



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TITULO

“PRODUCTOS COMUNICACIONALES “MINGA POR CHIMBORAZO”
(REVISTA Y PROGRAMA DE TELEVISIÓN) QUE PUBLICA-EMITE EL GADP
CHIMBORAZO Y SU INCIDENCIA EN LA POBLACIÓN DE LAS
PARROQUIAS DE PALMIRA Y CEBADAS DEL CANTÓN GUAMOTE, EN EL
PERÍODO JULIO - DICIEMBRE 2014”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO:
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

AUTORES:

José Luis Rivadeneira Rodríguez

Jimmy Jhon Lata Guamán

TUTOR:

Mba. Carlos Larrea Naranjo

Riobamba-Ecuador

2016

INFORME DEL ASESOR



En mi calidad de asesor y luego de haber revisado el desarrollo de la Tesis elaborada por José Luis Rivadeneira Rodríguez y Jimmy Jhon Lata Guamán, tengo a bien informar que el trabajo indicado cumple con los requisitos exigidos para ser expuesto al público, luego de ser evaluado por el tribunal designado por la Comisión.

ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
TÍTULO

Riobamba, Junio de 2016

Mba. Carlos Larrea Naranjo

TUTOR



DECLARACIÓN DE AUTOR

Yo, *[Nombre]*, autor de la tesis titulada "PRODUCTOS COMUNICACIONALES "MINGA POR CHIMBORAZO" (REVISTA Y PROGRAMA DE TELEVISIÓN) QUE PUBLICA-EMITE EL GADP CHIMBORAZO Y SU INCIDENCIA EN LA POBLACIÓN DE LAS PARROQUIAS DE PALMIRA Y CEBADAS DEL CANTÓN GUAMOTE, EN EL PERÍODO JULIO - DICIEMBRE 2014", declaro que las ideas, doctrinas y resultados señalados en la presente Tesis, y los derechos de su obra le pertenecen a la Universidad Nacional de Chimborazo.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y

ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TÍTULO

"PRODUCTOS COMUNICACIONALES "MINGA POR CHIMBORAZO" (REVISTA Y PROGRAMA DE TELEVISIÓN) QUE PUBLICA-EMITE EL GADP CHIMBORAZO Y SU INCIDENCIA EN LA POBLACIÓN DE LAS PARROQUIAS DE PALMIRA Y CEBADAS DEL CANTÓN GUAMOTE, EN EL PERÍODO JULIO - DICIEMBRE 2014"

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO: LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

PRESIDENTE *[Firma]* **10**

Calificación
Firma

MIEMBRO N°1 *[Firma]* **10**

Calificación
Firma

MIEMBRO N°2 *[Firma]* **10**

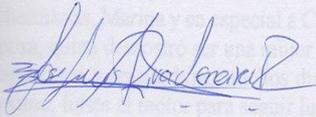
Calificación
Firma

NOTA FINAL..... **10**.....

DERECHOS DE AUTOR

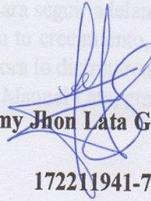
DEDICATORIA

Nosotros, José Luis Rivadeneira Rodríguez y Jimmy Jhon Lata Guamán, somos responsables de las ideas, doctrinas y resultados señalados en la presente Tesis; y, los derechos de autoría le pertenecen a la Universidad Nacional de Chimborazo.



José Luis Rivadeneira Rodríguez

171408266-4



Jimmy Jhon Lata Guamán

172211941-7

Jimmy Jhon Lata Guamán

José Luis Rivadeneira Rodríguez

DEDICATORIA

Al creador de todas las cosas, él que me dio las fuerzas suficientes para seguir luchando en el campo de batalla y que a punto de caer estaba, él me levantó; por ello, dedico en primer lugar a Jahvé.

De igual manera, dedico mi tesis a mi familia, en especial a mi padre Baltazar, quien a pesar de que muchos dijeron que no podría, confió en mí.

A mi madre Pascuala, por los sabios consejos y amor incondicional.

A mis hermanas, Marina y en especial a Claudia, por ser un pilar y cómplice de esta meta.

Mi esposa, quien demostró ser una mujer fuerte y apoyo para seguir adelante.

A mi apreciada y amada hija, muchos días de ausencia en tu crecimiento, pero todo no fue en vano, fuiste el motor para seguir luchando y que ahora lo disfrutaremos.

Y por último a una persona que marcó un antes y después, Manuel Lata, gracias por creer en mí y que Dios te tenga en su Gloria.

Lo logramos.

Jimmy Jhon Lata Guamán

A mi padre, que me enseñó buenos valores que a lo largo de mi vida he aplicado; de igual manera, este trabajo va dedicado a mi madre, que, a pesar de la distancia, me demostró que las personas que son perseverantes, alcanzan su meta, gracias ambos por confiar en mí.

José Luis Rivadeneira Rodríguez

AGRADECIMIENTO

A todas las personas que dieron una palabra de aliento y formaron parte de este proceso. A la Universidad Nacional de Chimborazo, y a la Carrera de Comunicación Social, autoridades y docentes, quienes fueron una fortaleza para el conocimiento y culminación de la carrera.

De una manera especial al Mba. Carlos Larrea Naranjo, por ser nuestro mentor en este trabajo final.

Mil gracias a todos.

Jimmy Jhon Lata Guamán
José Luis Rivadeneira Rodríguez

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁGINA
PORTADA	i
INFORME DEL ASESOR	ii
CERTIFICACIÓN	iii
AUTORÍA	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xi
RESUMEN	xiii
SUMMARY	Xv
INTRODUCCIÓN	Xvii

CAPÍTULO I

1.	MARCO REFERENCIAL.....	1
1.1	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.2	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	2
1.3	OBJETIVOS	2
1.3.1	Objetivo General.....	2
1.3.2	Objetivos Específicos	2
1.4	JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DEL PROBLEMA.....	3

CAPÍTULO II

2.	MARCO TEÓRICO	4
2.1	ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	4
2.2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	4
2.2.1	Comunicación	10
2.2.1.1	Teorías de la comunicación.....	12
2.2.1.2	Medios de comunicación, poder y efectos mediáticos.....	16
2.2.1.3	Comunicación como contexto social.....	21
2.2.2	Gobierno Autónomo Descentralizado de la provincia de Chimborazo.....	24

2.2.2.1.	Estructura Orgánica.....	24
2.2.2.2.	Objetivo general de desarrollo desde el gobierno autónomo descentralizado de Chimborazo.....	26
2.2.2.3.	Visión de desarrollo de acuerdo al GADPCH.....	26
2.2.2.4.	Plan de Gobierno Minga por Chimborazo.....	27
2.2.2.5.	Producto comunicacional de GADPCH “Minga por Chimborazo... ”.....	37
2.2.2.6.	Datos generales de las Parroquias Cebadas y Palmira del cantón Guamate.....	44
2.2.2.6.1.	Parroquia Cebadas	44
2.2.2.6.2.	Parroquia Palmira.....	61
2.2.3	Hipótesis	74
2.2.3.1	Variables.....	75
2.2.3.2	Operacionalización de variables.....	75
CAPITULO III		
3.	MARCO METODOLÓGICO.....	77
3.1	MÉTODO.....	77
3.2	TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	77
3.3	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	77
3.4	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	78
3.4.1	Población	78
3.4.2	Muestra.....	78
3.5.	TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTO PARA EL ANÁLISIS.....	79
3.5.1	Técnicas e instrumentos.....	79
3.6	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	80
3.6.1.	Entrevista	80
3.6.2.	Análisis e Interpretación de las encuestas	81
3.7.	ANÁLISIS DE EXPERTOS.....	96
CAPITULO IV		
4.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	
4.1	CONCLUSIONES.....	100
4.2	RECOMENDACIONES.....	101
	BIBLIOGRAFÍA.....	102
	ANEXOS.....	104

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Revista Minga por Chimborazo.....	39
Tabla 2	Programa de televisión Minga por Chimborazo.....	43
Tabla 3	Datos generales de la Parroquia Palmira.....	63
Tabla 4	Composición étnica de la parroquia Palmira.....	67
Tabla 5	Patrimonio tangible e intangible de la parroquia Palmira.....	68
Tabla 6	Idioma empleado mayoritariamente por las comunidades San Miguel de Pomachaca, de la Cabecera Parroquial Palmira, y Galte Bisñag.....	68
Tabla 7	Operacionalización de las variables.....	76
Tabla 8	Estratificación.....	78
Tabla 9	Conoce usted los productos comunicacionales que publica-transmite la GADP de Chimborazo.....	81
Tabla 10	Leyó la revista “Minga por Chimborazo” que publica la GADP de Chimborazo.....	82
Tabla 11	Ha observado los programas televisivo “Minga por Chimborazo”.....	83
Tabla 12	Ejes temáticos se deberían abordar en la revista “Minga por Chimborazo.....	84
Tabla 13	La información publicada de la revista “Minga por Chimborazo” llega a tiempo a su parroquia.....	85
Tabla 14	La información publicada de la revista “Minga por Chimborazo” llega a tiempo a su parroquia.....	86
Tabla 15	La información del GADP de Chimborazo en otro formato.....	87
Tabla 16	Tiempo desearía recibir la información del GADP de Chimborazo.....	88
Tabla 17	La información que publica y transmite el GADP de Chimborazo es entendible.....	89
Tabla 18	Es importante la información que desarrolla la GADP de Chimborazo en los productos comunicacionales para el desarrollo	

	de las parroquias.....	90
Tabla 19	Por medio publicaciones que emite y transmite la GADP de Chimborazo, conoce quienes realizan las obras en su parroquia.....	91
Tabla 20	Conoce quién es el Prefecto de Chimborazo.....	92
Tabla 21	Las obras realizadas en su parroquia es de importancia para ser publicada-emitida en los productos comunicacionales de la GADP de Chimborazo.....	93
Tabla 22	La información que ha visto o leído de los productos comunicacionales de la GADP de Chimborazo, es real a las obras que se observan en su parroquia.....	94
Tabla 23	La revista solo deber ser en idioma Quichua.....	95
Tabla 24	Protocolo de evaluación de revistas para revisores externos.....	96
Tabla 25	Protocolo de evaluación de revistas para revisores externos.....	97
Tabla 26	Protocolo de evaluación del programa de TV para revisores externos.....	98
Tabla 27	Protocolo de evaluación del programa de TV para revisores externos.....	99

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Zonificación de la Parroquia Cebadas.....	46
Gráfico 2	Población de la parroquia Cebadas.....	47
Gráfico 3	Pirámide poblacional en la parroquia de Cebadas.....	48
Gráfico 4	Composición étnica.....	53
Gráfico 5	Idioma que se habla en la parroquia.....	55
Gráfico 6	Mapa asentamientos humanos de la parroquia Palmira.....	63
Gráfico 7	Características de la población de Palmira por edades.....	64
Gráfico 8	Ocupación de la Población Rural de Palmira.....	65
Gráfico 9	Detalle de la población por sexo.....	66
Gráfico 10	Conoce usted los productos comunicacionales que publica- transmite la GADP de Chimborazo.....	81
Gráfico 11	Leyó la revista “Minga por Chimborazo” que publica la GADP de Chimborazo.....	82
Gráfico 12	Ha observado los programas televisivos “Minga por Chimborazo”.....	83
Gráfico 13	Ejes temáticos se deberían abordar en la revista “Minga por Chimborazo.....	84
Gráfico 14	La información publicada de la revista “Minga por Chimborazo” llega a tiempo a su parroquia.....	85
Gráfico 15	La información publicada de la revista “Minga por Chimborazo” llega a tiempo a su parroquia.....	86
Gráfico 16	La información del GADP de Chimborazo en otro formato.....	87
Gráfico 17	Tiempo desearía recibir la información del GADP de Chimborazo.....	88
Gráfico 18	La información que publica y transmite el GADP de Chimborazo es entendible.....	89
Gráfico 19	Es importante la información que desarrolla la GADP de Chimborazo en los productos comunicacionales para el desarrollo de las parroquias.....	90
Gráfico 20	Por medio publicaciones que emite y transmite la GADP de Chimborazo, conoce quienes realizan las obras en su	

	parroquia.....	91
Gráfico 21	Conoce quién es el Prefecto de Chimborazo.....	92
Gráfico 22	Las obras realizadas en su parroquia es de importancia para ser publicada-emitida en los productos comunicacionales de la GADP de Chimborazo.....	93
Gráfico 23	La información que ha visto o leído de los productos comunicacionales de la GADP de Chimborazo, es real a las obras que se observan en su parroquia.....	94
Gráfico 24	La revista solo deber ser en idioma Quichua.....	95

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de titulación con el tema “Productos Comunicacionales “Minga por Chimborazo” (revista y programa de tv) que publica-emite el GADP Chimborazo y su incidencia en la población de las parroquias de Palmira y Cebadas del cantón Guamote, en el período Julio - Diciembre 2014”, cuya finalidad fue conocer el impacto alcanzado por parte de los productos comunicacionales entre el público para tener en cuenta su alcance y posterior incidencia.

Teniendo en cuenta que los medios de comunicación son muchos, con más llegada al público son: la prensa, la radio, la televisión y en el último tiempo se ha integrado también a este grupo el internet. Entre estos medios se ha formado una jerarquía: la radio cuenta la noticia, la televisión la muestra, la prensa la comenta e internet presenta las alternativas de interpretación no oficiales. Con lo que se demuestra que los medios masivos de comunicación se complementan entre ellos (Hore, 2006, pág. 18). Según datos recogidos por el GADP Chimborazo, actualmente cuenta con productos comunicacionales como son la revista y programa de televisión “Minga por Chimborazo”, es por ello que, el presente trabajo se manifiesta en cuatro capítulos, mostrando diferentes ejes para el análisis de este proyecto. El primer capítulo, puntualiza el planteamiento del problema, el objetivo general y a su vez los objetivos específicos, también se presenta la justificación e importancia del tema.

El segundo capítulo, hace referencia al marco teórico, en donde se plantean recopilaciones científicas de los diversos temas planteados en el anteproyecto como lo son: Aproximaciones teóricas sobre comunicación citando a Fonseca Yerna, HORE, Hoerberichis, Aanouk y López, Max Horheimer y Theodoro Adorno. Ciudad y patrimonio, a Armando Silva y Jesús Martin Barbero. GADP Chimborazo: descripción, a Martínez Salas. Mariano Curicama en Plan de Gobierno “Minga por Chimborazo” y Productos comunicacionales GADPCH y por último parroquias Cebadas y Palmira mencionando a los Equipos de Gobierno Autónomo descentralizados de Cebadas y Palmira estos son algunos de los autores que me permitieron desarrollar este episodio.

En el tercer capítulo se muestra el proceso metodológico que intervino en la ejecución del

proyecto, en donde se realizó encuestas a los ciudadanos de las parroquias Cebadas y Palmira, entrevista al director del departamento de comunicación social del GADPCH y evaluación de expertos; información que se detalla con obtención de datos y exhibe el tratamiento de la información alcanzada en la investigación de campo a través de tablas y gráficos estadísticos.

El cuarto capítulo se muestran las conclusiones como resultado de la investigación dando como respuesta a los objetivos específicos que se determinaron para la investigación y la incidencia de los productos comunicacionales “Minga por Chimborazo” (revista y programa de televisión) en las parroquias de Cebadas y Palmira, mismas a las que pudimos llegar gracias a cada uno de los resultados obtenidos en el proceso de investigación.

Al final del trabajo investigativo se encontrará la bibliografía y por último los Anexos, donde se agrega el formato de la entrevista, encuestas, y los formatos de la evaluación de los expertos.



ABSTRACT

The present work of investigation titled "Communication Products" Minga for Chimborazo" (it has and TV program) that the GADP publish-emits Chimborazo and its incidence in the population of the parishes of Palmira and Barleys of the canton Guamote, in the period Julio - December 2014" whose purpose was to know the impact reached on the part of the communication products among the public to keep in mind its reach and later incidence.

Keeping in mind that the media is many, with more arrival to the public is: the press, the radio, the television and in the last time it has also been integrated to this group the internet. Among these means it has been formed a hierarchy: the radio counts the news, the television the sample, the press comments it and internet presents the non-official interpretation alternatives. With what is demonstrated that the massive means of communication are supplemented among them (Hore, 2006, p. 18). According to data picked up by the GADP Chimborazo, at the moment bill with communication products like the magazine and television program "Minga for Chimborazo", it is for it that, the present work is manifested in four chapters, showing different axes for the analysis of this project.

In the first chapter, remarks the position of the problem, the general objective and in turn the specific objectives, it is also presented the justification and importance of the topic.

In the second chapter, makes reference to the theoretical framework where it about scientific summaries of the diverse topics outlined in the preliminary design such as: Theoretical approaches on communication mentioning Fonseca Yerna, HORE, Hoerberichis, Aanouk and López, Max Horheimer and Theodoro Decoration. City and patrimony, to Armando Silva and Jesus Martin Barber. GADP Chimborazo: description, to Martinez Rooms. Mariano Curicama in Plan of Government "Minga for Chimborazo" and Communication Products GADPCH and lastly Fed parishes and Palmira mentioning to the decentralized Teams of Autonomous Government of Barleys and Palmira these are some of the authors that allowed me to develop this episode.



INTRODUCCIÓN

In the third chapter, the methodological process is shown that intervened in the execution of the project where was carried out surveys to the citizens of the Fed parishes and Palmira, interviews to the director of the department of social communication of the GADPCH, and experts' evaluation; information that is detailed with obtaining of data and it exhibits the treatment of the information reached in the field investigation through charts and statistical graphics.

In the fourth chapter, is shown the conclusions as a result of the investigation giving as answer to the specific objectives that were determined for the investigation and the incidence of the communication products "Minga for Chimborazo" (it has and television program) in the parishes of Barleys and Palmira, same to those that we could arrive thanks to each one of the results obtained in the investigation process.

At the end of the investigative work will be the bibliography and lastly the Annexes, where it is added the format of the interview, surveys, and the formats of the evaluation of the experts.

X

Reviewed by: Mgs. Maritza Chávez



INTRODUCCIÓN

Los productos comunicacionales, siendo parte de los medios de comunicación, a lo largo de la historia han tenido un papel social importante tanto por la posibilidad de transmitir información como de influir a través de las percepciones que ésta genera en la opinión de los receptores.

Según el Plan Nacional de Cultura del Ecuador “La Minga por Chimborazo intenta fortalecer a la organización a través de la partición entre los ciudadanos de los cantones que conforman la provincia de Chimborazo y el Gobierno Autónomo descentralizado de la provincia, mediante los productos comunicacionales como son la revista y el programa de TV. Minga por Chimborazo” (Curicama, Plan de Gobierno Minga por Chimborazo III, 2014).

La presente investigación de campo se realizó en Palmira y Cebadas que son las dos parroquias rurales que integran el cantón Guamote en la Provincia de Chimborazo, con una totalidad de 92 comunidades que al ser rurales no se encuentran comunicadas ni integradas de la misma manera que la matriz o parroquia urbana del cantón, en estas poblaciones se hace evidente la necesidad de implantar estrategias y acciones comunicativas que permitan la integración de este colectivo en la sociedad, por tal razón estos grupos sociales manifiestan bajos niveles de atención, situación provocada, principalmente, por el desconocimiento de su cultura, costumbres y saberes ancestrales, este trabajo sobre los productos comunicacional es para pretender mejorar la calidad de vida y la cultura de las parroquias mencionadas.

Trabajar para el desarrollo, atacando las raíces mismas de los problemas, requiere de una verdadera transformación social que impulse una mayor autogestión y una mayor conciencia de todos los ciudadanos. La escasez de productos comunicacionales en las parroquias Cebadas y Palmira, cantón Guamote, Provincia de Chimborazo hace que la cultura del indígena esté siendo olvidada y violentada.

Motivo por el cual se llegó a investigar a fondo el tema, ya que se considera de mucha importancia para mejorar la trasmisión de la información cultural en los indígenas de la

parroquia Cebadas y Palmira, de esa manera rescatar su identidad y promover el desarrollo comunitario a través de las obras realizadas por parte del GADPCH en beneficio de los pobladores.

Se corroboró cada tema de conceptualización, detallando cuantitativa y cualitativamente el proceso de investigación. Mismo que, a través de datos estadísticos e interpretaciones lógicas, nos permitió llegar a la comprensión de cada uno de los objetivos y sobre todo a la comprobación de la hipótesis, cumpliendo con todos los mecanismos propuestos en el marco de la estructuración de esta investigación.

CAPÍTULO I

1. MARCO REFERENCIAL

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El concepto de comunicación colectiva se basa esencialmente en la difusión de mensajes enviados a través de medios masivos a una audiencia o grupo de personas en general. Dentro de este contexto “Minga por Chimborazo” es creado como un producto comunicacional (revista y programa de tv) cuyo objetivo principal es generar espacios de comunicación a favor de la población de las parroquias de Palmira y Cebadas del cantón Guamote, con la finalidad de impulsar una mayor autogestión y consciencia por parte de los ciudadanos.

