social y estrategias de organización comunitaria. *ROTUR. Revista de Ocio y Turismo*, 17(1), 1–19. <https://doi.org/10.17979/rotur.2023.17.1.9158>
- Silva, G., Del Águila, L. A., & Veintemilla, P. (2022). Efectos de la danza tradicional en la identidad cultural: una revisión de la literatura científica del 2015-2020. *Alpha Centauri*, 3(2), 42–45. <https://doi.org/10.47422/ac.v3i2.79>
- Suzina, A. (2025). *Común: comunicación organizacional en clave comunitaria* (1st ed.). Centro de Investigación en Comunicación (CICOM) . <https://cicom.ucr.ac.cr/wp-content/uploads/2025/06/Comunicacio%CC%81n-organizacional-en-clave-comunitaria-I-Editora-Lisbeth-Araya-Jime%CC%81nez.pdf#page=19>

- Vallejo, N., & Villalba, T. (2020). Desafíos de la comunicación popular y comunitaria en Ecuador. La experiencia de ALER. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 146(1), 43–58.
- Villalta, B. E., Machuca, S. A., & Palma, D. P. (2023). Explorando la brecha digital en el acceso tecnológico y su influencia en la educación: abordando las diferencias entre comunidades. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 11. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v11iEspecial.3889>
- Villanueva, F. (2022). *Metodología de la investigación* (1st ed.). Klik Soluciones Educativas . https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=6e-KEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=tipos+de+investigaci%C3%B3n++investigacion+de+campo&ots=WHJR_KGzcs&sig=DbG8ObdoWqUBr8xTft6d4_hjH5w&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Villavicencio, E. (2018). El tamaño muestral para tesis.¿cuantas personas debo encuestar? *Odontología Activa Revista Científica*, 2(1), 59–62. <https://doi.org/10.31984/oactiva.v2i1.175>
- Vinelli, N. (2023). *Comunicación popular y alternativa. Una revisión dialogada* (1st ed.). Mil Campanas. https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=R9etEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA67&dq=comunicaci%C3%B3n+y+comunicaci%C3%B3n+popular&ots=fwTFSHja2e&sig=QrjszaTi4kJUpFPEY4HCRFswHyo&redir_esc=y#v=onepage&q=comunicaci%C3%B3n%20y%20comunicaci%C3%B3n%20popular&f=false
- Vizcaíno, P., Cedeño, R., & Maldonado, I. (2023). Metodología de la investigación científica: guía práctica. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), 9723–9762. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7658

Yupanqui, O. (2024). Los precursores de la Comunicación participativa en América Latina: Luis Ramiro Beltrán Salmón y Juan Enrique Díaz Bordenave. *Saberes y Diálogos*, 4(4), 123–129. <https://doi.org/10.53287/rzvs9980ie36u>

ANEXOS

Anexo 1: Pasos para la ejecución de tesis

Paso 1: Visita y observación del recinto Marcopamba: En el primer paso se realizó una visita al recinto donde se efectuó un recorrido general con el objetivo de observar su situación actual, identificar si existe apoyo social por parte del Estado y conocer el estado de la comunicación comunitaria.

Figura 15 Visita y observación del recinto Marcopamba



Paso 2: Recorrido por espacios comunitarios: En el segundo paso se continuó con la visita a distintos puntos del recinto, entre ellos las escuelas, las cuales se encuentran en estado de abandono, se evidenció la falta de mantenimiento y reparación.

Figura 16 Recorrido por espacios comunitarios



Paso 3: Identificación del lugar de concentración comunitaria: Posteriormente, se visitó el lugar de concentración, espacio donde los habitantes del recinto se reúnen para realizar asambleas, reuniones y actividades comunitarias.

Figura 17 Identificación del lugar de concentración comunitaria



Paso 4: Diálogo con habitantes del sector urbano: Se dialogó con un residente del sector urbano que posee terrenos en el recinto Marco Pampa, quien explicó las principales necesidades de la comunidad y la situación actual de la comunicación, así como los beneficios que tendría contar con mejores medios informativos.