El proyecto mencionado pone en práctica el uso de medios masivos, un audiovisual y un impreso, con la finalidad de generar una comunicación eficaz que incida de manera directa en el desarrollo de su público objetivo. En el mundo de la comunicación es cada vez más común que se elaboren productos de contenido únicamente informativo, que no toman en cuenta las necesidades, ni características del público al que se dirige. En consecuencia, dichos productos comunicacionales pierden continuidad e importancia para la audiencia que lo recepta.

Sin embargo, cuando los productos comunicacionales aportan datos, experiencias, información de valor para su público, se puede evidenciar la participación activa, incidencia, valor y compromiso que generan, y de esta forma aseguran su permanencia y eficacia entre las poblaciones de manera sustentable y sostenible. Este manejo y gestión de la comunicación, no limitada, le devuelve el poder a la comunidad en un proceso de cambio protagonizado por los propios involucrados.

Palmira y Cebadas son las dos parroquias rurales que integran el cantón Guamote en la Provincia de Chimborazo, con una totalidad de 42 comunidades que al ser rurales no se encuentran comunicadas ni integradas de la misma manera que la matriz o parroquia urbana del cantón, en dichas poblaciones se hace evidente la necesidad de implantar estrategias y acciones comunicativas que permitan la integración de este colectivo en la

sociedad, es por esto que el GADP decide tomar en cuenta y trabajar de manera directa con las comunidades, para que mediante la recepción de información valiosa proporcionada por el producto “Minga por Chimborazo” sea encaminada al progreso de las poblaciones.

El presente trabajo ha requerido un análisis investigativo y bibliográfico. Contiene cuatro capítulos: comunicación y desarrollo, integración social, revista y programas esta manera, este labor afronta la importancia de la comunicación como basada en la defensa de los derechos humanos, responsabilidad social, comunicación intercultural, incluyente y participativa, en concordancia con la Ley Orgánica de Comunicación y los principios éticos propios del ser humano.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

¿Cómo han incidido los productos comunicacionales “Minga por Chimborazo” en la población de las parroquias de Palmira y Cebadas del cantón Guamote, en el período julio - diciembre 2014?

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo general

Determinar el impacto del producto comunicacional “Minga por Chimborazo” en la población de las parroquias de Palmira y Cebadas del cantón Guamote, en el período julio - diciembre 2014

1.3.2. Objetivos específicos:

- Conocer el producto comunicacional en términos de características, contenidos, formatos y mensajes para su total entendimiento y funcionamiento.
- Medir el impacto y difusión alcanzados por parte de los productos comunicacionales entre el público para tener en cuenta su alcance y posterior incidencia.
- Evaluar los resultados generados por el producto “Minga por Chimborazo” en las poblaciones a las que fue dirigido.

1.4. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

El proyecto “Minga por Chimborazo” se basa en el uso de medios masivos y productos comunicacionales que proporcionen información de valor que incida de manera directa y eficaz en el desarrollo de las poblaciones a las que va dirigida. Esta incidencia alude al concepto de comunicación para el desarrollo, que se basa en la idea de que los medios de comunicación tienen importantes efectos que pueden conducir al desarrollo económico, cultural e ideológico de países y poblaciones, y como consecuencia, provocar un cambio social para el desarrollo.

Para ello, se emiten mensajes con fines educativos, agricultura, cultura, sanidad, nutrición, planificación familiar, vialidad, etc., información que propicia que los individuos y las comunidades produzcan y se apropien de los procesos de cambio social, a través de la planificación y puesta en práctica de estrategias basadas en el diálogo y la negociación.

El propósito general de este trabajo es analizar a los productos comunicacionales, pero sobre todo a la comunidad, sus necesidades, intereses, experiencias y realidades, con el fin de entender, si estos elementos son tomados en cuenta al momento de difundir la información o de generar los productos que vayan dirigidos a este tipo de público.

Dentro de este contexto, el estudio será útil para todo profesional que busque implementar los procesos y productos comunicativos como una herramienta de desarrollo social. La investigación busca también contribuir a la expansión de la comunicación social de manera responsable, con el fin de apoyar cada vez más a la construcción de un entorno social y un ejercicio libre de la comunicación. El aporte tanto académico como personal de este estudio reside en la proporción de información que establezca una relación directa entre comunicación y desarrollo y fomentar proyectos en la misma línea de investigación, además de constituirse como una fuente de consulta para futuros estudios relacionados con el tema.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Mediante la revisión de los documentos en la biblioteca de la UNACH, se puede manifestar que no existen trabajos iguales o similares referente al tema: “Productos comunicacionales “Minga por Chimborazo” (revista y programa de tv) que publica-emite el GADP Chimborazo y su incidencia en la población de las parroquias de Palmira y Cebadas del cantón Guamote, en el período julio - diciembre 2014”. El tema ya mencionado al revisar en internet en su búsqueda no produce ningún documento igual o similar a la presente tesis, por lo tanto, la presente investigación que se realiza es auténtica y original.

2.2.FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Los seres humanos tenemos la necesidad de transmitir, ya sea sonidos, información o sentimientos. Desde años atrás, la historia de la comunicación se ha definido por la transmisión y recepción de ideas, mensajes e información. La comunicación que se establece entre dos personas es considerada como el resultado de miles de métodos de expresión, que se fueron desarrollando durante varios años; es evidente que la comunicación no siempre se da de forma verbal, puede ser por gestos y por supuesto de manera escrita.

La comunicación es un proceso que va mucho más allá de la relación entre emisor y receptor, a través de ella se le otorga sentido a la realidad; comprende varias etapas, desde que los mensajes son emitidos y recibidos, hasta que son comprendidos y reinterpretados desde el punto de vista de quien los receipta, por supuesto este proceso implica una respuesta, un cambio de actitud o de un modo de pensar. Pensar en comunicación implica abarcar la totalidad del proceso, analizar y crear estrategias para que los mensajes lleguen a los públicos destinatarios y sean comprendidos adecuadamente. En este sentido, la falta de comunicación genera incertidumbre, mientras que el exceso de información provoca

indiferencia (Brandolina & Gonzalez, 2009). El manejo de la comunicación, tanto para los individuos como para las organizaciones, poblaciones o grupos, es vital para obtener éxito o fracaso en todos sus procesos; cuando la comunicación es restringida tiende a ocasionar vacíos e imprecisiones lo que ocasionará una carga de información irrelevante e ineficaz.

La historia de la comunicación relata que el lenguaje se ha desarrollado a partir de sonidos que acompañaban gestos; hoy en día podemos encontrar no menos de 3.000 lenguas que a medida que se desarrollan opacan a otras existentes. El estudio de la comunicación está en estrecha relación con otras ciencias de las cuales toma parte de sus contenidos o los integra entre sí. Son muchas las discusiones abiertas en el campo académico sobre lo que en realidad constituye la comunicación y de allí que existan numerosas definiciones al respecto, muchas de las cuales se circunscriben a determinados campos o intereses de la ciencia.

En su definición más estricta, la comunicación consiste en la transmisión de información de un sujeto a otro. Según el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española comunicación es “(...) la acción y efecto de comunicar o comunicarse” o “transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor” (Real Academia de la Lengua Española, 2016: 11).

Dentro del amplio contexto sobre el cuál se desarrolla el quehacer comunicativo es necesario centrarse en algunas teorías, autores o enfoques teóricos, con la finalidad de poder analizar, en base a estas teorías, la incidencia que pueden tener los productos comunicativos “Minga por Chimborazo” en las poblaciones que esta investigación abarca; este estudio se centrará en algunos enfoques teóricos como: medios masivos de comunicación, comunicación y cultura, comunicación mediante estrategias y comunicación para el desarrollo.

Para el desarrollo del enfoque teórico sobre los medios masivos de comunicación se recurrirá principalmente algunos autores que presentan los criterios de: medios de comunicación, comunicación masiva, medios de comunicación tradicionales: radio, televisión y medios impresos, difusión y transmisión de información.

Según Marshall McLuhan en su libro “Comprender los medios de comunicación”, donde realiza una introducción general acerca de la comunicación, la construcción adecuada de mensajes, los medios tradicionales, sus funciones y su larga evolución y desarrollo con el paso del tiempo, así como también su accionar entre los seres humanos y la influencia que causan en ellos. El autor habla de manera específica y detallada acerca de los medios tradicionales como revistas, periódicos, la radio, la televisión y realiza un acercamiento al carácter social de informantes, que los mismos poseen. Esta teoría será utilizada con la finalidad de ampliar el conocimiento general acerca de los medios de comunicación tradicionales con los cuáles se trabajará directamente durante la investigación. (McLuhan, 1996).

Como complemento Antonio Pascuali define a la cultura de masas, la difusión de información, los medios de comunicación masivos y la transmisión de información en su libro Comunicación y cultura de masas. El autor presenta lineamientos acerca del proceso de difusión de información a través de medios audiovisuales desde la perspectiva de una comunicación masiva. (Pascuali, 1996).

El texto a su vez señala la importancia creciente de los medios audiovisuales como una herramienta poderosa aplicada al dominio de la comunicación de las masas. Define a la cultura de masas como: “el conjunto de todos los mensajes enviados por agentes transmisores de información a través de una comunicación sin retorno por parte de la audiencia que la recibe; es decir todas las formas de conducta, de saber, ideologías y motivaciones depositadas en la conciencia del hombre (masa) que las recibe”. (Pascuali, 1996: 52). Esta teoría será utilizada en la investigación con la finalidad de comprender como se desarrolla el proceso de difusión y transmisión de información masiva, es decir, para grandes grupos o en el caso del estudio, grandes poblaciones.

El desarrollo del enfoque teórico de comunicación mediante estrategias se basará en la teoría de algunos autores acerca de la metodología, funciones, procesos y características de la comunicación basada en estrategias, receptores de información, características del público al que va dirigida la comunicación y sus necesidades.

La comunicación como una acción interactiva que puede ser producida tanto por un grupo o población, como por cualquier individuo o sujeto aislado. La comunicación estratégica

es una tarea que engloba varias disciplinas, no es estructurada y se vale de la especulación. El autor presenta los principios básicos que rigen la Comunicación Estratégica; habla acerca de los niveles de acción de la comunicación estratégica y los define como: Estratégico, Logístico, Táctico y Técnico. (Scheinsohn, 2009).

Expone su modelo y método sistemático de comunicación y habla acerca de las características y necesidades de las audiencias y públicos objetivos a los que se dirigen los medios tradicionales. “La comunicación estratégica es una interactividad, una hipótesis de trabajo para asistir en los procesos de significación, los produzca una empresa o cualquier otro sujeto social. Es una visión compleja de los procesos comunicacionales radicalmente opuesta a las culturas mecanicistas (Scheinsohn, 2009: 35). La teoría será utilizada con el fin de tener conocimiento general acerca de la Comunicación estratégica y su uso correcto al momento de generar productos comunicativos de valor.

Una estrategia es considerada como la suma de acciones planificadas en pro del mensaje general que busca transmitir; cada acción se implementa en relación al público al que va dirigida. La comunicación basada en estrategias se define como la práctica que busca fomentar la relación armoniosa y positiva del público al que va dirigida con su entorno cultural, social y político, tomando en cuenta sus intereses u objetivos.

Por otra parte, el enfoque de comunicación para el desarrollo será elaborado desde la teoría propuesta por algunos autores que exponen criterios básicos de desarrollo urbano, desarrollo local, cambio social y comunicación comunitaria.

La comunicación cotidiana desde un enfoque social. En este caso se abordará el texto desde la perspectiva de la transformación cultural, la cual se plantea desde el principio de que los medios de comunicación son los principales actores en la construcción de una cultura cotidiana y en la transformación o cambio de la misma. La comunicación y la cultura desde un análisis cotidiano de hábitos y costumbres que modifican el desarrollo individual y colectivo. La teoría obtenida en este texto permitirá definir el enfoque social de la comunicación y las audiencias a las que va dirigida, a partir de sus costumbres y actividades cotidianas o culturales. (Cucurella, 1998).

En el libro comunicación y construcción de ciudadanía el papel fundamental de la comunicación en los paradigmas del desarrollo tanto de individuos como de

comunidades. Presenta casos y ejemplos variados del uso de la comunicación para el desarrollo en varios lugares de América Latina y manifiesta que “las nuevas tecnologías de la comunicación y la información son herramientas fundamentales para el desarrollo y los procesos de cambio y crecimiento entre los individuos (Cárdenas, 2009: 28). Esta teoría será utilizada para comprender mediante ejemplificación la fuerza y valor de la comunicación y su influencia en los procesos de cambio; así como también constituirá un elemento comparativo entre los métodos tradicionales de comunicación y las nuevas tecnologías.

En el libro *Comunicación y radio para el desarrollo local* presentado por los autores (Hoerberichis & López, 2001), se expone de manera profunda teoría acerca del desarrollo humano local y de los pueblos. Los autores presentan los enfoques del desarrollo y realizan una introducción acerca de los tres pilares fundamentales para el progreso y desarrollo social. Se toma como ejemplo el accionar de la radio como un elemento y medio de comunicación apto para estimular los procesos de desarrollo. Se analiza también el desarrollo de proyectos utilizando como herramienta principal la comunicación. Esta teoría evidenciará la posibilidad que posee un medio tradicional para influenciar a la audiencia a la que va dirigido y el alcance o difusión que puede conseguir.

El centro de estudios UNESCO expone conceptos específicos de desarrollo urbano y ciudadano en el libro *Comunicación para el desarrollo urbano* (2003). Los autores presentan de manera directa los problemas de la comunicación haciendo énfasis en la ausencia de participación por parte de los implicados, ciudadanos y actores sociales. “las poblaciones locales no son vistas como generados de propuestas, y se les limita el poder de decidir, proponer y de actuar. En general, una demanda de mayor democracia, respeto por la participación y la organización social, es un sentimiento común de la población.” (Mirralles, 2003: 25).

Exponen las desventajas e inconvenientes al momento de comunicar de manera eficiente y las características de mensajes hostiles, impersonales y unidireccionales. La teoría desarrolla un modelo a seguir para la comunicación pública y masiva. Al mismo tiempo presenta el proceso de formación de opinión a través de la televisión. Contenido que será de gran utilidad para este estudio, ya que la formación de opinión es la evidencia más

grande de que un medio incide o no en la vida cotidiana, creencias y comportamientos de un grupo de individuos.

En el libro *Prácticas comunicativas: empoderamiento local*, los postulados elementales del cambio social, se indaga acerca del desarrollo crítico del concepto de comunicación para el desarrollo o para el cambio social, realizan una comparación entre comunicar y transformar lo común. El libro expone un análisis sobre el cambio a las redes sociales o la aplicación de la perspectiva de género para el desarrollo social, así como las experiencias de comunicación comunitaria y alternativa. (Martínez & Sierra , 2012).

“La comunicación para el cambio social lleva implícita la idea de que un o una agente puede activar sobre otros un proceso de cambio basado en la comunicación, más los principales cambios en el desarrollo de la sociedad, nacen de abajo hacia arriba, no desde instancias superiores activadas por otros ajenos a ese contexto social.” (Martínez & Sierra, 2012: 12). Esta teoría será de gran aporte a la investigación para entender la comunicación participativa de las poblaciones como parte del cambio social, para tener una visión amplia acerca de la comunicación popular y comunitaria y poder aplicar el concepto de nuevos actores sociales en nuevos espacios de comunicación.

El libro *Comunicación, desarrollo y cambio social una perspectiva acerca de las interrelaciones entre comunicación colectiva, movimientos ciudadanos y medios de comunicación*. Aborda la comunicación para el cambio social y alientan en varios capítulos el desarrollo participativo. Los autores remarcan la diferencia entre el dialogo y la comunicación mediante ejemplo y estudios de caso de América Latina y la comunicación entre comunidades. (Cadavid, 2011).

“Es importante conocer la influencia de los medios de comunicación sobre la ciencia, la cultura, la educación y las creencias. Ya que principalmente la prensa es reconocida como un vehículo para el desarrollo educativo, y así también los demás medios masivos de información” (Cadavid, 2011: 33). Esta teoría será utilizada como parte de la investigación para lograr identificar sobre cuáles aspectos sociales, políticos, religiosos, económicos, cotidianos, entre otros, puede influenciar en mayor grado la recepción de la información proporcionada por estos productos comunicativos.

La autora Gabriela Cicalese en coordinación con varios autores desarrollan temáticas relacionadas a la Comunicación Comunitaria, el libro aporta datos y teorías relevantes que se exponen de manera profunda todas las dimensiones de la construcción colectiva y comunitaria, se realiza una mirada sobre la comunicación educativa como un nuevo enfoque que toma el nombre de educomunicación. (Cicaleses, 2000).

Los autores proporcionan varias alternativas para desarrollar la comunicación comunitaria paso a paso y sobre todo proponen estrategias puntuales para que los procesos de comunicación se desenvuelvan de la manera más eficaz y responsable para con el público. Esta teoría será utilizada para comprender como a partir de estrategias se puede crear productos comunicativos que estén dirigidos específicamente para el público para el que fueron creados, y así mismo será de aporte para analizar si los productos “Minga por Chimborazo” cumplen con estas estrategias para el desarrollo y la incidencia en las poblaciones que los reciben.

Cada uno de estos autores aportarán para construir un marco teórico sustentado en la comunicación social y estratégica, la difusión y transmisión de mensajes, los medios masivos y su público, la comunicación para el desarrollo, el progreso y cambio social, su importancia en la cotidianidad de las poblaciones, que son los elementos que constituyen los datos teóricos para realizar el análisis adecuado de la incidencia que tienen los productos comunicacionales en las poblaciones de Palmira y Cebadas del cantón Guamote.

2.2.1. Comunicación

La comunicación es el proceso mediante el cual el emisor y el receptor establecen una conexión en un momento y espacio determinados para transmitir, intercambiar o compartir ideas, información o significados que son comprensibles para ambos. (Fonseca, 2000).

Para una mejor comprensión de ésta definición, desglosaremos sus elementos básicos:

1. Proceso.- La comunicación es un proceso que (en términos generales) incluye los siguientes pasos: Primero, un emisor desea transmitir, intercambiar o compartir un

mensaje con un receptor. Segundo, el emisor codifica ese mensaje para que sea comprensible para el receptor. Tercero, envía ese mensaje codificado mediante un canal (él mismo, un correo electrónico, un aviso en prensa escrita, un programa de televisión, etc...). Cuarto, el receptor recibe y decodifica ese mensaje. Quinto, el receptor responde a ese mensaje en función a su comprensión del mismo y da lugar a una retroalimentación. En este punto, cabe señalar que durante este proceso se producen ruidos o interferencias que afectan la comunicación, y que tanto el emisor como el receptor deben tratar de superar para entablar una buena comunicación.

2. Emisor y receptor.- Para que se dé la comunicación deben existir dos partes, el emisor y el receptor, y ambos deben estar dispuestos a comunicarse; es decir, a emitir un mensaje y/o a recibirlo. En el momento en que una de las partes no está interesada en dar y/o recibir un mensaje se anula la comunicación.
3. Conexión.- Toda comunicación conecta o une a dos o más personas en un momento dado y en un espacio (físico o virtual) determinado. Sin embargo, cabe destacar que esa conexión puede tener diversas formas, es decir, que puede ser en persona (cara a cara), a distancia (por ejemplo, mediante el envío y recepción de correos electrónicos, mensajes instantáneos, etc...) o impersonal (mediante un programa de televisión o radio en la que el presentador transmite un mensaje a una audiencia compuesta por miles de personas).
4. Transmitir, intercambiar o compartir.- Cuando se entabla una comunicación se transmite, intercambia o comparte un mensaje, por tanto, puede ser un proceso dinámico de ida y vuelta entre el emisor y el receptor (en el que ambos intercambian ideas, información o significados), o, simplemente ser una transmisión del emisor al receptor (como sucede con los programas de televisión y radio).
5. Ideas, información o significados comprensibles.- Para que se pueda entablar una comunicación entre un emisor y un receptor, deben existir ideas, información o significados (el mensaje) que sean comprensibles para ambos; es decir, que el conjunto de símbolos que utilizan (verbales o no) sean entendibles para ambas partes, caso contrario, no podrían entablar una comunicación.

2.2.1.1. Teorías de la comunicación

Las teorías de la comunicación son:

- **Teoría Crítica de la Sociedad**

Esta teoría se da dentro de la escuela de Frankfurt, tiene como principales autores a Max Horkheimer y Theodor Adorno. (Horkheimer & Adorno, 2011).

Dentro de ésta se dice que la burocracia influye en los demás, es decir que unos pocos tienen el poder, también habla de que un hombre domina a otro quitándole su capacidad de crítica.

Adorno, Horkheimer y Marcuse acusan a los medios de comunicación de manipular ideológicamente las masas. En esta teoría también se dice que la cultura se empieza a ver como mercancía y no como arte.

Aquí podemos ver cómo hemos dejado de lado el verdadero significado de la cultura y ahora es para nosotros cosas vacías y superficiales como la moda. De acuerdo a lo que nos dice la teoría este es un claro ejemplo de que ahora la “cultura” es manejada como una simple mercancía.

- **Teoría informacional sobre la percepción**

Esta teoría nos dice que el hombre capta mensajes en el entorno que los rodea y se encarga de interpretarlos en relación a su cultura. Un factor importante dentro de dicha teoría es la semiótica; que se encarga de buscar y encontrar los mensajes ocultos; también se encuentra la denotación y la connotación. (Wordpress, 2008).

- **Teoría de la comunicación Humana**

Sus principales autores dicen que la comunicación no es un hecho voluntario, sino que estamos obligados a comunicarnos. (Watzlawick, Beavin, & Jackson, 2000).

Esta teoría consta de tres premisas:

- La comunicación tiene como esencia la interacción y relación.
 - Todo acto realizado por los humanos posee un valor comunicativo.
 - Los trastornos psíquicos pueden ser representados como alteraciones en la comunicación.
-
- **Teoría Estructuralista**

Su objetivo principal es verificar las teorías del espíritu por medio del control científico y pretende lograr estructuras sociales con un significado y una permanencia para así crear una realidad. La comunicación tiene poder, influencia y control; dependiendo de los resultados obtenidos se define la eficacia de la misma. (Avila, 2016).

- **Teoría Funcionalista**

Según (Cicalese, 2000) en la carrera de las ciencias sociales se dieron cuenta muy pronto que el esquema matemático Estímulo Respuesta era insuficiente para explicar los comportamientos sociales.

Los sociólogos se acercaron entonces más a la biología, la botánica, la zoología, la química, que a las matemáticas. Funcionalismo deriva de función: ¿para qué sirven los medios masivos? Esa función se define en relación a una sociedad, a un sistema dentro del cual los medios están funcionando.

Para la presente Investigación que titula: Productos comunicacionales “Minga por Chimborazo” (revista y programa de tv) que publica-emite el GADP Chimborazo y su incidencia en la población de las parroquias de Palmira y Cebadas del cantón Guamote, en el período julio - diciembre 2014, se ha escogido ésta teoría, porque su base ideológica es concebir a la sociedad como un sistema natural o un cuerpo orgánico. Así como las ciencias biológicas conciben a los órganos de un cuerpo a partir de sus funciones y disfunciones, sus posibilidades de crecimiento y los "virus" o agentes exógenos que atentan contra él, las ciencias sociales conciben a la sociedad como una estructura que debe permanecer "sana", debe progresar, evolucionar y crecer.

Es decir, estos teóricos descartarán toda posibilidad de cambio radical o alteración de la estructura social. Son conservadores de lo que está. Admiten cambios tecnológicos y mejoras, siempre y cuando estos no modifiquen la base de las relaciones sociales.

Es con el funcionalismo, desarrollado especialmente en Estados Unidos, entre mediados de la década del '40 y mediados de la del '50, cuando aparecen las primeras investigaciones especializadas en comunicación. Por eso se la llama Communication research. Son estos teóricos los que acuñaron el término de mass media, o simplemente los media, para denominar a todo el sistema de los medios masivos y su nueva cultura.

La primera característica que definen a estas investigaciones frente a un mensaje es ¿para qué debería servir este mensaje? y luego, una vez determinada esa función, evalúan si el mensaje cumple o no con la función asignada. Por lo tanto, aquí son importantes dos cosas.

1. La evaluación ideológica de la intención de ese mensaje: si es positivo para el sistema, si es inocuo o si puede alterar en algo al sistema social. Es decir, si ese mensaje será funcional o disfuncional para el momento actual que vive la sociedad.
2. Si el mensaje ha sido eficiente a la hora de cumplir esa función. Muchas veces se la ha acusado a la publicidad, por ejemplo, de ser poco educativa o imponer valores "disfuncionales" (plantear modelos sociales que perjudican a los receptores) La respuesta de los creativos y responsables publicitarios frente a esta acusación ha sido siempre la ratificación de que la única función del mensaje publicitario es vender.

Los funcionalistas sabían que la tecnología daría lugar al nacimiento de barrios pobres y marginados, personas desocupadas y excluidas. Pero creían que este era un mal necesario que el mismo sistema sería capaz de ir resolviendo y erradicando. Algo similar a lo que sucede en la biología cuando un organismo cualquiera reabsorbe espontáneamente un factor externo o interno que atenta contra su identidad y su conservación. Los funcionalistas agregarán, entonces, la función narcotizante o contaminante de la televisión y otros formatos masivos, porque impiden la participación directa de la gente de las instituciones sociales (los partidos políticos, la justicia, las organizaciones intermedias, educativas y culturales, etc.). En relación con la terminología de las ciencias

naturales, los medios serían algo así como un agente contaminante en el circuito social, así como existen agentes contaminantes de la atmósfera en el ecosistema. Otro concepto derivado de las ciencias biológicas es la concepción de investigar los hechos como observador externo a lo que ocurre. Así como en las ciencias naturales hay experimentos de laboratorio, los funcionalistas idearon modos de investigar en donde se aísla a la gente de su propio contexto y se investiga su comportamiento "de afuera" a través de vidrios espejados.

También pertenecen a este esquema los mitos de objetividad y neutralidad en las ciencias sociales. Se supone que quien investiga debe involucrarse lo menos posible y que existe una verdad objetiva a la cual hay que aspirar. Reiteramos que la subjetividad es intrínseca a cualquier actividad humana y es imposible desprendernos de ella para analizar un fenómeno.

El esquema de comunicación (que en la teoría Hipodérmica se reducía a emisor - receptor- estímulo - respuesta) comienza a ampliarse. Aparece Lasswell, en 1948 con un esquema que describía cualquier acto de comunicación respondiendo a las siguientes preguntas.

- ¿Quién? ¿Dice qué? ¿A quién? ¿Con qué efectos?
- Emisor, Referente, Receptores, Feed Back.

Para la presente Investigación que titula: “Productos comunicacionales “Minga por Chimborazo” (revista y programa de tv) que publica-emite el GADP Chimborazo y su incidencia en la población de las parroquias de Palmira y cebadas del cantón Guamote, en el período julio - diciembre 2014”, se ha escogido la teoría funcionalismo porque se centra en la conservación del sistema social. Para eso, evalúa cualquier mensaje (dentro y fuera de los medios de comunicación) como funcional o disfuncional al sistema: los emisores siguen manejando los efectos o respuestas, pero el público ya no es considerado homogéneo y habrá diferentes respuestas según el grupo al cual el mensaje se dirija.

2.2.1.2. Medios de comunicación, poder y efectos mediáticos

Medios de comunicación masivos son aquellos que abarcan un gran universo de difusión y mantienen a todos informados de los acontecimientos locales, nacionales, continentales o mundiales. Son canales que nos entregan información, noticias e imágenes en tiempo real sobre la evolución del mundo; son fundamentales para podernos actualizar lo que sucede en nuestro alrededor.

Es el más poderoso instrumento de socialización, supera a las actividades de la familia, escuela, colegio, universidad, iglesia y las demás instituciones existentes; la noticia o información se difunden de manera rápida y eficaz sobre la tierra sea de manera escrita, hablada, audiovisual o mediante redes sociales. Podemos estar enterados de lo que acontece en el mundo de manera inmediata. (La enciclopedia , 2006: 16).

Los medios de comunicación masiva son formas de comunicación entre las personas para interrelacionarse, comunicarse, informarse y otras actividades que permiten el normal desarrollo de las actividades de las personas en cualquier parte del mundo.

Los medios de comunicación son muchos, pero los más masivos y con más llegada al público son la prensa, la radio, la televisión y en el último tiempo se ha integrado también a este grupo internet. Entre estos medios se ha formado una jerarquía. Un ejemplo con una noticia cualquiera es: la radio, cuenta la noticia, la televisión la muestra, la prensa la comenta e internet presenta las alternativas de interpretación no oficiales. Con lo que se demuestra que los medios masivos de comunicación se complementan entre ellos. (La enciclopedia , 2006: 18).

Los medios de comunicación masivos son aquellos que utilizan el papel para que a través de ellos la ciudadanía se informe y se la denomina prensa; se puede también considerar así a las radios las que utilizando el espectro magnético pueden transmitir al público oyente cualquier tipo de comunicación masiva y que la audiencia lo hace a través del oído.

Otra forma de medios de comunicación masiva es la televisión que por medio de audio

visual pueden también comunicarse masivamente con la población y los usuarios tienen la bondad de ver y escuchar todas las programaciones a su disposición; esta quizá es la que más se usa debido al gran poder de atracción y comodidad.

Con el desarrollo de la ciencia y la tecnología se ha implementado otro medio de comunicación masivo que está revolucionando el mundo; por medio del cual en tiempo real se pueden comunicar y enviar: mensajes, videos, fotos, textos. Es el medio de comunicación masivo más revolucionario y directo que haya podido inventar el hombre y que mantiene atento e interesados a todos los usuarios.

Para mayor y mejor entendimiento de la clasificación de los medios de comunicación masivos, presentamos a cada uno de ellos, su utilización y sus bondades son.

- **La Prensa**

Desde el siglo XIX hasta principios del XX, predominaba la prensa, ya que no existía otro medio de comunicación. Luego se sumaron las revistas económicas, financieras, culturales, deportivas; tanto para niños, para hombres, como para mujeres, fue un producto de consumo masivo.

Es un medio de comunicación con tendencia a desaparecer por ser una de las formas más antiguas y aburridas de comunicarse e informarse; la informática digital le va haciendo perder su vigencia y en un plazo no mayor de cinco años definitivamente la prensa escrita desaparecerá y será reemplazada por la información digital que es más rápida, menos costosa e interesante; además se realiza en tiempo real.

Finalmente, la prensa escrita va perdiendo vigencia y ha aprovechado el internet, para crear diarios digitales con elementos que no se podrían incluir en el papel, como videos y sonidos; lo que da una ventaja al lector.

- **La Radio**

Surge por los años veinte, popularizándose entre los años cuarenta y cincuenta con la invención del transistor, que cada vez alcanzaba más cobertura tanto nacional como

internacional; era costumbre sentarse frente a la radio y escuchar las noticias, las radionovelas, como sucede con la televisión ahora. Luego pierde vigencia en los años sesenta con la llegada de la televisión. El desarrollo de la ciencia y tecnología ha obligado a las radios incursionar en el internet para poder escuchar en la red, con cobertura mundial e ilimitada.

De la misma manera que la prensa escrita, la radio ya cumplió su función y su misión; por lo tanto y con el avance de la tecnología digital la transmisión radial a pesar de ser apasionante y mágica será reemplazada por la radio digital con mayor cobertura y en tiempo real.

- **La Televisión**

Surge luego de la segunda guerra mundial, su función es igual a la de la radio: informa, entretiene, comunica, pero incluye imágenes atractivas, lo que causa el hundimiento de la radio, posicionándose como el medio masivo más novedoso y preferido hasta hoy; la combinación técnica de lo audiovisual inundo el mundo, a lo que se suma la televisión por cable y satelital, que permite ver y escuchar todo lo que acontece en el mundo en cualquiera de sus actividades en tiempo real.

Aunque es un medio de comunicación moderno, éste también corre el riesgo de desaparecer o de por lo menos reducir su utilización a un grupo mínimo de usuarios; puesto que, de igual manera con la invasión de nueva tecnología mediante la utilización del internet podemos hacer muchas cosas a la vez: informarnos, comunicarnos, educarnos e interactuar.

La razón por la cual tiene tendencia creciente a desaparecer es porque precisamente se ha convertido simplemente en comercial, utilizan mucho tiempo para la emisión de propaganda pagada y por lo tanto interrumpen su programación; eso es lo que los usuarios se cansan y cambian de canales a cada instante.

- **Internet**

Llegada la década de los sesenta, cuatro universidades norteamericanas se unieron para crear lo que ahora conocemos como internet, a partir de un proyecto del Departamento de Defensa de Estados Unidos, para luego entrar al mundo privado y público.

El Internet, da la facilidad de enviar y recibir cualquier clase de datos, desde y hacia cualquier lugar del planeta instantáneamente. Es una mezcla todos los medios existentes; pues combina un estilo como el de la prensa (texto con imágenes) con sonidos y videos; también por el internet se puede interactuar con otras personas en tiempo real, invadiendo el mundo de manera sorprendente.

El internet, tiene muchísimos usos, como instrumentos para poder interactuar y comunicarse no solo con el entorno en el que se vive sino a nivel mundial. No importa la religión, el lugar donde se viva, el idioma que hable o las condiciones socioeconómicas; para poder utilizar esta herramienta informática que cada vez va invadiendo el mundo y revolucionando la forma de vivir de mucha gente.

El poder que tienen los medios de comunicación masivos es ilimitado y por eso son utilizados por los políticos, empresarios, religiosos, organizaciones sociales o público en general.

Todo depende de la forma de programación en cualquiera de los medios de comunicación masiva para ejercer poder para imponer, obligar, sugerir o establecer inclusive nuevas formas de vida. Utilizan los políticos para convencer a la gente sobre las supuestas bondades que ofrece el partido en caso de ascender al poder o para consolidar a quienes ya están en el poder.

Hacen uso los empresarios para posicionar sus productos que lo fabrican y quieren que consuman masivamente los ciudadanos inclusive haciendo uso del dramatismo y de la sugestión, para convertirlos en adictos consumidores. Las religiones también hacen uso de los medios de comunicación masiva para difundir sus creencias y en muchos de los casos implantar el dogmatismo; la revolución de convencimiento en masa. Muy poco las

organizaciones sociales han hecho uso de los medios de comunicación masiva para difundir sus actividades, capacitar a sus seguidores o para dar conocer cualquier información concerniente a su institución.

Los medios de comunicación masivos también pueden ser utilizados por la ciudadanía; pero a pesar de contemplar en la Constitución, esto no se aplica porque no tienen recursos para comprar y para poner a funcionar cualquiera de los medios por los que opten. Los efectos mediáticos de los medios de comunicación con respecto a sus usuarios son impresionantes tanto positivos como negativos.

En el campo positivo: sirven para informar de lo que acontece en el entorno social, entretienen con programaciones: cómicas, chistosas, burlescas y satíricas; educan con programas que ayudan y forman a una gran cantidad de usuarios los mismos que inclusive se forman con la educación a distancia y con programaciones artesanales, de ciencias sociales, cultura y costumbres del medio.

Generan nueva capacidad de análisis y crítica constructiva en los usuarios; poniéndolo a tono con la realidad en la que se vive; puede incluso formar grupos de personas positivas y propositivas, gente que no solo crea lo que dicen los medios, sino que comparen con la realidad y saquen su propio criterio. Pero, así como los medios de comunicación pueden aportar positivamente a la sociedad, pueden también tener un efecto negativo así:

En cuanto a los empresarios y comerciantes quienes pueden utilizar los medios de comunicación masivos para inducir, imponer o establecer inclusive una nueva forma de vida mediante la compra masiva de los productos que ellos elaboran; pueden crear necesidades inexistentes y generar una necesidad inexistente, lo importante para ellos es que todos sean miembros activos del mercado de consumo.

En cuanto a las organizaciones sociales, estas no han sabido utilizar los medios de comunicación masiva ni a favor ni en contra; de tal suerte que se quedarán a la saga de todos quienes si utilizan para sus fines. En todo caso los medios de comunicación masiva son armas de doble filo, depende de la razón para los que fueron creados, o para bien o para mal.

En tales circunstancias hace falta un control estricto en los medios de comunicación para que cumplan sus funciones positivas, productivas, informativas y culturales; lo que se quiere es que se conviertan en herramientas para el desarrollo y progreso de la sociedad. Una sociedad bien informada, bien educada, entretenida, relajada, positiva, propositiva y con visión futura hace falta para que nuestro país desarrolle y se convierta en país del primer mundo. La invasión de medios de comunicación sin control, sin regulaciones y abiertas al libre albedrío de los propietarios hace que se deforme el verdadero concepto de ellos y se conviertan en simples instrumentos de la manipulación, imposición y como se dice vulgarmente de lavado cerebral de la población.

El Estado también debe preocuparse de las programaciones que sean aptas especialmente para todo público y no se permita propaganda de productos que estimulen los vicios, maltratos y la mala forma de vida, además debe dar buen ejemplo en el uso de los medios de comunicación al servicio de la ciudadanía, para fomentar el patriotismo, la educación, buenos modales, conocer el país y también para generar nuevos emprendedores.

2.2.1.3. Comunicaciones como contexto social

La comunicación juega un papel preponderante en el contexto social; así como puede servir para informar, educar, orientar, entretener; puede también ser el causante para la aculturación, la imposición de criterios, la obligación de consumir productos no indispensables, inducir al consumo de licor y cigarrillos o definitivamente el cambio del sistema de vida de las personas. (Thompson, 2014: 20).

La comunicación en el contexto social mediante sus acciones produce reacciones que pueden ser favorables o desfavorables y por ello requiere de regulación por parte de instituciones estatales para evitar las consecuencias negativas; esto es como comentario a lo que dice el autor.

En todas las sociedades, los seres humanos se dedican a la producción e intercambio de información y contenido simbólico. Desde las más tempranas formas de gestualidad y uso de lenguaje hasta los desarrollos más recientes de la tecnología informática, la producción, almacenamiento y circulación de información y contenido simbólico ha constituido una característica central de la vida social. Sin embargo, con la proliferación

de las instituciones mediáticas desde finales del siglo XV hasta el día de hoy, los procesos de producción, almacenamiento y circulación han estado transformándose en varios sentidos.

Estos procesos han quedado atrapados en una serie de desarrollos institucionales propios de la época moderna. En virtud de tales desarrollos, las formas simbólicas han estado produciéndose y reproduciéndose en una escala cada vez mayor; se han convertido en productos de consumo que pueden comprarse y venderse en el mercado; han pasado a ser accesibles a individuos ampliamente diseminados en el espacio y en el tiempo. De manera profunda e irreversible, el desarrollo de los media ha transformado la naturaleza de la producción simbólica y el intercambio en el mundo moderno (Thompson, 2014: 28).

A esto nos permitimos explicar que, con el desarrollo de la ciencia y la tecnología, los medios de comunicación van cada vez perfeccionándose y actualizándose además deben ser democratizados para que puedan acceder empresarios, organizaciones sociales, instituciones educativas y el propio estado.

La comunicación es una forma de acción, es la ejecución de la misma en relación a la información y descripción de los acontecimientos sociales que se desarrollan a lo largo del tiempo y del espacio; es preciso considerar que la comunicación es una actividad social establecida entre los individuos para poder entenderse y relacionarse entre sí para llevar una vida más próspera y de interrelación. (Thompson, 2014: 32).

Como comentario se debe aclarar que la comunicación es un derecho ciudadano, una actividad social mediante la cual permita informar, comunicar, educar y orientar a la gente. Hace falta comentar que la contextualización de la información debe ser una obligación de quien lo realiza para que lo mencionado sea verdad, sin desviarse y permita que el receptor tenga la posibilidad de sacar sus propias conclusiones. Se da en función de la asunción de los fenómenos sociales que pueden ser vistos como acciones con diversos propósitos positivos o negativos que perjudiquen o enriquezcan las actividades sociales de los individuos.

Lamentablemente la comunicación ha estado dependiente al poder sea este económico, político, religioso o de cualquier otra índole, lo que ha distorsionado la verdadera función para la que fue creada. Muchos dignatarios a través de los medios de comunicación han

querido eternizarse en el poder mediante mensajes subliminales y listado de acciones que en la realidad jamás se han cumplido, esto ocasiona el adoctrinamiento de la población.

En lo económico, tanto los banqueros como los empresarios se han dedicado a utilizar los medios de comunicación para expandir su imperio a costa de crear falsas necesidades en su audiencia que a la larga la conciben como costumbre. Las religiones también han utilizado la comunicación como un medio eficaz para adoctrinar y dogmatizan a sus seguidores llegando incluso a cometimiento de acciones detestables que ellos mismos dicen que son malas o pecado.

El cuarto tipo de poder es el cultural o poder simbólico, el que procede de la actividad productiva, transmisora y receptora de formas simbólicas significativas. La actividad simbólica es una característica fundamental de la vida social, a la par de la actividad productiva, la coordinación de los individuos y la coerción.

Cuando las personas reciben y se apropian de los mensajes mediáticos se da un proceso de autoformación y auto comprensión; en muchos casos se incorporan rutinariamente a nuestras vidas, se pretende dar forma y transformar nuestras habilidades y reservas de conocimiento, poniendo a prueba nuestros sentimientos y preferencias y expandiendo los horizontes de nuestra experiencia. Se está modificando el yo a través de los mensajes.