Figura 18 Diálogo con habitantes del sector urbano



Paso 5: Entrevista al presidente de la Junta Parroquial de San Lorenzo: Se realizó una entrevista al presidente de la Junta Parroquial de San Lorenzo, con el fin de conocer las medidas de comunicación existentes y analizar la viabilidad de implementar medios de comunicación que faciliten una interacción más rápida entre el sector urbano y rural.

Figura 19 Entrevista al presidente de la Junta Parroquial de San Lorenzo



Paso 6: Entrevista al presidente del recinto Marcopampa: En el siguiente paso se efectuó una entrevista al presidente del recinto Marcopampa, donde se abordaron diversos temas relacionados con la falta de medios de comunicación, lo cual dificulta

la participación de algunos habitantes en reuniones sobre mingas, turnos de riego y otras actividades comunitarias.

Figura 20 Entrevista al presidente del recinto Marcopampa



Paso 7: Diálogo con moradores del recinto Marcopampa: Se continuó con visitas a varios habitantes del recinto, quienes explicaron las formas de comunicación que utilizan, señalan que, debido a la gran distancia entre viviendas, en ocasiones se comunican mediante llamados en voz alta. Además, indicaron que también usan un grupo de WhatsApp y la colocación de afiches informativos en postes para difundir convocatorias y avisos.

Figura 21 Diálogo con moradores del recinto Marcopampa



Paso 8: Reunión de socialización de las estrategias de comunicación comunitaria:

Como parte del proceso de intervención se realizó un acercamiento formal con los moradores del recinto Marcopamba mediante una reunión comunitaria con el objetivo de socializar y explicar las estrategias de comunicación planteadas en la presente propuesta.

Figura 22 Reunión de socialización de estrategias comunicacionales en el recinto Marcopamba



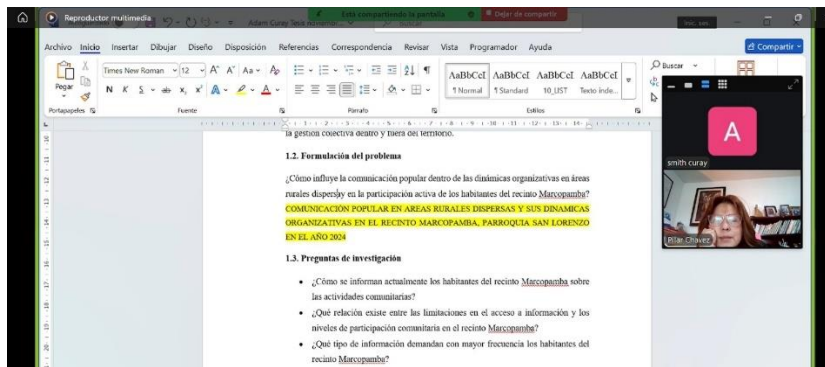
Anexo 2: Evidencias de revisión de tesis a tutor y pares de mi tema de tesis.

Revisión con tutora Lic. Pilar Chávez.

Revisión 1.