La apropiación de los mensajes mediáticos se ha convertido en un medio de auto actualización en el mundo moderno, aunque eso no es verdad. Existen muchas otras formas de interacción social, tales como aquellas entre padres e hijos, entre alumnos y profesores y entre parejas, que continúan desempeñando un rol fundamental en este proceso social. El comentario al respecto es que los mensajes mediáticos pueden causar reacciones bastante perjudiciales en cuanto a su interpretación, como también actitudes hostiles y conflictivas; mucho más cuando no son verdaderos, pueden causar malos entendidos, peleas e inclusive muertos. La comunicación en el contexto social aún no ha cumplido a cabalidad la función para la que fue creada; nos ratificamos en lo dicho anteriormente; estos sirven para bien y para mal, lamentablemente casi siempre sirven para mal ya que no informan con imparcialidad, no educan, no entretienen; casi todos sus programas son hechos comercialmente.

La sociedad ha sido inundada de programas basura en casi todos los medios de comunicación, inclusive en los estatales que son los que deben dar el ejemplo del buen uso. La meta es solamente convertir a todos los ciudadanos del mundo en meros consumidores, en dogmáticos y sin capacidad de crítica y discernimiento; en personas que solo tienen que escuchar y hacer lo que los medios de comunicación dicen. Los medios de comunicación ya nos dan pensando, razonando y resolviendo a su manera y los usuarios tenemos que dar por hecho lo dicho, sin posibilidad de análisis ni reclamo alguno; porque si reclamamos, utilizan sus medios para arruinar y desprestigiar a quien reclama justa o injustamente.

2.2.2. Gobierno Autónomo Descentralizado de la provincia de Chimborazo

2.2.2.1. Estructura de Orgánica

De acuerdo a la resolución No. 097-2009-SG, la estructura Orgánica del Gobierno Provincial de Chimborazo se la puede observar el trabajo por niveles, que actualmente rige el accionar del GADPCH. Con el fin de realizar su gestión y ajustarse a lo establecido por la ley y normativas vigentes en el país. (Martinez, 2011).

- **Nivel de participación ciudadana**

Jerarquía máxima de la organización, que funcionara por principios democráticos y que tendrá competencias que funcionara por principios democráticos y que tendrá competencias decisorias según la constitución. (Martinez, 2011).

- **Nivel político**

Este nivel constituye la representación territorial; responsable de legislar y fiscalizar así como, formular y orientar la política institucional; y, está constituido por la Cámara o Consejo Provincial, conformada por los Alcaldes o Alcaldesas o sus delegados, representantes de las Juntas Parroquiales y silla vacía, el Prefecto que lo preside y Vice prefecta de conformidad con la Ley; cumplirán las atribuciones y funciones que constan en la Constitución, y otras normas pertinentes. (Martinez, 2011).

- **Nivel ejecutivo gerencial**

Es el encargado de la gerencia institucional, para el cumplimiento de su misión; está constituido por el Prefecto Provincial como primera autoridad de la Provincia, Vice prefecto Provincial y Coordinación General. (Martinez, 2011).

- **Nivel operativo**

Le compete a la ejecución de las políticas públicas institucionales, planes, programas, proyectos, resoluciones del Gobierno Provincial de Chimborazo y la prestación de los servicios oportunos y con calidez a la comunidad. El nivel operativo lo integran las coordinaciones de obras públicas, gestión ambiental, soberanía alimentaria y desarrollo económico territorial y de gestión social en relación directa con el nivel ejecutivo gerencial, cuya máxima autoridad ejecutiva gerencial del Gobierno Provincial de Chimborazo, es el Prefecto Provincial. (Martinez, 2011).

- **Nivel de apoyo**

Es el responsable de asegurar funcionamiento eficiente y eficaz en todos los niveles de la organización, a través de los recursos técnicos, financieros, materiales (bienes / servicios), tecnológicos y lo más importante los talentos humanos para el adecuado cumplimiento de los fines, objetivos e indicadores institucionales. (Martinez, 2011).

- **Nivel de unidades desconcentradas**

Integran este nivel las entidades creadas por el Gobierno Provincial de Chimborazo mediante Ordenanzas; y las unidades desconcentradas, que se establezcan en el futuro, mediante reglamento u otros procedimientos legales, como el caso de Desarrollo Humano. (Martinez, 2011).

- **Nivel asesor**

Corresponde a este nivel prestar asistencia técnica y asesoría a todas las instancias de la organización, formulando las sugerencias y recomendaciones necesarias con la finalidad de contribuir a la adecuada toma de decisiones y funcionamiento. El nivel Asesor esta en relación de dependencia directa de la Prefectura, Constituido por Sindicatura, Planificación, Fiscalización, Comunicación y Auditoría, pudiendo ser miembros de la administración unidades de asesoría externa. (Martinez, 2011).

2.2.2.2. Objetivo general de desarrollo desde el gobierno autónomo descentralizado de Chimborazo

Para el gobierno autónomo descentralizado provincial de Chimborazo el concepto de desarrollo es el siguiente: “Profundizar el proceso participativo de desarrollo sostenible humano, social, económico y ambiental, iniciado en la primera Prefectura de Mariano Curicama Guamán en Chimborazo, a fin de lograr el Sumak Kawsay o “Buen Vivir” de toda la población de la Provincia, como ejercicio democrático de la colectividad y como producto de alianzas estratégicas en el marco de las Competencias Constitucionales asignadas al Consejo Provincial, y en coordinación con los 12 objetivos establecidos en el Plan Nacional de Desarrollo.” (Martinez, 2011: 9).

2.2.2.3. Visión de desarrollo de acuerdo al GADPCH

El gobierno autónomo descentralizado provincial de Chimborazo la visión es: Queremos una nueva Provincia intercultural y unida, equitativa y solidaria, productiva y competitiva, que maneje de manera sustentable sus recursos naturales, con instituciones fuertes, capacitadas y coordinadas, y con una democracia participativa consolidada. (Martinez, 2011).

Esta nueva Provincia, habrá logrado una convivencia solidaria y una unidad básica entre indígenas y mestizos; habrá superado la pobreza y la indigencia sobre todo del sector rural, mediante la construcción de una economía próspera, intensiva y diversificada que ha identificado productos, ramas y nichos de alto valor agregado y ventajas tanto en el mercado interno como en el externo, que ofrezca empleo y mejores remuneraciones, con

mejoras sustanciales en la distribución del ingreso, de los servicios de educación, salud, saneamiento ambiental e infraestructura productiva; la nueva economía deberá gestionar de manera adecuada el ambiente, con un mejor uso de las tecnologías y saberes, para recuperar y mantener a largo plazo a los recursos naturales; habrá mejorado la administración pública, comunitaria y privada, a través de la descentralización, complementariedad y coordinación de sus diversas instituciones; y tendrá un sistema democrático que ha institucionalizado la participación ciudadana de manera organizada en todos sus niveles de gobierno. (Martínez, 2011).

2.2.2.4. Plan de Gobierno Minga por Chimborazo.

Para cumplir con lo que establece el art. 97 y 100 de la Ley Orgánica Electoral y el art 7 literal d de la codificación al Reglamento para inscripción y calificación de candidatas y candidatos de elección popular; ponemos a consideración el siguiente Plan de Trabajo ante el Concejo Nacional Electoral Delegación Chimborazo, de las organizaciones populares del campo y la ciudad, de organismos de desarrollo, sector público y privado y de manera general a la sociedad chimboracense que en uso de sus derechos consagrados en los instrumentos legales nacionales e internacionales, son protagonistas y actores directos de un proceso conquistado gracias al protagonismo ejercido por las organizaciones que, finalmente, toman sus decisiones de manera soberana y democrática, la presente propuesta será ejecutado por el Prefecto de Chimborazo, de manera articulada con los diferentes niveles de gobierno, en el período comprendido entre los años 2014 y 2019 y será denominado PLAN MINGA POR LA VIDA 3. (Curicama, 2014).

Considerando que nuestra provincia tiene características étnicas muy peculiares, especialmente constituidas por la población quichua de origen Puruway y el pueblo mestizo que, en porcentaje más o menos equitativo, conforman una población que plantea una relación intercultural casi espontánea, aunque en ciertos sectores, todavía se dan manifestaciones de segregación y racismo.

Como un Plan de Gobierno alternativo y participativo no puede ser una propuesta acaba, ésta estará en permanente construcción, como estrategia que se vincula con los escenarios sociales, económicos, culturales y políticos que confronta nuestro pueblo.

Desde luego que hay que considerar que una propuesta que surge de un proceso participativo, no tiene que ser ejecutada solo por la primera autoridad (Prefecto), el mecanismo de ejecución involucra a todos los actores sociales, descartando al pueblo como beneficiario y convirtiéndolo en actor de su desarrollo.

Partiendo del contexto legal determinado en el numeral anterior, es necesario establecer que esta Propuesta política se deduce del PLAN DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL que define su espacio estratégico hasta el año 2026 y es correspondiente PLAN PLURIANUAL que consolida su accionar en los próximos 5 años que, coincidencialmente, es el período que contempla esta propuesta.

Tradicionalmente se consideraba que era necesario definir el modelo de desarrollo siguiendo el ejemplo estructurado por países que habían superado los problemas derivados de la pobreza de sus habitantes, mediante procesos que generalmente generaban dependencia porque sus mecanismos nos permitían la participación crítica de los “beneficiarios del desarrollo”, ellos eran objetos y estaban obligados a aceptar porque ese sistema había dado resultado en otras partes; la posibilidad de ser sujetos de sus decisiones había sido muy limitada, por no decir eliminada, esta realidad estaba orientada a fortalecer la relación vertical entre benefactor y beneficiario, en este contexto, el beneficiario se torna dócil y agradecido, aun cuando en su interior se siente utilizado y riesgo de perder su identidad. (Curicama, 2014).

Más que modelos, que tienen una connotación mucho más radical, podemos hablar de estilos de desarrollo, estilos que cíclicamente se suceden en una especie de moda que los pueblos han de asumir para no quedarse rezagados de los beneficios del desarrollo. Así podríamos identificar algunos estilos que en su época tuvieron vigencia, con resultados parciales y ocasionales que no perduraron en el tiempo:

- a) Desarrollo de la comunidad,
- b) Desarrollo comunitario,
- c) Desarrollo de base,
- d) Educación para el desarrollo.

Estos estilos de desarrollo no pasaron de ser intentos para diseñar un mecanismo que finalmente no propició un proceso de libertad, justicia, igualdad e interculturalidad en el

desarrollo de los pueblos, generados desde la estructura de poder, fomentaron la dependencia, el paternalismo, la exclusión y el mesianismo jamás consideraron las potencialidades de nuestra Pachamama ni las capacidades de nuestros talentos locales, siempre fueron las carencias las que predominaron en los diagnósticos socio económicos; esta propuesta plantea un esquema que, partiendo de lo positivo, provoca procesos participativos que deciden sobre las alternativas de solución a las carencias que confronta la población.

En la década de los 90 se produce de revitalización organizacional que va a incidir profundamente en todos los aspectos de la vida nacional; planteada la participación desde el esquema de la interculturalidad como un puente tendido entre el poder central y la capacidad de los pueblos, nuestra propuesta establece condiciones especiales para que las actividades sean el producto de un proceso de planificación que se articula con todos los preceptos establecidos en las leyes que nos rigen; consecuentemente, nuestra propuesta se articula con:

1. Plan Nacional del Buen Vivir (Sumak Kawsay).
2. Plan Estratégico de Desarrollo Provincial. - elaborado en el año 2002.
3. Plan de desarrollo y Ordenamiento Territorial PDOT.CHO.- hasta 2026.
4. Plan plurianual que corresponde a 2013 – 2019.

Por otra parte, de acuerdo con el COOTAD, que establece las competencias exclusivas de los gobiernos provinciales Art. 42, textualmente establece: “Planificar junto con otras instituciones del sector público y actores de la sociedad, el desarrollo provincial y formular los correspondientes planes de ordenamiento territorial, en el ámbito de sus competencias, de manera articulada con la planificación nacional Regional cantonal y parroquial en el marco de la interculturalidad y plurinacionalidad y el respeto a la diversidad”. (Curicama, 2014).

Desde el año 1992 en el cantón Guamote bajo la presidencia de Mariano Curicama, iniciamos un proceso de participación que da origen a una visión diferente del desarrollo, fundamentada en la participación de todos los actores sociales a través de sus diferentes formas de coalición, asumen el derecho a decidir aquello que tiene que ver con su vida y la de las generaciones futuras; así se va construyendo un mecanismo que se cataloga como

Desarrollo Participativo o como Desarrollo Alternativo que se consolida a nivel provincial cuando este mismo ciudadano asume, mediante elecciones democráticas, la Prefectura de Chimborazo, incidiendo inclusive de manera importante para que la Constitución de la República consagre la Participación Popular como mecanismo obligatorio para planificar y ejecutar el desarrollo, así como la expedición de leyes que se fundamentan en la capacidad de los pueblos, tanto para cumplir como para sumir sus derechos como estrategias para el logro de un desarrollo más justo que es el proponemos en este Plan de Gobierno para el período 2014 – 2019 a ser ejecutado en el Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Chimborazo. (Curicama, 2014).

La propuesta se basó en la experiencia acumulada desde el año 1992 en las dos administraciones frente a la Alcaldía de Guamote, y desde el año 2005 en el Gobierno Provincial donde se ha consolidado la práctica democrática de la Participación y la Interculturalidad como ejes transversales de nuestro accionar, práctica que inclusive que hoy forma parte de la Política de Estado consagrada en la Constitución COOTAD y otras leyes.

Por lo tanto, presentamos un instrumento más a ser ejecutado de manera participativa y dando continuidad a lo que hemos venido haciendo con la fortaleza adquirida desde la experiencia y el trabajo hecho, con el convencimiento además de guiar, acompañar a insistir la consecución de condiciones dignas y el goce absoluto de los derechos que la Constitución de la República del Ecuador consagra para toda la población de nuestro país.

Un icono visible que el Movimiento de Unidad Plurinacional Pachakutik de la provincia de Chimborazo, con el liderazgo responsable del Abg. Mariano Curicama ha logrado posesionar procesos de Planificación y Presupuesto Participativa en la provincia que constituye la más moderna conquista democrática, este proceso de revitalización del poder de decisión de los pueblos, es la fundación de la transparencia en la administración de los recursos del pueblo, que ha generado varios resultados que es necesario analizarlos a la luz de la propuesta andina de desarrollo como instrumento de la relación del pueblo Puruhá con la sociedad urbana que ha generado además otros elementos que marcan con claridad el enfoque de nuestro proyecto político de vida, como:

- **Las organizaciones tienen acceso a las decisiones:** La década del 90 es el escenario de una poderosa revitalización de la organización indígena, la sociedad mestiza experimenta, consecuentemente, una mezcla de temor y respeto; sin embargo, muy pocas oportunidades tiene de intervenir directamente en la toma de decisiones: es el Prefecto de la provincia de Chimborazo que abre la oportunidad para que las organizaciones participen en las asambleas y en nombre de sus representados asumen la responsabilidad de decidir su desarrollo; LA MINGA POR CHIMBORAZO intenta fortalecer la organización a través de la participación.
- **Rescata prácticas ancestrales de participación.** - La investigación nos permitió recoger los suficientes insumos de la práctica cotidiana del pueblo para tomar las decisiones, el respeto a las opiniones, el criterio de los ancianos, los mecanismos democráticos de participación para llegar a consensos, constituyeron los aportes para consolidar la metodología del Prefecto Provincial de Chimborazo.
- **Fortalece los valores culturales, étnicos y éticos.** - Las prácticas culturales de nuestros pueblos siempre estuvieron en búsqueda constante de escenarios en los cuales pudieran ponerlos en evidencia, en la prefectura de la provincia de Chimborazo encontraron ese espacio que promueve auto estima para fortalecer valores como la honradez, la solidaridad y la capacidad de gestión.
- **Promueve el desarrollo con equidad.-** De la práctica tradicional del desarrollo basado en el clientelismo, el palanqueo y la coima, los actores sociales han sido capaces de priorizar sus requerimientos sin pensar en sacar ventajas adicionales, en algunos casos incluso son capaces de ceder para permitir que otros grupos con requerimientos más urgentes tengan acceso a los recursos, el prefecto de la provincia de Chimborazo, establece entonces que factores como la equidad, la territorialidad, la población y las necesidades básicas insatisfechas sean elementos que determinan el acceso a los recursos.
- **Facilita la participación ciudadana.-** La capacidad de convocatoria del prefecto de la provincia de Chimborazo es uno de los logros más significativos de la metodología cada año, durante la 60 asambleas parroquiales, 10 asambleas cantonales, las mesas temáticas y la Asamblea provincial un número superior a 6000 ciudadanos

concurrieron con los planteamientos comunitarios.- Fue un auténtico hecho de participación democrática, liderado en muchos casos por compañeras mujeres que participaron en gran número.

- **El estilo de desarrollo es más auténtico.** - La metodología establece mecanismos que permiten que los recursos que se presupuestan promueven el desarrollo basado en la realidad de la provincia. LA MINGA POR CHIMBORAZO, determina los ejes de desarrollo definidos en el Plan estratégico Provincial, cuyo cumplimiento es de carácter obligatorio.
- **La interculturalidad atraviesa todo el proceso.**- el levantamiento indígena del año 1990 marca una etapa histórica en la relación étnica entre el pueblo mestizo y el pueblo quichua Puruhá, la actitud heroica, firme, valiente y pacífica de las más multitudinaria manifestación de reivindicación de los derechos de los pueblos, conquista para el pueblo indio una extraordinaria reacción de respeto, es el inicio de una relación intercultural que poco a poco va construyéndose; es cierto que aún falta mucho para consolidarse, viejos rezagos de una moribunda aristocracia conspiran aún para la utopía de la interculturalidad sea una realidad total. El prefecto de la provincia de Chimborazo ha planteado ese desafío y pese a las dificultades, lo está logrando, varios testimonios así lo revelan y el reto está en marcha.
- **Se sustenta en los valores locales.**- el prefecto provincial de Chimborazo es el instrumento metodológico diseñado para promover los valores locales como estrategias de desarrollo con identidad, estamos demostrando las grandes capacidades de todos los actores sociales, tanto a nivel parroquial, cantonal y provincial, la creatividad como recurso renovable del ser humano es una potencialidad que estimula el prefecto de la provincia de Chimborazo.
- **El mandato popular.**- El prefecto provincial de Chimborazo es la manifestación democrática de una nueva forma de hacer gobierno, el pueblo que elige a sus mandatarios ejerce el poder de decidir sobre su futuro, va de la protesta reivindicacionista a la propuesta estructurada como mandado popular, de cumplimiento obligatorio por parte de los gobiernos locales, se trata entonces de una conquista social de participación popular, abre el camino desde la caduca democracia representativa hacia la democracia participativa.

- **Los objetivos del milenio.-** la salud, la educación, el ambiente, población vulnerable, seguridad alimentaria, entre otros, forman parte de los ejes del desarrollo del proyecto MINGA POR CHIMBORAZO y que tienen como objetivo fundamental el cumplimiento de las METAS Y OBJETIVOS DEL MILENIO; es decir, el prefecto provincia de Chimborazo convertido en instrumento metodológico de apoyo a los planteamientos de las Naciones Unidas, con quienes hemos firmado un convenio de cooperación para su cumplimiento.

La propuesta se fundamentó en las capacidades del pueblo y las potencialidades de nuestra provincia que ha sido impulsado durante el proceso político de las dos administraciones precedentes. (Curicama, 2014).

Los principios ejes articuladores del desarrollo de PLAN MINGA POR CHIMBORAZO son:

- **Interculturalidad.-** que plantea la relación armoniosa, dinámica y respetuosa entre los diferentes segmentos de la población, una relación que deja de ser conceptual para transformarla en práctica permanente, deja de ser académica para sustentarse en la praxis, deja de ser teoría para volverse compromiso social; finalmente, es el mecanismo de comunicación humana, que permite el buen vivir de la sociedad universal.
- **Participación.-** Inspirados en ancestrales formas de tomar decisiones y respaldados por esquemas que plantea la modernidad, planteamos el fortalecimiento de los procesos que venimos aplicando en lo que se refiere a la intervención de todos los sectores de la población Chimboracense para que de una manera consensuada participen en las decisiones que atañen a su futuro. Se aplicará el plan del prefecto de la provincia de Chimborazo con las reformas y adaptaciones que las dinámicas de nuestros pueblos requieren, como instrumento metodológico para que el Plan de Desarrollo sea la respuesta equitativa y justa de tal manera que adquieran el compromiso de velar por el cumplimiento de sus decisiones por parte de las autoridades, inclusive de los diferentes niveles de gobierno.

- **Transparencia.-** se plantea una administración mediatizada por mecanismos de participación popular en todos los momentos del proceso; si el pueblo interviene en la planificación y presupuestario del plan de desarrollo, es justo que intervenga en todos los momentos, para que el cumplimiento de sus resoluciones sean acatadas, para el efecto, a través de diferentes mecanismos de participación, el pueblo siempre estará presente como actor directo y como veedor, de esta manera, tendremos la disposición permanente para todos los actores sociales, así como intervienen en el proceso, tengan acceso a la información; adicionalmente, para cumplir con lo que disponen las Leyes, se cumplirá con las disposiciones de Rendición de Cuentas; además, se mantendrá informada a la ciudadanía a través de los mecanismos informativos, para lo cual la Unidad de Comunicación tiene la responsabilidad con la Institución y la ciudadanía.
- **Articulación.-** Considerando que la Constitución de la República, en el artículo 263 numeral 1 establece como una de sus competencias exclusivas la de Planificar el Desarrollo Provincial de manera articulada con todos los niveles de Gobierno, la propuesta diseñará los mecanismos técnicos – administrativos con los Gobiernos Municipales y parroquiales para impulsar el Plan de Ordenamiento Territorial que contribuya al cumplimiento de los objetivos planteados por el Estado en el Plan del Buen Vivir.
- **Ambiental.-** La responsabilidad radica en el derecho de los pueblos a vivir en un ambiente sano, en los Derechos de la Naturaleza, consagrados en la Constitución de la República y en las Competencias Exclusivas del Gobierno Provincial, en lo que se refiere a la Gestión Ambiental, para el efecto, se considera necesario establecer un plan de participación interinstitucional para aunar esfuerzos, capacidades y recursos y actuar de manera mancomunada a través de la Mesa de Ambiente como mecanismo de planificación y asesoría. Nuestra Pachamama confronta una de las crisis más duras que está afectando a la humanidad entera y de manera especial a los países pequeños que sufren las consecuencias de la voracidad del industrialismo depredador de los recursos y que condicional al mantenimiento de las reservas esgrimiendo el viejo estribillo de que son “Patrimonio de la Humanidad”, el compromiso es: primero nuestro pueblo y sus representantes sabrán decidir lo que más conviene a sus intereses.

- **Conectividad.-** La provincia ha sido tradicionalmente considerada con los índices más bajos en varios aspectos, se tiene la capacidad de afirmar que esa percepción está cambiando, hay una actitud diferente en la población, las capacidades desarrolladas en campos como el sistema productivo, el riego, el manejo ambiental y la vialidad como competencias exclusivas del Gobierno Provincial. A propósito de conectividad nos proponemos fortalecer el sistema vial de la provincia, hay antecedentes, durante los períodos precedentes, un intenso trabajo desarrollado ha permitido que todas las cabeceras parroquiales se encuentran conectadas por un sistema vial que han sido calificado por organismos técnicos como excelente, ese trabajo permite un intercambio campo ciudad muy dinámico que nos proponemos intensificar desde los sectores productivos hacia la ciudad y viceversa; desde luego que el respeto a los derechos de la naturaleza marcan el principio fundamental de la propuesta.
- **Responsabilidad social.-** Queda muy lejos la relación tirante entre el sector privado y el público, el dialogo, la confrontación inútil e intrascendente ha dado paso al diálogo, a los consensos, a la actitud positiva y propositiva, a los emprendimientos como estrategia de desarrollo fundamentado en la participación democrática de todos los actores sociales. El sector privado, tradicionalmente paternalista practicaba la caridad como un acto infame para los menesterosos; la beneficencia constituía un hecho para lavar conciencia de la opulencia hacia los marginados; inclusive la solidaridad ha sido practicada como un hecho circunstancial, frente a circunstancias de desastre, después de lo cual la situación quedaba igual o peor porque todos estos gestos de generosidad generaban paternalismo y dependencia, frente a este escenario, el sector privado crea un nuevo escenario, el de la responsabilidad social como valor permanente basado en la equidad u la justicia como instrumento para llegar al buen vivir; es esta actitud que ha permitido una relación dinámica que en esta propuesta se consolidará para implementar en MINGA DESARROLLO DE CHIMBORAZO.
- **Democracia.-** Es representativa delegativa colapsó como alternativa de gobernabilidad. Porque surgieron voces y pensamientos en búsqueda de otra alternativa que proponen el ejercicio de la democracia participativa en la que todos tenemos la oportunidad no solo para elegir a nuestros representantes, sino para decidir todo lo que nos concierne. Y, es justamente, en devolver la capacidad de decisión al

pueblo en donde descansa esta propuesta es decir en replantear quien decide, como se construye las decisiones y hacia qué intereses se orientan. Las diversas experiencias que existen sobre nuevos ejercicios de democracia participativa en Latinoamérica nos muestran que son procesos complejos porque implican cambios en las relaciones entre la sociedad y el poder lograr, por ejemplo que en un gobierno local las decisiones sobre la inversión del presupuesto no las tome manera exclusiva la principal autoridad, sino la colectividad de manera consensuada, trastoca y transforma todos los esquemas y normas establecida, resta poder y espacio a los políticos tradicionales porque implica trasladar ese poder y esa decisión a la colectividad, a la sociedad como tal.

Es justamente eso lo que propone y exige la democracia participativa, un proceso amplio de participación en todas las decisiones básicas y fundamentales que convierte a los ciudadanos en sujetos de desarrollo y cambio; es decir, la democracia que fue consagrada en el 2008 en la Constitución de la República y que es ejercida por el Gobierno Nacional y todos los niveles de gobierno y que tiene su origen en el proceso iniciado en el cantón Guamote durante el ejercicio de la alcaldía de este servidor.

El presupuesto y la planificación participativa, es ya una política democrática nacional que permite la distribución concertada de los recursos económicos de los gobiernos en función de un desarrollo más equitativo de la sociedad.

Los presupuestos participativos son alternativas válidas para un ordenamiento nacional de la inversión y el gasto público; cuestionan radicalmente a la distribución tradicional de gastos e inversiones de los recursos económicos de las entidades públicas estatales, que estaban sometidas a viciadas prácticas cargadas de corrupción y que han servido para el enriquecimiento ilícito de quienes han tenido la oportunidad de manejar los presupuestos de estas entidades.

El presupuesto participativo es una propuesta alternativa de contenido profundamente ético y moral, porque busca transparentar ante los ojos de la sociedad la calidad de gasto público.

La metodología del presupuesto participativo contempla dos conceptos básicos: la participación organizada de la comunidad para decidir sobre la inversión del presupuesto y las atribuciones que tiene la comunidad para ejercer veedurías que permitan dar seguimiento, evaluar y fiscalizar esa inversión.

Hay algunos políticos que no aceptan la participación del pueblo en la toma de decisiones, aspiran a mantener el sistema tradicional de privilegios, amparados en una política y autoritaria de la gestión pública. Para los pueblos del Ecuador el Presupuesto Participativo es como el sol que a todos nos cobija.

La propuesta se reflejará en función al modelo de desarrollo que se plantea en el Plan de Ordenamiento territorial desde los cuatro sistemas.

- Sistema de Fomento Productivo
- Sistema Físico Ambiental
- Sistema de Equidad e inclusión
- Sistema de Gobernabilidad

2.2.2.5. Producto comunicacional del GADPCH “Minga por Chimborazo”

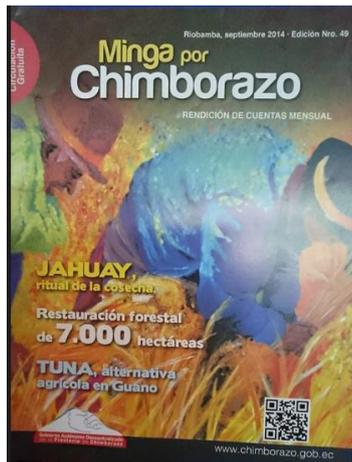
2.2.2.5.1. Objetivo de la revista y programas televisivos

Informar y difundir a la ciudadanía en general todas las actividades y obras que ejecuta el GADPCH, en el marco de sus competencias.

- **Revistas**

Portada:	Icono turístico provincial, fotografía institucional de eventos relevantes (editorial).
Contraportada:	Resumen informativo a manera de índice.
Información destacada del mes	
Reportajes:	Turísticos, culturales o históricos.
Diseño:	Fotografía maqueado.
Soy Chimborazo:	Reportajes turísticos, culturales y/o históricos.
Nuestras Noticias :	Reportaje nuestros proyectos.
Sumarios :	En el idioma Quichua.

REVISTA	
	<p>Fecha: Julio 2014</p> <p>Edición: Nro. 47</p> <p>Tema: Propuesta Provincial de Cambio de la Matriz Productiva.</p>
	<p>Fecha: Agosto 2014</p> <p>Edición: Nro. 48</p> <p>Tema: La defensa del territorio de la provincia, es tarea de todas y todos los chimboracenses.</p>



Fecha: Septiembre 2014

Edición: Nro. 49

Tema: Jahuay ritual de la cosecha.



Fecha: Octubre 2014

Edición: Nro. 50

Tema: Seguridad Alimentaria.



Fecha: Noviembre 2014

Edición: Nro. 51

Tema: Correa amplía cooperación con GADP Chimborazo.

	<p>Fecha: Diciembre 2014</p> <p>Edición: Nro. 51</p> <p>Tema: Maya 2014 premio para Chimborazo.</p>
---	--

Tabla 1. Revistas Minga por Chimborazo
Elaborado por: Los Autores

• **Programas de Televisión**

	<p>Fecha: 27 Julio 201</p> <p>Duración del video: 30m34s</p> <p>Tema: Propuesta Provincial de Cambio de la Matriz Productiva.</p>
	<p>Fecha: 31 Agosto 2014</p> <p>Duración del video: 30m20s</p> <p>Temas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gobierno provincial inauguro adoquinados de la vía Cochaloma La esperanza en el cantón Colta. • En la comunidad Angas se realizó campaña de vacunación al ganado bobino productor de leche y carne. • En varias comunidades rurales de Chimborazo agricultores participan en un intercambio de

	<p>saberes y conocimientos en los denominados días de campo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grupos de atención prioritaria en el cantón Santa Isabel, de la parroquia San Juan del Cantón Riobamba, reciben atención médica gratuita. • En Minga por Chimborazo, un diálogo a Fondo con el Ing. Carlos Bonilla, coordinador de ambiente, informando sobre planes y proyecto.
	<p>Fecha: Septiembre 2014</p> <p>Duración del video: 30m37s</p> <p>Temas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gobierno provincial ejecuta obras emergentes en la ribera del río Chambo. • Trabajos de mejoramiento y rehabilitación vial en la carretera Quimiag - Río Blanco. • El prefecto de la provincia entrega 395 vinos para las comunidades de la parroquia Flores en Riobamba. • Inicio proceso de capacitación a promotores de juntas y organizaciones de regantes. • Conozca cómo avanza la Minga en un dialogo a Fondo con el Prefecto Mariano Curicama.



Fecha: Octubre 2014

Duración del video: 31m40s

Temas:

- En la comunidad Palacio Real, de la parroquia Calpi, el prefecto provincial firmó un contrato de construcción del sistema de riego para 250 agricultores.
- Maquinaria del gobierno de la provincia de Chimborazo, trabaja en la rehabilitación de caminos vecinales en el cantón Riobamba.
- Con recursos de un crédito otorgado por Banco Interamericano del Desarrollo la vía Guamote _ Pallatanga será mejorada y rehabilitada.
- El gobierno provincial, construirá un puente sobre el río blanco en el cantón Cumanda, este unirá el sector de la victoria con la cabecera cantonal.
- Conozca detalles de los proyectos del patronato del Gobierno Provincial en un dialogo a fondo con su coordinadora Sonia Merino.



Fecha: Noviembre 2014

Duración del video: 29m31s

Temas:

- Con una inversión de \$88.000,00 dólares el Gobierno Provincial ejecuta la conducción del puente sobre el río Taraud, ubicado en el cantón Penipe.
- El Gobierno Provincial, organizó la octava feria intercultural de emprendimientos con la presentación de 30 estanes, de los 10 cantones de la provincia.
- El gobierno de la Provincia organizo el foro retos del estado y los emprendimientos para el cambio de la matriz productiva.
- Detalles de la inversión de más de 5.000.000,00 gestionada por la prefectura, en un dialogo a fondo con José Quevedo, coordinador de obras públicas del gobierno provincial.



Fecha: 28 Diciembre 2014

Duración del video: 31m36s

Temas:

- Prefecto inauguró la rehabilitación la vía las palmas en una extensión de 4km.
- El Gobierno Provincial impulsa el plan de promoción familiar en 4 cantones de Chimborazo.
- En la parroquia Juan de Velasco

	<p>se entregaron 92 baconas de raza mejorada a beneficiarios de diez comunidades del sector.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conozca los resultados del trabajo ejecutado por el gobierno provincial en fomento productivo, en un dialogo a fondo con Agapito Muñoz coordinados de esa área.
--	--

Tabla 2. Programa de televisión Minga por Chimborazo

Elaborado por: Los Autores

2.2.2.6. Datos generales de las parroquias de Cebadas y Palmira del cantón Guamote

2.2.2.6.1. Parroquia Cebadas

Según (Equipo Técnico del Gobierno Autónomo Descentralizado de Cebadas, 2015) la parroquia Cebadas, se encuentra dentro del cantón Guamote, la cual está ubicada en la parte central del callejón interandino, al sur de Quito, a 35 Km de la ciudad de Riobamba, abarca un territorio de 570.78 Km² constituyéndose la segunda parroquia más extensa de las que integran la provincia de Chimborazo.

Se encuentra a una altitud que va desde los 2.600 hasta 4.640 m.s.n.m, su temperatura media anual es de 13,7°C, constituyendo dos tipos de climas: Invierno húmedo frio en los meses de octubre a mayo y verano cálido, seco, ventoso de junio a septiembre; una humedad relativa del 96,8%, una nubosidad de 3.1 horas/día y una precipitación de 681 mm. Según datos de INAMHI 2014.

La parroquia posee una topografía irregular debido a la influencia de las cordilleras Central y Occidental de los Andes, la mayor parte de los territorios de la parroquia presentan pendientes pronunciadas, que en algunos casos sobrepasan los 50 grados de inclinación. Los territorios de las comunidades tienen pendientes superiores a los 15 grados. Este fenómeno natural sumado a la acción fluvial se constituye en las principales causas de la erosión de los suelos, especialmente en la cuenca del río Cebadas.

Cebadas posee tres zonas latitudinales, las mismas que se describen a continuación:

- **Zona Baja.**- situada desde los 2.600 hasta los 2.950 m.s.n.m, la misma que se ubica hacia las cuencas hidrográficas de los ríos Cebadas y Guamote. La topografía de esta zona va de plana a ondulada con pendientes de 5 a 15 grados en algunos sitios con pendientes de 30 grados.
- **Zona Media.**- situada desde los 3.000 hasta los 3.200 m.s.n.m. Se localiza hacia los flancos y estribaciones de la cadena montañosa de los andes centrales. Esta zona posee bajas precipitaciones pluviales anuales, por este motivo la agricultura que se desarrolla es principalmente de secano. Los suelos de esta zona se caracterizan por poseer pendientes que van desde los 15 hasta los 60 grados, lo que ha provocado junto al mal manejo de los suelos y el agua la erosión de los mismos.
- **Zona Alta.**- situada desde los desde los 3.250 hasta los 4.640 m.s.n.m. Se localiza en las cimas de las montañas. Los suelos de esta zona, poseen pendientes que van desde los 15 a los 30 grados de inclinación, y en algunos sectores son completamente escarpados con pendientes que superan los 60 grados. Esta zona posee suelos negros con altos contenidos de materia orgánica, de textura franca con buena capacidad de retención de humedad, y con altas precipitaciones pluviales anuales. El suelo de la parroquia Cebadas es de material parental, en su mayor parte de origen volcánico, el resto del suelo está constituido por material de origen metamórfico y sedimentario, el cual ha sufrido pequeños aportes superficiales de cenizas volcánicas.

Para una mejor planificación del territorio de Cebadas, los actores sociales y las autoridades locales se han puesto de acuerdo en zonificar la parroquia en tres zonas, categorización que se basa en factores agro-ecológicos, como condiciones de suelos, topografía y relieve, condiciones de clima y humedad, disponibilidad de recursos hídricos, uso y cobertura de suelos, cobertura vegetal con énfasis en los páramos y naturalmente factores sociales y culturales de cada una de las zonas. En el mapa n° 01, se presenta la zonificación de la parroquia, las comunidades que se asientan en el territorio, así como la extensión de cada zona.

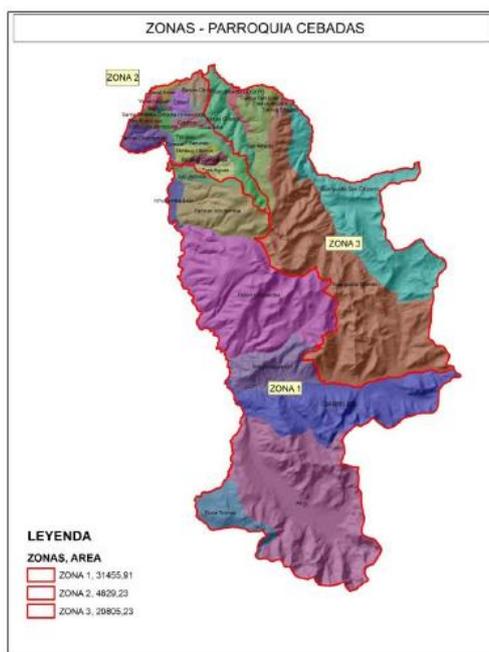


Gráfico 1. Zonificación de la Parroquia Cebadas

Fuente: (Equipo Técnico del Gobierno Autónomo Descentralizado de Cebadas, 2015)

- **Clima**

El clima considera un conjunto de condiciones atmosféricas como humedad, precipitación, temperatura, vientos, entre otros, que caracterizan a una región en particular; dentro de los factores más relevantes se encuentra la temperatura y precipitación o régimen de lluvias presentes en una zona. (Equipo Técnico del Gobierno Autónomo Descentralizado de Cebadas, 2015).

- **Temperatura**

La **temperatura** es una magnitud física que indica la intensidad de calor o frío de un cuerpo, de un objeto o del medio ambiente en general. En función del mapa de Isotermas de la parroquia Cebadas, el rango de temperatura en la parroquia va desde los 4°C a los 12°C. La mayor parte del territorio (94,2%) posee temperaturas entre los 4°C a 10°C, en tanto que apenas el 5,8% de toda la parroquia poseen temperaturas entre los 10°C a 12°C.

- **Población**

En función del último Censo de Población y Vivienda levantada en el año 2010, la parroquia Cebadas posee una población total de 8.218 personas que representa el 18,20% de la población del cantón Guamote (45.153 habitantes) y el 1,79% (458.581 habitantes) en relación a la población total de la provincia de Chimborazo. De ésta población, 4.199 personas son mujeres que significa el 51,10% y 4.019 son hombres (48,90%).

En el gráfico, se presenta la variación de la población total de la parroquia Cebadas en el periodo 1990 al 2010, del cual se desprende que ha existido un incremento de 2.593 personas, en un período de 20 años. (Equipo Técnico del Gobierno Autónomo Descentralizado de Cebadas, 2015).

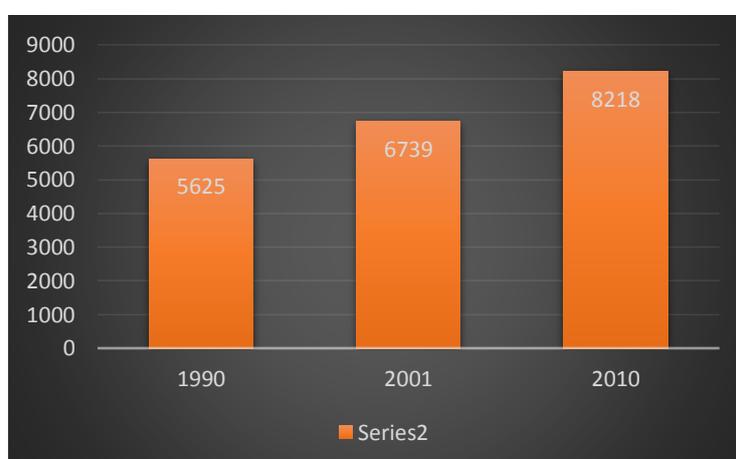


Gráfico 2. Población de la parroquia Cebadas

Fuente: Censo de población y vivienda. 1990, 2001 y 2010
Elaboración: Equipo técnico, Actualización del PD y OT. 2015

Según (Equipo Técnico del Gobierno Autónomo Descentralizado de Cebadas, 2015) respecto de la distribución de la población por segmentos de edades, podemos indicar en base de la información oficial del Censo 2010, que la mayor población se encuentra en una edad entre los 5 a 9 años representando el 13,73% y para una edad entre los 10 a 14 años tenemos una población que represente el 12,87%.