Fecha: 2025-11-24

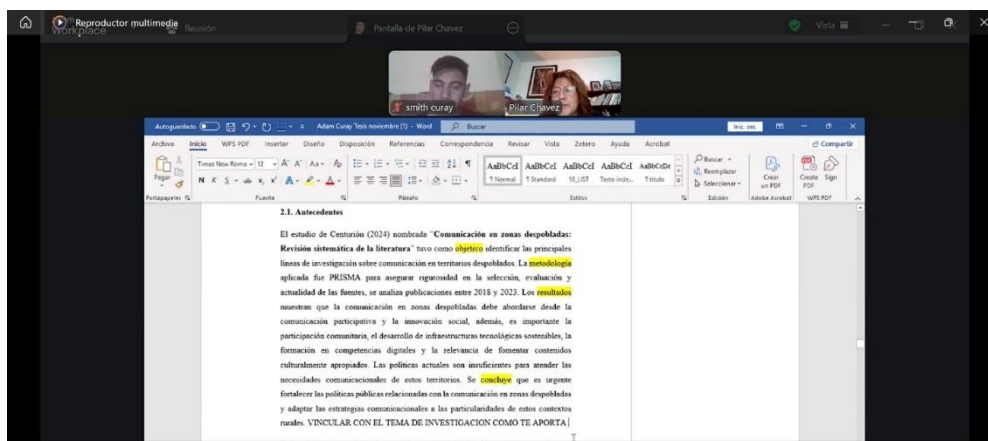
En esta primera revisión, junto a la tutora Lic. Pilar Chávez, se realizó la revisión y corrección del capítulo 1 correspondiente a la formulación del problema.



Revisión 2.

Fecha: 2025-12-08

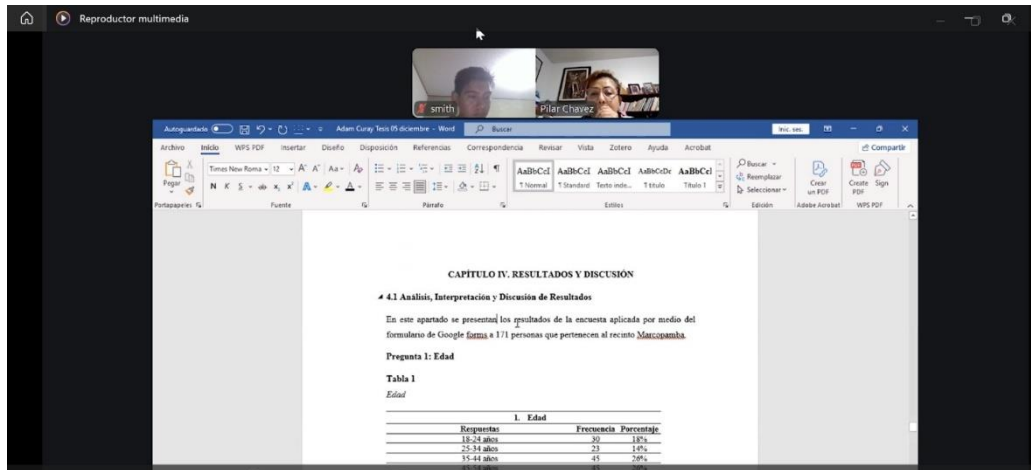
En esta revisión se trabajó el capítulo 2, donde se realizaron observaciones generales y se corrigieron aspectos de redacción y caligrafía del documento.



Revisión 3.

Fecha: 2025-12-10

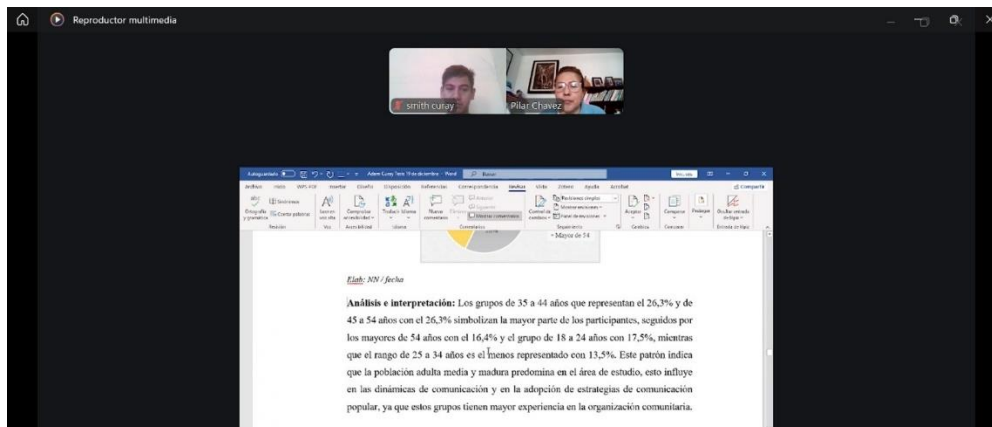
Se efectuó la revisión de evidencias, además de la vista previa y correcciones del capítulo 4, correspondiente a las encuestas realizadas.