La mayor población de la parroquia Cebadas se encuentra en una edad joven, específicamente los que componen la población económicamente activa, entre los 15 a

64 años de edad, ya que para los hombres tenemos 2.083 habitantes que representa el 25,34% y para las mujeres existen 2.319 habitantes que representa el 28,22%; dándonos un total de 4.402 habitantes (53,57%), esto quiere decir, que más de la mitad de la población total se encuentra en edad de poder trabajar y generar mejores condiciones de vida para las familias y por ende a su comunidad y parroquia. La población de personas mayores a 65 años, representa el 3,53% de mujeres y el 3,27% de varones.

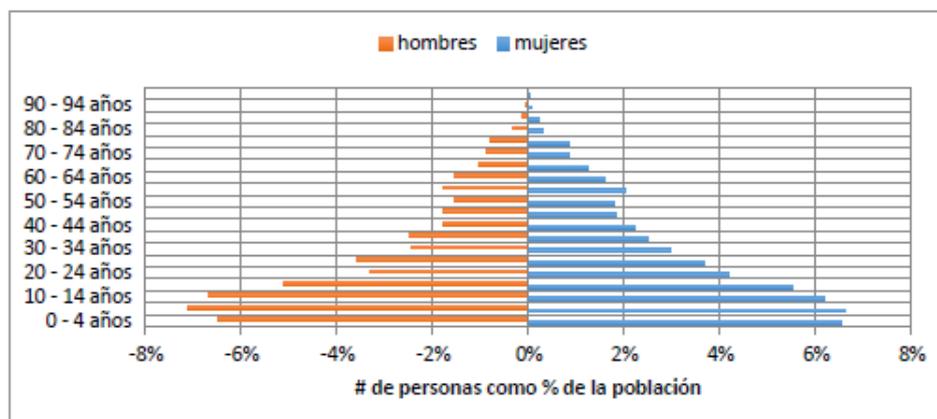


Gráfico 3. Pirámide poblacional en la parroquia de Cebadas

Fuente: Censo de Población y Vivienda INEC 2010

Elaborado por: Elaboración: Equipo técnico, Actualización del PD y OT. 2015

Respecto del número de jefes de familia, los datos del Censo 2010, nos indica que en la parroquia Cebadas existen 2.115 jefes de familia. Esta cifra se aproxima con la información levantada en cada una de las 36 comunidades/asociaciones, número que asciende a 2.186 jefes de familia; la diferencia puede deberse a que algunas familias que pertenecen a una determinada comunidad, no estuvieron presentes el día que se levantó el censo y por tanto no se les tomó en cuenta. En la tabla n° 32, se presenta el número de jefes de familia por comunidad. En la Zona 2 se concentra la mayor cantidad de población, 1058 familias, que representan el 48,4% de la población de la parroquia, conformada por 18 comunidades/asociaciones. La Zona 1 conformada por 9 comunidades/asociaciones se encuentra constituidas por 644 familias y representa el 29,5%; finalmente la Zona 3, formada por 10 comunidades/asociaciones posee 484 familias y significa el 22,1% de la población total de la parroquia; por lo indicado aproximadamente la mitad de las personas que viven en la parroquia Cebadas se localizan en la Zona 2.

Dentro de las comunidades de mayor población sobresalen: Cebadas Centro con 324 familias, ubicada en la zona 2, y Pancun Ichubamba con 250 familias, ubicada en la zona

1; en tanto que las comunidades con menor población son: Santa Teresita, con 15 familias y Yanachaguar en la que viven 11 familias, las dos comunidades se localizan en la zona 2; Respecto de la responsabilidad de la familia, los datos del Censo 2010, nos indica que en la parroquia Cebadas, el 27,04% de mujeres asumen la jefatura del hogar, frente al 73,96% cuya responsabilidad recae en los hombres. (Equipo Técnico del Gobierno Autónomo Descentralizado de Cebadas, 2015).

- **Organización y tejido social**

Según (Equipo Técnico del Gobierno Autónomo Descentralizado de Cebadas, 2015) las comunidades de la parroquia Cebadas cuentan con una estructura básica vertical: La asamblea general de comuneros/socios, constituye la máxima autoridad en la cual se toman las decisiones más importantes, así como se evalúa el accionar de los directivos y la participación de los miembros de la comunidad; la segunda instancia es el cabildo, organismo que se encuentra constituido por un presidente, síndico, secretario, tesorero y generalmente tres vocales (principales y suplentes). Los miembros del cabildo son los encargados de poner en práctica o ejecutar las decisiones que se toman en la asamblea general, así como de rendir cuentas de su accionar en el período de tiempo para lo cual fueron elegidos. Generalmente el cabildo dura dos años en sus funciones.

Los presidentes de los cabildos en su mayoría son hombres (94%) y apenas el 6% constituyen mujeres; razón por la cual es necesario que exista una mayor equidad de género dentro de la dirigencia de las comunidades/organizaciones.

Al año 2014 existían 34 organizaciones de base (comunidades, asociaciones); en el año 2015 se han incrementado tres organizaciones: dos asociaciones: Rosaspamba y Zanjaloma y una cooperativa: Ichubamba Yasepan.

Al año 2015, en la parroquia Cebadas existen 114 organizaciones sociales, las cuales se distribuyen de la siguiente manera: 33 juntas de regantes; 36 juntas administradoras de agua entubada; 12 asociaciones de mujeres; 24 organizaciones juveniles, las cuales están dedicadas a las prácticas deportivas en su gran mayoría; 4 organizaciones dedicadas a la producción y/o comercialización.

Dentro de las organizaciones sociales, se destaca una organización dedicada al turismo comunitario en la comunidad de Guarguallá San Eduardo, la cual consta con lo necesario para realizar hospedaje y guianza, especialmente hacia el volcán Sangay; por último también se identifica a 3 organizaciones de ahorro y crédito en la cabecera parroquial y una organización de ahorro comunitario ubicada en la comunidad de Cenán la cual dirigen un grupo de mujeres de la localidad.

Cabe señalar que las organizaciones fueron creadas hace varios años, poseen sus estatutos y nombramientos jurídicos, reconocidos por las instancias legales pertinentes, generalmente el MAGAP, para el caso de las comunidades y asociaciones y la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria para el caso de las cooperativas, tanto de producción como de ahorro y crédito. Por lo general los grupos juveniles dedicados a la práctica deportiva, no poseen estatutos legales.

En la mayoría de las comunidades se registran alguna organización encargada de la distribución equitativa del agua para el riego de los terrenos, pero en otras estas organizaciones pertenecen a varias comunidades, como es el caso de la Junta de Regantes de Gaurón Cochapamba, en cuyo caso existe el Directorio de Riego Shungo Paguay la cual recorre alrededor de seis comunidades.

Lo mismo ocurre con la Junta General de Usuarios de Agua de Riego de Cebadas, que prestan su servicio a las comunidades de la parroquia como Tagmo Chacapalan, la cual se provee del precioso líquido por medio de un sifón que baja desde la comunidad de Vía Oriente, cruza el río Cebadas y llega a su destino en Tagmo Chacapalan; caso similar ocurre para las comunidades de Airón Cruz y Cecel Airón, que reciben el agua desde la comunidad de Cenán.

Las juntas de riego y de consumo de uso doméstico poseen un poder de convocatoria alta, para la realización de sesiones, mingas y aportes; por la presión que someten a los usuarios para tener el derecho de uso del líquido vital.

La capacidad de gestión de la mayoría de organizaciones dentro de las comunidades es débil, ya que en su mayoría se encuentran a expensas de la gestión del gobierno local, cantonal y provincial, lo que representa una autogestión baja.

- **Relaciones externas de las organizaciones comunitarias**

Según (Equipo Técnico del Gobierno Autónomo Descentralizado de Cebadas, 2015) en la parroquia de Cebadas la mayoría de la población identifica a la Corporación de Organizaciones Indígenas de Cebadas (COICE) como una organización de segundo grado, no se menciona a ninguna organización de tercer grado que estén presentes dentro de la circunscripción territorial. Como organizaciones parroquiales podemos mencionar a la Unión de Iglesias Indígenas Evangélicas de la Parroquia de Cebadas (UNIIEPC), Asociación de Desarrollo Integral Área Cebadas (ADIAC) que es auspiciado por Proyecto de Desarrollo de Área (PDA Cebadas); de igual forma va tomando fuerza la Corporación de organizaciones y productores agroecológicos de la parroquia Cebadas (COOPAC).

Como organización cantonal, existe el Comité de Desarrollo Local Guamote (CDL Guamote); a nivel provincial, se identifica a la Confederación del Movimiento Indígena de Chimborazo (COMICH), Confederación de Iglesias Indígenas Evangélicas de Chimborazo (COMPOCIECH); Red Financiera de Chimborazo (REFICH), a la que pertenecen las principales cooperativas de ahorro y crédito presentes en la parroquia.

A nivel regional encontramos a la ECUARUNARI, en tanto que a nivel nacional se identifica a la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador (CONAIE); la Federación de Iglesias Evangélicas del Ecuador (FEINE) y a la organización PLAN INTERNACIONAL con su proyecto Visión Mundial.

- **Instituciones y organizaciones presentes en la parroquia**

Según (Equipo Técnico del Gobierno Autónomo Descentralizado de Cebadas, 2015) las principales instituciones públicas o privadas que han trabajado o están trabajando en la parroquia Cebadas se detallan en la tabla n° 45. Las instituciones gubernamentales que mayor presencia han tenido en el desarrollo de la parroquia, son: El Gad Parroquial de Cebadas, Gad Cantonal de Guamote , Gad Provincial de Chimborazo, Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca-MAGAP, Ministerio de Inclusión Económica y Social-Instituto Nacional de Riego-INAR (hoy en día llamado SENAGUA), Ministerio de Salud Pública-MSP. Dentro de las organizaciones no gubernamentales, se destacan: Fondo

Populorum Progressio-FEPP, Visión Mundial con su Proyecto de Desarrollo de Área (PDA CEBADAS) y Fundación Chuquirahua. Por su parte dentro de las organizaciones de segundo grado que también ha trabajado y ejecutado proyectos productivos, en convenio con instituciones públicas y privadas, es la Corporación de Organizaciones Campesinas de Cebadas (COICE).

Considerando que en el territorio parroquial las organizaciones externas, apoyan en mayor grado a la producción primaria agrícola y pecuaria en un 41%; luego tenemos un apoyo al desarrollo en la construcción de aulas, casas comunales, tanques de agua, infraestructura de riego, con un 38% y en menor grado se encuentra la planificación del territorio, la vialidad rural, el acceso a servicios básicos, el fomento de las organizaciones sociales y la cooperación internacional, estos componentes sumados nos dan el 20% de apoyo a nivel parroquial.

- **Grupos étnicos**

La mayoría de las comunidades de la parroquia de Cebadas se identifican como mayoritariamente indígenas con el 97,06% y el 2,94% de las comunidades se denomina como mayoritariamente mestizas, es decir, que de 34 comunidades presentes en la parroquia 33 son indígenas y una comunidad (Ichubamba Bajo) se identifica como mestiza.

Según la ocupación del territorio total (559,68 Km²) de la parroquia de Cebadas, apenas el 0,60% es utilizado por el sector mestizo que representa 0,34 Km² y 99,40% del territorio es utilizado por el sector indígena, que representa 556,34 Km². (Equipo Técnico del Gobierno Autónomo Descentralizado de Cebadas, 2015).

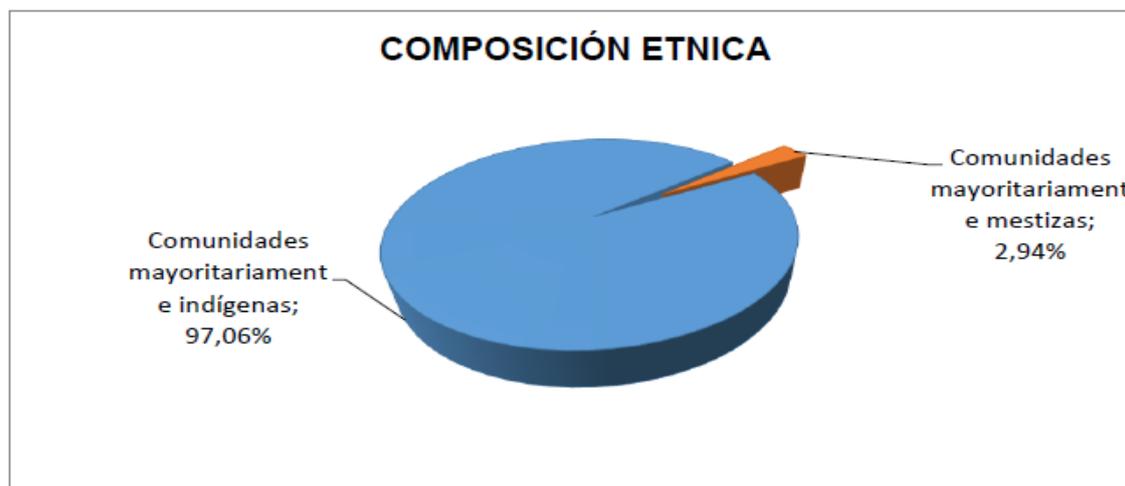


Gráfico 4. Composición étnica

Fuente: Equipo técnico del Gobierno Parroquial de Cebadas, 2015

- **Cohesión social y pertenencia de la población con su territorio**

Según (Equipo Técnico del Gobierno Autónomo Descentralizado de Cebadas, 2015) la población de las diferentes comunidades, barrios de la cabecera parroquial y organizaciones sociales, se encuentran muy identificadas con su parroquia; esto nos demuestra la defensa histórica de su territorio y su identificación como cebadeños y cebadeñas.

A nivel comunitario han existido pequeños conflictos, por cuanto algunas comunidades grandes por su extensión y población han tenido que dividirse en sectores o comunidades más pequeñas con la finalidad de mejorar el acceso a servicios básicos y conseguir obras y proyectos para el desarrollo de cada una de sus nuevas organizaciones.

Como prueba de lo manifestado encontramos por ejemplo la división de la comunidad de Guarguallá, en Guarguallá Grande y Guarguallá San Eduardo; la comunidad de la Tranca se ha dividido en Tranca San Luis, Tranca Pucará y Tranca Shulpuj; la comunidad de Ichubamba, en Retén Ichubamba, Pancún Ichubamba e Ichubamba Bajo, etc. Al inicio de la constitución de las nuevas se han dado pequeñas dificultades de manera particular en el tema de demarcación del territorio o pequeñas disputas por la infraestructura social o educativa disponibles; con el pasar de los años las relaciones entre comunidades separadas se han fortalecido e incluso se celebra algunas festividades o ejecución de proyectos en forma conjunta.

En la actualidad con la obligatoriedad de definir los límites internos y externos de la parroquia se ha notado una defensa de la población, de manera particular en las comunidades en conflicto, tal es el caso de Tagmo Chacapalán, quienes se sienten cebadeños por historia y tradición.

En otro ámbito los cebadeños y cebadeñas que se encuentran en diferentes cargos públicos y privados, en forma permanente se enorgullecen de pertenecer a este hermoso terruño patrio. De igual forma los migrantes que trabajan en otras latitudes a nivel nacional e internacional, en forma permanente se encuentran participando de los diferentes eventos sociales y culturales que se organiza a nivel parroquial y comunitario. Es muy frecuente escuchar la participación de los migrantes en los prebostazgos en diferentes festividades de las comunidades.

Lo manifestado se confirma con la participación de una candidata en representación de los migrantes, para reina de la parroquia de Cebadas, en el carnaval del 2015; así como la presencia de nutridas delegaciones de cebadeños residentes en diferentes Partes del país, en el desfile de confraternidad del carnaval 2015.

- **Idioma**

En la parroquia de Cebadas la mayoría de comunidades considera que el 97,06% son bilingües, es decir que hablan el castellano y el Kichwa, siendo la comunidad de El Atillo la que consideró que la mayoría de la población habla solo el castellano y esto representa el 2,94% del total de comunidades, según lo muestra el grafico.



Gráfico 5. Idioma que se habla en la parroquia

Fuente: Equipo técnico de actualización del PD y OT, 2015.

- **Prácticas productivas ancestrales**

- a. Cultivo tradicional**

Según (Equipo Técnico del Gobierno Autónomo Descentralizado de Cebadas, 2015) dentro de la parroquia existen varios productos que se pueden considerar como tradicionales, tal es el caso las habas, papas, cebada y maíz.

La cebada por lo general en las comunidades se siembre entre los meses de octubre y noviembre, aprovechando las primeras lluvias después del verano y la cosecha se la realiza entre los meses de junio y julio.

Las habas se siembran principalmente en el mes de diciembre y se lo cosecha por el mes de junio, este es uno de los productos que se siembran en las comunidades de la zona alta al igual que las papas, las que se siembran en casi todas las comunidades de la parroquia y entre los meses de mayo y diciembre, produciéndose la cosecha entre los meses de diciembre y junio.

El maíz siendo uno de los productos más tradicionales de América se lo cultiva entre las comunidades que se encuentran desde los 2.600 msnm hasta los 3.000 msnm, por lo general se lo cultiva entre los meses de octubre y noviembre y se cosecha en los meses de agosto y septiembre. El cultivo de la cebada, es uno de los más tradicionales que se producen en la parroquia, ya que se desarrolla desde la época colonial y por el cual la parroquia lleva su nombre.

El maíz, es una de las plantas nativas de América y el cultivo tradicional de los pueblos precolombinos, lo cual se mantiene hasta la actualidad

- **Prácticas ancestrales vigentes**

Según (Equipo Técnico del Gobierno Autónomo Descentralizado de Cebadas, 2015) entre las prácticas ancestrales que se conservan en la parroquia son: las mingas, que constituye un trabajo colectivo ancestral de origen andino que recupera los valores y principios de la reciprocidad y la solidaridad para lograr un objetivo común; permite además lograr una economía solidaria.

Otra práctica ancestral es la jocha, que consiste en la entrega de un presente (regalo) dependiendo del tipo de celebración, a la persona que realiza determinado evento social, como bautizo, construcción de vivienda o matrimonio.

La práctica ancestral de presta manos (**Maki Mañachi**), es una actividad que se practica entre bvecinos y familiares con la finalidad de devolver el trabajo en reciprocidad.

a. Caracterización de la práctica de la minga

La minga es una práctica ancestral que principalmente se da en las comunidades indígenas de la región interandina, la cual se basa en el trabajo comunitario para realizar algún tipo de obra o proyecto de beneficio común.

En la minga participan los directos beneficiarios de la ejecución de diferentes trabajos: como limpieza de canales y vías de acceso, construcción y mejoramiento de obras civiles dentro de las comunidades, tales como canchas deportivas, casas comunales, escuelas. Es el cabildo o el presidente de una determinada organización quien convoca a la minga, constituyéndose en obligatorio para todos los miembros de la organización; de no cumplir con éste deber, deberán acogerse a las multas establecidas para el efecto y acordadas en asamblea general. También se determinan ciertas comisiones para la coordinación del trabajo o para la preparación de bebidas o alimentos o la comisión de herramientas. (Equipo Técnico del Gobierno Autónomo Descentralizado de Cebadas, 2015)

b. Caracterización de la Minga (presta manos)

Esta práctica ancestral se lo realiza entre familiares y vecinos de las comunidades, para la realización de trabajos agropecuarios, construcción de viviendas, entre otras; la finalidad es que se ayuden con el compromiso de devolver el favor en otro momento a las personas que participan en el trabajo. El prestamanos permite optimizar el tiempo y ahorrar recursos económicos en la contratación de jornales. No necesariamente la persona que presta la mano debe permanecer toda la jornada de trabajo, puede realizarlo de manera preferente a horas de la mañana (uyari). (Equipo Técnico del Gobierno Autónomo Descentralizado de Cebadas, 2015).

c. Caracterización de la Jocha

La jocha es un aporte (sea en efectivo o con regalos), que realizan las personas para la realización de una fiesta religiosa o no religiosa, este aporte se entrega al que está encabezando las festividades (Prioste), como por ejemplo el pago de una comparsa, la banda de músicos, parte de la comida para la fiesta, los juegos pirotécnicos, entre otras. Es muy notorio en la celebración del matrimonio, los nuevos esposos reciben jotas como: alimentos, bebidas, animales, utensilios de cocina, cobijas, etc. (Equipo Técnico del Gobierno Autónomo Descentralizado de Cebadas, 2015)

- **Vestido**

a. Vestimenta tradicional

La mayoría de pobladores de la parroquia Cebadas coinciden en señalar que se ha perdido la identidad en cuanto se refiere al uso de la vestimenta tradicional, ya que, los hombres adultos, y los hombres adolescentes no usan su vestimenta tradicional, la que usaban sus antepasados, y esto se refleja en un 100% de las comunidades; pero no es el caso de la mujer adulta, quien todavía usa una gran parte de las vestimentas tradicionales; la mujer adolescente de la parroquia usa su vestimenta tradicional, pero existe un pequeño porcentaje de mujeres que utiliza un vestido occidentalizado, debido a que sus padres tiene que migrar a otras ciudades dentro y fuera del país, y esto ha ocasionado a que se pierda la costumbre en su forma de vestir. (Equipo Técnico del Gobierno Autónomo Descentralizado de Cebadas, 2015).

b. Vestimenta tradicional empleada por género y grupos de edad

Según (Equipo Técnico del Gobierno Autónomo Descentralizado de Cebadas, 2015) la vestimenta tradicional que identifican los pobladores de la parroquia Cebadas para el hombre adulto es el uso del poncho, el uso del sombrero de pance solo en dos comunidades y el uso del zamarro en trece comunidades, especialmente las que tienen páramo, ya que los hombres lo necesitan para poder realizar sus actividades de campo bajo un clima agreste.

Por otro lado cabe recalcar que se ha dejado de utilizar el pantalón de jerga, ya que se cambió por el pantalón de jean o de tela; las alpargatas se han cambiado por las botas de cuero, las botas de caucho y los zapatos, en pocas comunidades es común el uso de la bufanda.

La vestimenta de la mujer adulta en la parroquia Cebadas, se mantiene utilizando las prendas principales como son: la pollera en la zona alta; el anaco en la zona media y baja; en ciertas comunidades se utiliza el debajero, que se usa debajo del anaco y sirve también como pijama y el Chankalli que se usa delante del anaco a manera de delantal. Es común el uso de la chalina, la bayeta, la faja, las washcas que son una especie de collares, las Shikra, los tupos y las chaucheras.

Dentro de la parroquia se pueden diferenciar 4 tipos de vestimenta en las siguientes zonas pobladas: en el sector 1 que corresponde a las comunidades de Puca Totoras, Atillo, Quesera Loma, Millmahuanchi y Reten Ichubamba las mujeres por lo general presentan un tipo especial de vestido diferente al resto de la parroquia. En el sector 2, y parte del sector 3 utilizan una vestimenta tradicional muy vistosa con varios colores, la vestimenta del sector 3 especialmente en las comunidades de Guarguallá Grande y San Eduardo; la vestimenta es diferente al resto de sectores. Las comunidades de Sanancahuan Alto y Sanancahuan Grande, fueron creadas en la jurisdicción de la parroquia Cebadas, y poseen una vestimenta típica tradicional diferente a la de otros sectores de la parroquia; estos son muy llamativos tanto para el hombre como para la mujer.

Un fenómeno parecido al que ocurre con la vestimenta del hombre adulto, sucede con la vestimenta del hombre adolescente, ya que se ha perdido su uso, lo común es el uso del zamarro, de las botas de caucho, la bufanda y el sombrero, para su trabajo diario.

La mujer adolescente por lo general utiliza una vestimenta tradicional, pero se está cambiando su comportamiento, por la introducción de la vestimenta occidental, ya que consideran que es más cómodo para el tipo de trabajo que realizan; otra consideración es por la migración que existe ya que sus padres tienen que salir a otros lugares para mejorar sus ingresos económicos.

En cuanto se refiere al uso de la vestimenta tradicional, se puede observar que los hombres adultos y los hombres adolescentes, no utilizan la vestimenta tradicional con que se identifican cada una de las comunidades, ya que utilizan chompas, botas, camisa, pantalón de tela o blue jeans; no así las mujeres adultas y un 22,79% de las mujeres adolescentes, que todavía utilizan las vestimentas tradicionales de cada uno de sus sectores, como es el uso de la bayeta, el anaco o la pollera dependiendo del sector al que pertenecen, el tupo, los changallis, las washcas, las fajas, las chalinas, los sombreros de lana, las shigras o las cintas de pelo.

Cabe recalcar que un pequeño porcentaje de las mujeres adolescentes (2,2%) ya comienzan a usar la vestimenta occidental y no utilizan el vestido de sus ancestros.

- **Festividades y otras expresiones culturales**

- a. Festividades y cultura gastronómica**

Según (Equipo Técnico del Gobierno Autónomo Descentralizado de Cebadas, 2015) en forma milenaria las comunidades de la parroquia Cebadas, han celebrado sus festividades acorde a su cosmovisión andina, tal es el caso de los Raymis: Pawkar Ramy,Inti Raymi, Kuyay Raymi; sin embargo con el advenimiento de la conquista española se ha ido mezclando muchas de éstas festividades, tal es el caso del Carnaval con el Pawkar Raymi. En la festividad del Carnaval se practican actividades como comparsas con disfrazados, juegos populares, y cuyo plato típico en casi todas las comunidades es el cuy asado con papas cocinadas y la carne de res asada.

La fiesta de la Parroquialización de Cebadas que se celebra el 29 de mayo; aquí se desarrollan actividades como la cesión solemne, el desfile cívico y actividades culturales, en esta fecha es tradicional consumir y preparar un plato de mote con chicharrón.

También en la parroquia se celebran festividades religiosas como por ejemplo la Semana Santa, que se recuerda la pasión y muerte de Nuestro Señor Jesucristo, aquí al igual que todo el país es común la preparación de la fanesca que es un plato tradicional compuesto por 12 granos propios de la región y los tradicionales chigüiles, que es una masa de maíz envuelta en la hoja de misma planta y cocinada al vapor.

Además el 2 de noviembre se recuerda el día de todos los santos y el día de los difuntos; con la elaboración de la típica colada morada, guaguas de pan y tortillas hechas a base de cebada, además entre las tradiciones se encuentra el tema de llevar comida preparada al cementerio y brindar con el difunto.

Otra fiesta tradicional religiosa es Navidad, en donde se regalan caramelos y juguetes a los niños y se preparan los tradicionales buñuelos con miel o con un jarabe hecho de azúcar.

b. Tradiciones en las parroquias

Según (Equipo Técnico del Gobierno Autónomo Descentralizado de Cebadas, 2015) entre las tradiciones que tiene la mayoría de asentamiento humanos en la parroquia de Cebadas es la corrida de toros de pueblo y los juegos populares como el palo encebado, el cual se realiza plantando un tronco de varios metros de altura y bañado de grasa, en la punta se coloca varios premios en la cual la persona que pueda subir es el ganador.

El cerdo encebado es un juego popular en la cual participan los niños y jóvenes; el objetivo del juego es agarrar al animal que está embarrado de grasa, la persona que lo agarra se lleva al animal o un premio donado por los organizadores del evento.

También es común que la gente se disfrace para las comparsas en la época de carnaval y los tradicionales pases de niño en navidad. Además es común que los jóvenes practiquen los deportes como el indor, ecua vóley y futbol.

c. Cuentos y leyendas ancestrales de la parroquia

Lamentablemente no se ha podido recopilar una gran información de cuentos y leyendas, ya que esta práctica que se mantenía de generación en generación se está perdiendo, por la falta de atención a nuestros mayores, pues ellos tienen mucha experiencia y son conocedores de lo que ha sucedido desde hace mucho tiempo. (Equipo Técnico del Gobierno Autónomo Descentralizado de Cebadas, 2015).

- **Expresiones artísticas**

En casi todos los asentamientos humanos de la parroquia de Cebadas, se encuentran grupos de música, los cuales se dedican a la entonación de música andina, música folclórica y música nacional. Cabe destacar que solo en 22 comunidades, existen grupos de danza folclórica, y los cuales sirven para desfilan en los días de festividades religiosas, o las fiestas de carnaval y Parroquialización. (Equipo Técnico del Gobierno Autónomo Descentralizado de Cebadas, 2015).

2.2.2.6.2. Parroquia Palmira

Según (Asociación del Gobierno Parroquial Rural, 2014) históricamente, la Parroquia Palmira en su división política, perteneció a dos Cantones: Riobamba, Colta y desde el 7 de agosto de 1946 pertenece a Guamote.

El 17 de Junio de 1843, Fray José María Suárez decide cambiar el nombre de CHUCTUS al de Palmira; según lo señala el Dr. Pablo Osorio en su libro Milagros del señor de las Misericordias por el origen de su Santuario y sus favores.

Según el Dr. Roberto Rodríguez en su libro “*Guamote ayer y hoy*” define a Palmira por su etimología como colorado, PAL (u), dos; MENA camina, por lo que se dividió en dos rutas, una interandina y otra a Pallatanga; a partir de este criterio Palmira significa: DOS CAMINOS.

El pueblo de Palmira es gentil, amable y generoso, la misma que le hace merecedora al significado de “TRIUNFO, ÉXITO Y GLORIA”.

Este territorio fue llamado Palmira en el año de 1836, fue habitado por Cacicazgos como los Guamutis, Atapos, Tipines, Bishudes, etc; los cuales formaron parte del Reino de los Puruhaes, pueblo muy conocido por sus organizaciones, rebeldía y resistente frente a las diferentes amenazas de arrebatarles el control de su territorio.

Población actual Población INEC, 2010	14474
Extensión	Extensión IGM: 24829,97 ha Extensión PDOT 2011: 27451,39 ha
Límite político administrativo:	Norte: Parroquia Cebadas y Guamote Sur: Parroquia Tixán Este: Parroquia Cebadas Oeste: Cantón Guamote y Pallatanga
Rango latitudinal	Latitud: 1° 73" 30" Longitud: 78° 46" 49" Altitud: 2.560– 4.200 m.s.n.m
Clima	Invierno húmedo frío en los meses de Octubre a Mayo, Verano cálido seco y ventoso de Junio – Septiembre
Fisiografía y Suelos	HAPLUSTOLLS: que son negros profundos franco arenoso derivados de materias piro plásticos no menos de 30% de arcilla en el primer metro. USTIPSAMENTS: arenoso poco teorizado y con baja retención de humedad. DYSTRANDEPTS: suelos franco arenoso muy negro con gran capacidad de retención de agua. DUROSTOLLS: pocos profundo erosionados sobre canchagua con menos de un metro de profundidad.
Topografía	La mayor parte del área presenta pendientes pronunciadas las que en algunos casos sobrepasan el 50%. Los territorios de las comunidades tienen pendientes superiores al 10%,

- **Características de la población**

Para este análisis se toma como referencia los datos del censo 2010 y la proyección del INEC 2015, en la cual se refleja que la Parroquia Palmira cuenta con un índice de crecimiento del 4,5%, fruto de la aplicación de las fichas en cada una de las comunidades. La población es 99% indígena, y el 1% corresponde a mestizos, en el gráfico No. 9, se puede apreciar que en la parroquia existe un mayor porcentaje de población adulta que corresponde al 36 %, la población joven con un 23 %, el 16 % a niños, y el 4% son adultos mayores. (Asociación del Gobierno Parroquial Rural, 2014).

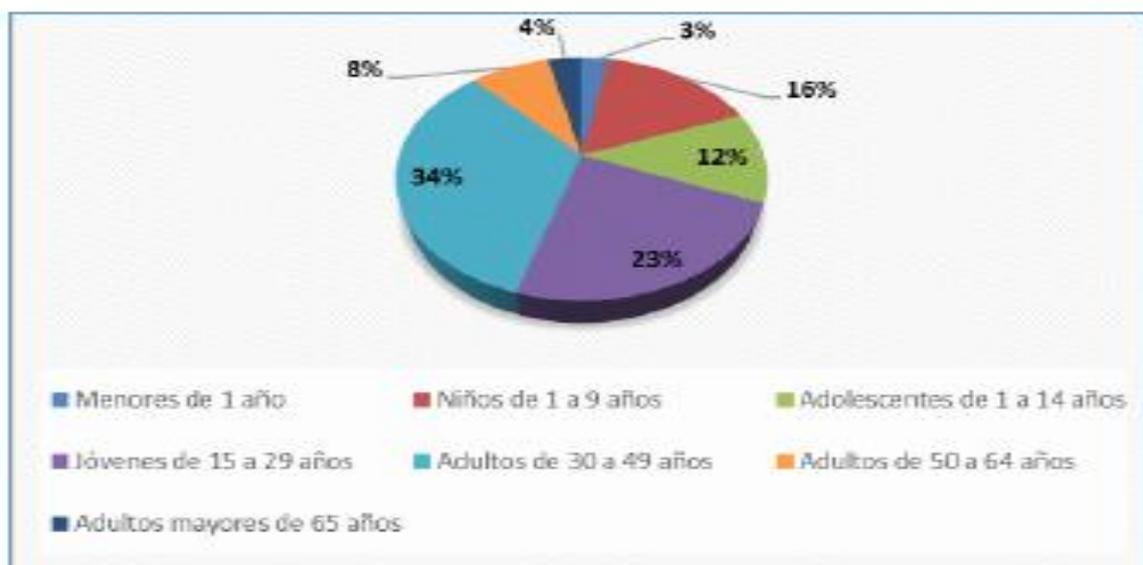


Gráfico 7. Características de la población de Palmira por edades

Fuente: Equipo Técnico Diagnóstico PDOT 2015.

- **La Población Económicamente Activa**

La población económicamente activa de la Parroquia de Palmira oscila en un promedio del 57%, las mismas que se dedican a diversas actividades.

De la población económicamente activa PEA, el 53% corresponde a la actividad agrícola y el 32% a la actividad pecuaria y en porcentajes menores a otros tipos de actividades diarias, estos detalles se muestran en el gráfico. (Asociación del Gobierno Parroquial Rural, 2014).

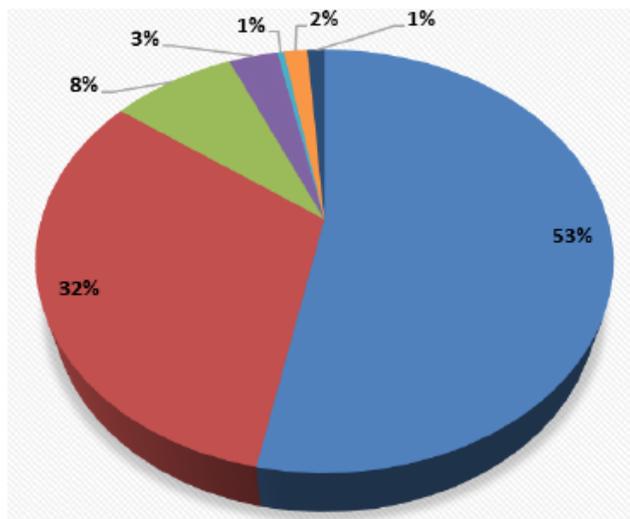


Gráfico 8. Ocupación de la Población Rural de Palmira

Fuente: Elaborado: Equipo Técnico Diagnóstico PDOT 2015

De acuerdo a los datos estadísticos podemos mostrar que de la población total de la parroquia el 52% corresponde al sexo masculino, mientras que el sexo femenino está representado por el 48%, estas características se muestra en el gráfico.

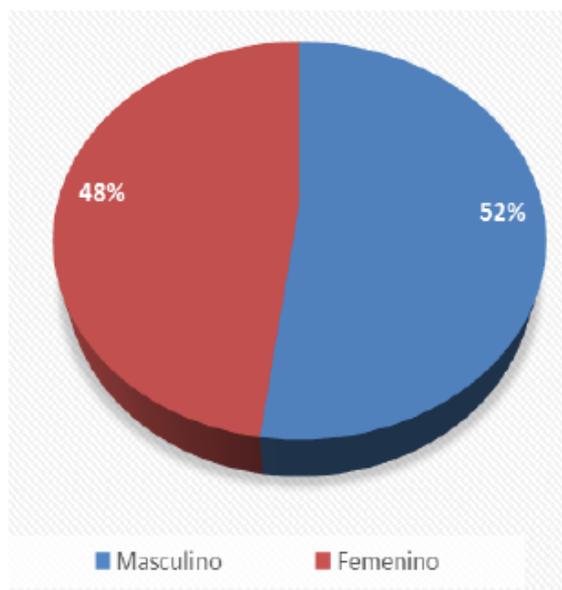


Gráfico 9. Detalle de la población por sexo

Fuente: Equipo técnico diagnóstico PDOT 2015

- **Organización social**

Según (Asociación del Gobierno Parroquial Rural, 2014) la organización social en la Parroquia Palmira se describe como un grupo de individuos caracterizados por una cultura en común, un cierto folclore y criterios compartidos que condicionan sus costumbres y estilo de vida y que se relacionan entre sí en el marco de una comunidad, las características de la organización social de la parroquia.

La población está organizada y agrupada en comunidades de base y tienen una estructura organizativa representada por cabildos comunitarios; en lo referente al sector urbano la organización de los habitantes es muy débil y están representados por el comité parroquial. El tejido social está moderadamente estructurado, existe la presencia de 40 comunidades de base, en algunas de ellas existen organizaciones internas como: Organización de Mujeres, Junta de Regantes, Clubes Deportivos, Asociaciones de Productores, las mismas que están reconocidas a través del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, Secretaría de Economía Popular y Solidaria, Ministerio de Inclusión Económica y Social, Ministerio de Industrias y Productividad. De acuerdo a la información recopilada el 97% de las organizaciones sociales poseen su sede o casa comunal en donde se concentran para tratar temas relacionados al desarrollo de sus asociados.

- **Grupos Étnicos**

Según (Asociación del Gobierno Parroquial Rural, 2014) La República del Ecuador tiene una población indígena estimada de un 40% de la población nacional, agrupada en 14 nacionalidades y 19 pueblos, que antes de la Constitución ecuatoriana de 1998, se ignoraba a estos pueblos y no se les dio la importancia necesaria y en la Constitución del 2008 fue un paso significativo para enfocar la cuestión indígena al consagrar el pluralismo étnico. En la región sierra la mayoría de la población es indígena y específicamente en la provincia de Chimborazo, en el sector rural existe un alto porcentaje de indígenas descendientes de los Purúhaes, es así, que en la parroquia Palmira el 94% corresponde a grupo étnico indígenas y apenas el 6%, es mestiza, como se muestra en la Tabla.

Grupo étnico	N° de comunidades	Porcentaje	Número de población
Población indígena	39	94%	13.605
Población mestiza	1	6%	869
Total	40	100%	14.474

Tabla 4. Composición Étnica de la parroquia Palmira

Fuente: Equipo técnico diagnóstico PDOT 2015

- **Patrimonio cultural tangible e intangible y conocimiento ancestral.**

Según (Asociación del Gobierno Parroquial Rural, 2014) En la cabecera de la Parroquia Palmira, desde hace algunas décadas atrás se ha caracterizado por tener como cultura y patrimonio las fiestas de la religión católica en honor al señor de las misericordias, cada mes de diciembre todo un programa cultural religioso se lleva a efecto, al cual asisten devotos de diferentes partes del país, así también se cuenta con el balneario del agua del señor, el mismo que los visitantes lo tienen catalogado como agua milagrosa; en la mayoría de las comunidades aún se mantienen las fiestas culturales por el carnaval, pascua, finados y fin de año, por otro lado también existe el patrimonio natural como la conservación de los páramos, las dunas de arena entre otros, todas estas características lo podemos observar en la tabla.

Descripción del patrimonio	Tipo de patrimonio		Ubicación
	Tangible	Intangible	
Iglesia parroquial		X	Cabecera parroquial
Balneario		X	Cabecera parroquial
Festividades del mes de diciembre		X	Cabecera parroquial
Creencia en San Juan Evangelista		X	Cabecera parroquial
Dunas de arena		X	San Miguel de Pomachaca
Fiestas culturales		X	Todas las comunidades
Páramos conservados		X	Zona Atapo – Chauzan

TABLA 5. Patrimonio tangible e intangible de la Parroquia Palmira

Fuente: Equipo técnico diagnóstico PDOT 2015

- **Idioma**

Según (Asociación del Gobierno Parroquial Rural, 2014) el idioma empleado mayoritariamente es el español con un total de 2380 personas, de la cabecera parroquial, formando el 100%.

El idioma Kichwa con 2135 personas, dividido de la siguiente manera: el 56% es de la comunidad de San Miguel de Pomachaca; con un 30% en la Cabecera Parroquial y solamente el 14% hablan kichwa en la comunidad de Galte Bisñag.

Comunidad	Español	Porcentaje	Kichwa	Porcentaje
Cabecera Parroquial	2380	100%	646	30%
Galte Bisñag			292	14%
San Miguel de Pomachaca			1197	56%
TOTAL	2380	100%	2135	100%

Tabla 6. Idioma empleado mayoritariamente por las comunidades San Miguel de Pomachaca, de la Cabecera Parroquial Palmira, y Galte Bisñag.

Fuente: (Asociación del Gobierno Parroquial Rural, 2014)

- **Prácticas productivas ancestrales**

a. Cultivo tradicional

Según (Asociación del Gobierno Parroquial Rural, 2014) en la parroquia Palmira al igual que las demás parroquias del Cantón Guamote, dentro de la parroquia existen varios productos que se pueden considerar como tradicionales, tal es el caso las habas, papas, cebada y maíz.