Revisión 4.

Fecha: 2025-12-30

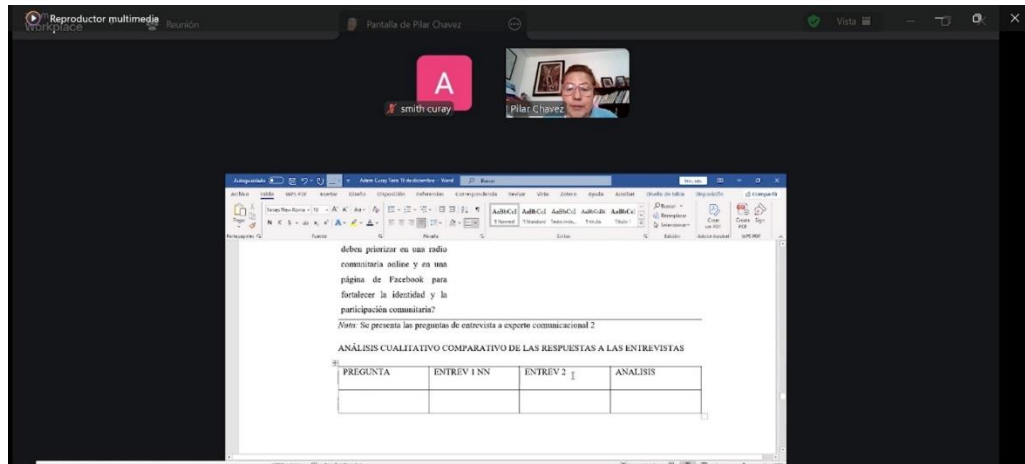
Se realizó la vista previa del análisis e interpretación de las encuestas, efectuando las respectivas correcciones.



Revisión 5.

Fecha: 2025-12-31

Se llevo a cabo la revisión de entrevistas, incluyendo las realizadas a comunicadores profesionales, al presidente de la Junta de Marcopamba y al GAD de San Lorenzo.

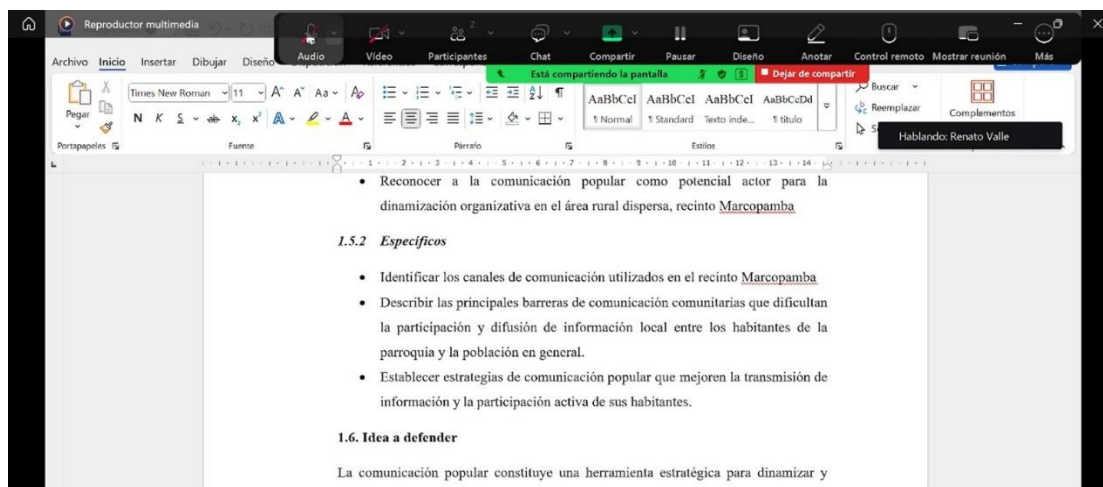


Revisión con el par de tesis Lic. Renato Valle.

Revisión 1.

Fecha: 2026-02-08

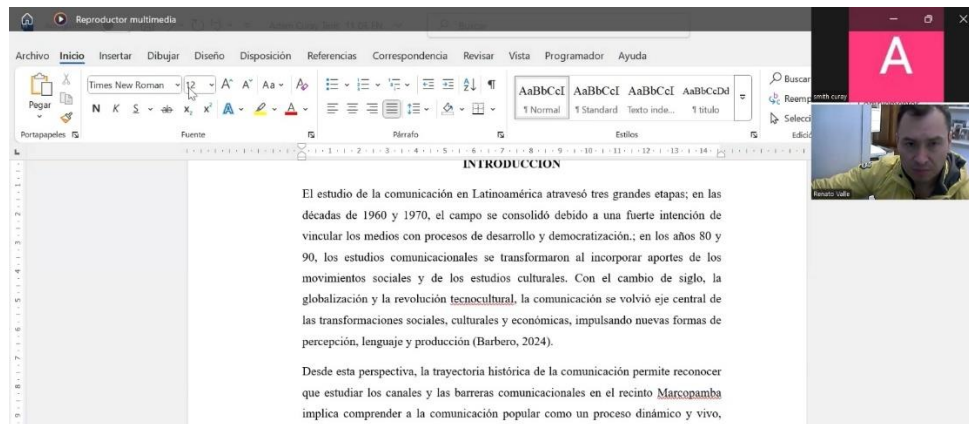
Se realizo la revisión de los capítulos 1 y 2, donde se plantearon inquietudes y preguntas relacionadas con el contenido desarrollado.



Revisión 2.

Fecha: 2026-03-20

Se revisaron los capítulos 2 y 3, verificando el uso adecuado de autores y citas, y se sugirieron correcciones en la redacción y fundamentación teórica.

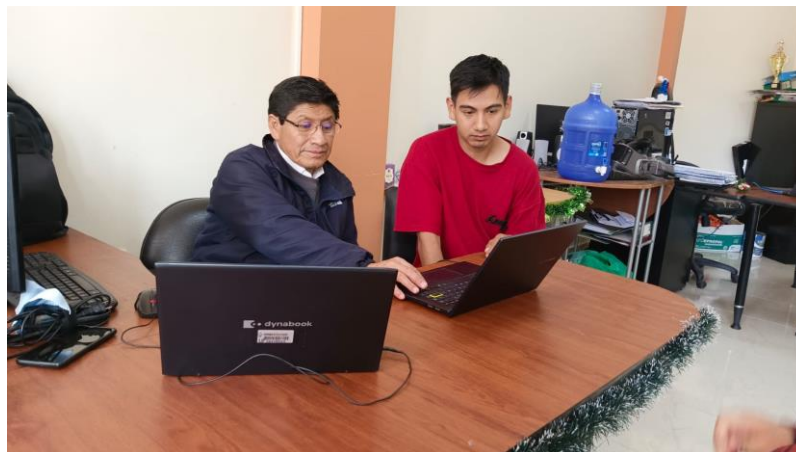


Revisión con el par de tesis Lic. Marcelo Barriga.

Revisión 1.

Fecha: 2025-12-16

Se efectuó la revisión de los capítulos 1 y 2, donde se identificaron errores que debían ser corregidos.



Revisión 2.

Fecha: 2025-12-18

Se realizo la revisión de los capítulos 2 y 3, evidenciando problemas en la redacción y uso de términos, los cuales fueron corregidos.



Revisión 3.

Fecha: 2026-03-18

Se llevo a cabo la revisión final de los capítulos 4 y 5, incluyendo encuestas y entrevistas, concluyendo así el proceso de revisión.