La cebada por lo general en las comunidades se siembre entre los meses de octubre y noviembre, aprovechando las primeras lluvias después del verano y la cosecha se la realiza entre los meses de junio y julio.

Las habas se siembran principalmente en el mes de diciembre y se lo cosecha por el mes de junio, este es uno de los productos que se siembran en las comunidades de la zona alta al igual que las papas, las que se siembran en casi todas las comunidades de la parroquia

y entre los meses de mayo y diciembre, produciéndose la cosecha entre los meses de diciembre y junio.

El maíz siendo uno de los productos más tradicionales de América se lo cultiva entre las comunidades que se encuentran desde los 2.600 msnm hasta los 3.000 msnm, por lo general se lo cultiva entre los meses de octubre y noviembre y se cosecha en los meses de agosto y septiembre. El cultivo de la cebada, es uno de los más tradicionales que se producen en la parroquia, ya que se desarrolla desde la época colonial y por el cual la parroquia lleva su nombre.

El maíz, es una de las plantas nativas de América y el cultivo tradicional de los pueblos precolombinos, lo cual se mantiene hasta la actualidad

- **Prácticas ancestrales vigentes**

Según (Asociación del Gobierno Parroquial Rural, 2014) entre las prácticas ancestrales que se conservan en la parroquia son: las mingas, que constituye un trabajo colectivo ancestral de origen andino que recupera los valores y principios de la reciprocidad y la solidaridad para lograr un objetivo común; permite además lograr una economía solidaria.

Otra práctica ancestral es la jocha, que consiste en la entrega de un presente (regalo) dependiendo del tipo de celebración, a la persona que realiza determinado evento social, como bautizo, construcción de vivienda o matrimonio.

La práctica ancestral de presta manos (**Maki Mañachi**), es una actividad que se practica entre vecinos y familiares con la finalidad de devolver el trabajo en reciprocidad.

a. Caracterización de la práctica de la minga

La minga es una práctica ancestral que se practica principalmente en las comunidades indígenas de la región interandina, la cual se basa en el trabajo comunitario para realizar algún tipo de obra o proyecto de beneficio común.

En la minga participan los directos beneficiarios de la ejecución de diferentes trabajos: como limpieza de canales y vías de acceso, construcción y mejoramiento de obras civiles

dentro de las comunidades, tales como canchas deportivas, casas comunales, escuelas. Es el cabildo o el presidente de una determinada organización quien convoca a la minga, constituyéndose en obligatorio para todos los miembros de la organización; de no cumplir con éste deber, deberán acogerse a las multas establecidas para el efecto y acordadas en asamblea general. También se determinan ciertas comisiones para la coordinación del trabajo o para la preparación de bebidas o alimentos o la comisión de herramientas. (Asociación del Gobierno Parroquial Rural, 2014).

b. Caracterización de la práctica Minga (presta manos)

Al igual que todas las parroquias del Cantón Guamote, la parroquia Palmira utiliza la práctica ancestral del presta manos el cual se lo realiza entre familiares y vecinos de las comunidades, para la realización de trabajos agropecuarios, construcción de viviendas, entre otras; la finalidad es que se ayuden con el compromiso de devolver el favor en otro momento a las personas que participan en el trabajo. El prestamano permite optimizar el tiempo y ahorrar recursos económicos en la contratación de jornales. No necesariamente la persona que presta la mano debe permanecer toda la jornada de trabajo, puede realizarlo de manera preferente a horas de la mañana (uyari). (Asociación del Gobierno Parroquial Rural, 2014).

c. Caracterización de la Jocha

La jocha es un aporte (sea en efectivo o con regalos), que realizan las personas para la realización de una fiesta religiosa o no religiosa, este aporte se entrega al que está encabezando las festividades (Prioste), como por ejemplo el pago de una comparsa, la banda de músicos, parte de la comida para la fiesta, los juegos pirotécnicos, entre otras. Es muy notorio en la celebración del matrimonio, los nuevos esposos reciben jotas como: alimentos, bebidas, animales, utensilios de cocina, cobijas, etc. (Asociación del Gobierno Parroquial Rural, 2014).

- **Vestido**

- a. Vestimenta tradicional**

La mayoría de pobladores de la parroquia Palmira coinciden en señalar que se ha perdido la identidad en cuanto se refiere al uso de la vestimenta tradicional, ya que, los hombres adultos, y los hombres adolescentes no usan su vestimenta tradicional, la que usaban sus antepasados, y esto se refleja en un 100% de las comunidades; pero no es el caso de la mujer adulta, quien todavía usa una gran parte de las vestimentas tradicionales; la mujer adolescente de la parroquia usa su vestimenta tradicional, pero existe un pequeño porcentaje de mujeres que utiliza un vestido occidentalizado, debido a que sus padres tiene que migrar a otras ciudades dentro y fuera del país, y esto ha ocasionado a que se pierda la costumbre en su forma de vestir. (Asociación del Gobierno Parroquial Rural, 2014).

- **Vestimenta tradicional empleada por género y grupos de edad**

La vestimenta tradicional que identifican los pobladores de la parroquia Palmira para el hombre adulto es el uso del poncho, el uso del sombrero de pance solo en dos comunidades y el uso del zamarro en trece comunidades, especialmente las que tienen páramo, ya que los hombres lo necesitan para poder realizar sus actividades de campo bajo un clima agreste.

Por otro lado, cabe recalcar que se ha dejado de utilizar el pantalón de jerga, ya que se cambió por el pantalón de jean o de tela; las alpargatas se han cambiado por las botas de cuero, las botas de caucho y los zapatos, en pocas comunidades es común el uso de la bufanda.

La vestimenta de la mujer adulta en la parroquia Palmira, mantiene la tradición de utilizar las prendas principales al igual que las demás parroquias del cantón Guamote como son: la pollera en la zona alta; el anaco en la zona media y baja; en ciertas comunidades se utiliza el debajero, que se usa debajo del anaco y sirve también como pijama y el Chankalli que se usa delante del anaco a manera de delantal. Es común el uso de la

chalina, la bayeta, la faja, las washcas que son una especie de collares, las Shikra, los tupos y las chaucheras.

Un fenómeno parecido al que ocurre con la vestimenta del hombre adulto, sucede con la vestimenta del hombre adolescente, ya que se ha perdido su uso, lo común es el uso del zamarro, de las botas de caucho, la bufanda y el sombrero, para su trabajo diario.

La mujer adolescente por lo general utiliza una vestimenta tradicional, pero se está cambiando su comportamiento, por la introducción de la vestimenta occidental, ya que consideran que es más cómodo para el tipo de trabajo que realizan; otra consideración es por la migración que existe ya que sus padres tienen que salir a otros lugares para mejorar sus ingresos económicos.

En cuanto se refiere al uso de la vestimenta tradicional, se puede observar que los hombres adultos y los hombres adolescentes, no utilizan la vestimenta tradicional con que se identifican cada una de las comunidades, ya que utilizan chompas, botas, camisa, pantalón de tela o blue jeans; no así las mujeres adultas y las mujeres adolescentes, que todavía utilizan las vestimentas tradicionales de cada uno de sus sectores, como es el uso de la bayeta, el anaco o la pollera dependiendo del sector al que pertenecen, el tupo, los changallis, las washcas, las fajas, las chalinas, los sombreros de lana, las shigras o las cintas de pelo.

Cabe destacar que un pequeño grupo de las mujeres adolescentes ya comienzan a usar la vestimenta occidental y no utilizan el vestido de sus ancestros. (Asociación del Gobierno Parroquial Rural, 2014).

- **Festividades y otras expresiones culturales**

- a. Festividades y cultura gastronómica**

En forma milenaria las comunidades de la parroquia Palmira, han celebrado sus festividades acorde a su cosmovisión andina, tal es el caso de los Raymis: Pawkar Rami, Inti Raymi, Kuyay Raymi; sin embargo con el advenimiento de la conquista española se ha ido mezclando muchas de éstas festividades, tal es el caso del Carnaval,

con el Pawkar Raymi. En la festividad del Carnaval se practican actividades como comparsas con disfrazados, juegos populares, y cuyo plato típico en casi todas las comunidades es el cuy asado con papas cocinadas y la carne de res asada.

La fiesta de la Parroquialización de Cebadas que se celebra el 1 de Julio; aquí se desarrollan actividades como la cesión solemne, el desfile cívico y actividades culturales, en esta fecha es tradicional consumir y preparar un plato tradicional elaborado con carne de cerdo.

También en la parroquia se celebran festividades religiosas como por ejemplo la Semana Santa, que se recuerda la pasión y muerte de Nuestro Señor Jesucristo, aquí al igual que todo el país es común la preparación de la fanesca que es un plato tradicional compuesto por 12 granos propios de la región y los tradicionales chigüiles, que es una masa de maíz envuelta en la hoja de misma planta y cocinada al vapor.

Además, el 2 de noviembre se recuerda el día de todos los santos y el día de los difuntos; con la elaboración de la típica colada morada, guaguas de pan y tortillas hechas a base de cebada, además entre las tradiciones se encuentra el tema de llevar comida preparada al cementerio y brindar con el difunto.

Otra fiesta tradicional religiosa es Navidad, en donde se regalan caramelos y juguetes a los niños y se preparan los tradicionales buñuelos con miel o con un jarabe hecho de azúcar. (Asociación del Gobierno Parroquial Rural, 2014).

b. Tradiciones en las parroquias

Entre las tradiciones que tiene la mayoría de asentamiento humanos en la parroquia de Cebadas es la corrida de toros de pueblo y los juegos populares como el palo encebado, el cual se realiza plantando un tronco de varios metros de altura y bañado de grasa, en la punta se coloca varios premios en la cual la persona que pueda subir es el ganador.

El cerdo encebado es un juego popular en la cual participan los niños y jóvenes; el objetivo del juego es agarrar al animal que está embarrado de grasa, la persona que lo agarra se lleva al animal o un premio donado por los organizadores del evento.

También es común que la gente se disfrace para las comparsas en la época de carnaval y los tradicionales pases de niño en navidad. Además es común que los jóvenes practiquen los deportes como el indor, ecua vóley y futbol. (Asociación del Gobierno Parroquial Rural, 2014)

c. Cuentos y leyendas ancestrales de la parroquia

Lamentablemente no se ha podido recopilar una gran información de cuentos y leyendas, ya que esta práctica que se mantenía de generación en generación se está perdiendo, por la falta de atención a nuestros mayores, pues ellos tienen mucha experiencia y son conocedores de lo que ha sucedido desde hace mucho tiempo. (Asociación del Gobierno Parroquial Rural, 2014).

- **Expresiones artísticas**

En casi todos los asentamientos humanos de la parroquia de Palmira, se encuentran grupos de música, los cuales se dedican a la entonación de música andina, música folclórica y música nacional. Cabe destacar en las comunidades, existen grupos de danza folclórica, y los cuales sirven para desfilar en los días de festividades religiosas, o las fiestas de carnaval y Parroquialización. (Asociación del Gobierno Parroquial Rural, 2014).

2.2.3. Hipótesis

Los productos comunicacionales “Minga por Chimborazo” (revista y programa de tv) que publica-emite el GADP Chimborazo ha incidido en la población de las parroquias de Palmira y cebadas del cantón Guamote, en el período julio - diciembre 2014

2.2.3.1. Variables.

- **VARIABLES INDEPENDIENTES.**

Productos comunicacionales “Minga por Chimborazo” (revista y programa de tv) que publica-emite el GADP Chimborazo.

- **VARIABLES DEPENDIENTES.**

Incidencia de los productos en la población de las parroquias de Palmira y Cebadas del cantón Guamote, en el período julio - diciembre 2014.

2.2.3.2. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems No.	Instrumentos
<u>Variable dependiente:</u> Incidencia de los productos en la población de las parroquias de Palmira y Cebadas del cantón Guamote, en el período julio - diciembre 2014.	Esta incidencia alude al concepto de comunicación para el desarrollo, que se basa en la idea de que los medios de comunicación tienen importantes efectos que pueden conducir al desarrollo económico, cultural e ideológico de países y poblaciones, y como consecuencia, provocar un cambio social para el desarrollo.	Población de Palmira y Cebadas	1 2 3 4	1. Ficha de observación 2. Ficha de análisis de contenidos 3. Fichaje bibliográfico 4. Encuesta

<u>Variable independiente:</u> Productos comunicacionales “Minga por Chimborazo” (revista y programa de tv) que publica-emite el GADP Chimborazo.	El proyecto “Minga por Chimborazo” se basa en el uso de medios masivos y productos comunicacionales que proporcionen información de valor que incida de manera directa y eficaz en el desarrollo de las poblaciones a las que va dirigida.	Productos comunicacionales	1	1. Encuestas
			2	2. Cuestionario
			3	3. Estadística

TABLA 7. Operacionalización de las variables.

Realizado por: Los autores

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO.

3.1. MÉTODO

Esta investigación se realizó mediante el método cuantitativo, se analizó los productos comunicacionales, a través de preguntas específicas hacía los participantes (entrevista y encuestas) obtuvimos los resultado con la colaboración de las comunidad de Palmira y Cebadas del cantón Guamote, conocimos sus necesidades, intereses, experiencias y realidades, con el fin de entender, si estos elementos son tomados en cuenta al momento de difundir la información o de generar los productos que vayan dirigidos a este tipo de público.

3.2. TIPO DE LA INVESTIGACIÓN:

Este estudio se realizó a través de una investigación de campo que constituyó un proceso sistemático, riguroso y racional de recolección, tratamiento, análisis y presentación de los datos de la entrevista y las encuestas, basado en una estrategia de recolección directa de la realidad de las informaciones necesarias para la investigación. De acuerdo con el propósito se verificó la hipótesis la misma que trató de establecer relaciones entre variable dependiente que es la incidencia de los productos en la población de las parroquias de Palmira y Cebadas del cantón Guamote, en el período julio - diciembre 2014 y la variable independiente que son los productos comunicacionales “Minga por Chimborazo” (revista y programa de tv) que publica-emite el GADP Chimborazo, con la finalidad de explicar el comportamiento del fenómeno o hecho en estudio.

3.3.DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN:

Por la naturaleza y la complejidad de la investigación fue un diseño no experimental, porque en el transcurso del proceso investigativo el problema fue estudiado y analizado tal como se da en su contenido sin que exista la manipulación intencional de las variables.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1. POBLACIÓN.

La investigación está determinada por la población de las parroquias de Palmira y Cebadas del cantón Guamote. De la mencionada población o universo será tomada una muestra a la cual se aplicará directamente el estudio de campo y la misma será obtenida en base de una fórmula estadística.

3.4.2. Muestra

Palmira: 12297

Cebadas: 8212

Total: 20509

$$n = \frac{m}{e^2(m-1) + 1}$$

$$n = \frac{20509}{0,05^2(20509 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{20509}{(0,0025)(20508) + 1}$$

$$n = \frac{20509}{(0,0025)(20508) + 1}$$

$$n = \frac{20509}{(51,27) + 1}$$

$$n = \frac{20509}{(52,27)}$$

$$n = 392$$

Palmira	12297	60%	235
Cebadas	8212	40%	157
Total	20509	100%	392

TABLA 8. Estratificación

Realizado por: Los autores

3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Las técnicas que fueron utilizadas para este estudio son: la búsqueda bibliográfica y teórica, la observación dirigida, la revisión documental y como complemento la aplicación de la entrevista al director del departamento de comunicación social del GADP Chimborazo. La bibliografía se utilizó con el objetivo de aclarar dudas, llegar a conclusiones y determinar diferentes puntos de vista de la doctrina al establecer principios e inclusive experiencias que se han obtenido con la aplicación de este fenómeno comunicacional. De la misma manera se tomó en cuenta testimonios de la población que fueron analizados posteriormente para complementar los datos y analizar de manera efectiva la influencia que los individuos han recibido a partir de los productos comunicacionales.

3.5.1. Técnicas e instrumentos

a) Entrevista

Se realizó al director del departamento de comunicación social del GADP Chimborazo, mediante un cuestionario de entrevista.

b) Encuestas

Se realizó a la población de Palmira y Cebadas, mediante un cuestionario de encuesta

c) Observación

Se realizó a través de las fichas, en la que se obtuvieron los datos bibliográficos y otros.

3.6. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.6.1. Entrevista

1. ¿Existe un plan de comunicación para el GADPCH?

Actualmente no contamos con un plan de comunicación en el departamento de Comunicación Social del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Chimborazo

2. ¿Cuál es el alcance, difusión y tipo de distribución de la revista “Minga por Chimborazo”?

La revista se entrega en la región, la cual comprende Cotopaxi, Tungurahua, Bolívar y Pastaza.

3. ¿Cuál es el alcance, difusión del programa de televisión “Minga por Chimborazo”?

El programa de TV es de alcance nacional a través de RTU y TELERAMA y medios locales TVS y Ecuavisión

4. ¿Cuáles son los géneros periodísticos utilizados en las revistas y los programas de televisión “Minga por Chimborazo”?

Las revistas y los programas de TV son informativos.

Reportajes, noticias, editoriales y entrevistas son de género interpretativo

5. ¿Contienen contenidos inclusivos las revistas y los programas de televisión “Minga por Chimborazo”?

Es de carácter inclusivo con aceptación de las personas con discapacidad visual porque la impresión en la revista no es en Braille.

6. ¿Cuáles son los horarios de transmisión de los programas televisivos “Minga por Chimborazo y en qué canales se los trasmite”?

Canal TVS, se presentan los programas Minga por Chimborazo, los días sábados, en un horario de las 20h00.

Canal ECUAVISION, se presentan los programas Minga por Chimborazo, los días lunes, en un horario de las 20h00.

Canal TELERAMA, se presentan los programas Minga por Chimborazo, los días domingos, en un horario de las 18:h30.

7. ¿Qué cantidad de ejemplares de la revista “Minga por Chimborazo” se realiza mensualmente?

El número de ejemplares mensuales es de 5.000

3.6.2. Análisis e Interpretación de las encuestas

1.- ¿Conoce usted los productos comunicacionales que publica-transmite la GADP de Chimborazo?

ANÁLISIS

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	145	37%
NO	247	63%
TOTAL	392	100%

Tabla 9. Conoce usted los productos comunicacionales que publica-transmite la GADP de Chimborazo.

Fuente: Encuesta

Realizado por: Los Autores

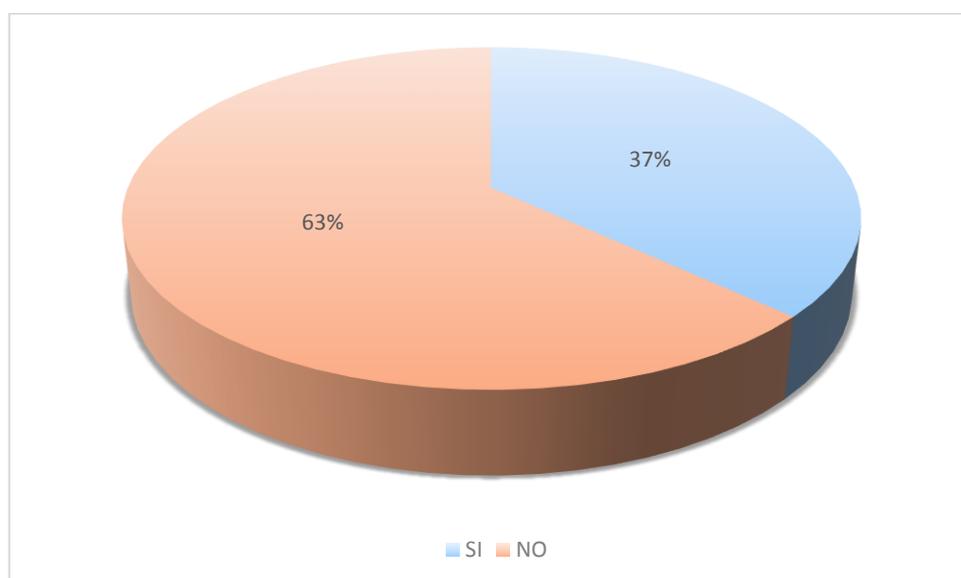


Gráfico 10. Conoce usted los productos comunicacionales que publica-transmite la GADP de Chimborazo.

Fuente: Tabla No. 9

Realizado por: Los Autores

INTERPRETACIÓN

De acuerdo a las encuestas realizadas a la población de Cebadas y Palmira se indica que: el 63% de los pobladores de las comunidades en estudio indican no conocer los productos comunicacionales que publica-transmite la GADP de Chimborazo; mientras que 37% de los pobladores indican que si conocen los productos comunicacionales.

2.- ¿Leyó la revista “Minga por Chimborazo” que publica la GADP de Chimborazo?

ANÁLISIS

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	86	22%
NO	306	78%
TOTAL	392	100%

TABLA 10. Leyó la revista “Minga por Chimborazo” que publica la GADP de Chimborazo

Fuente: Encuesta

Realizado por: Los Autores

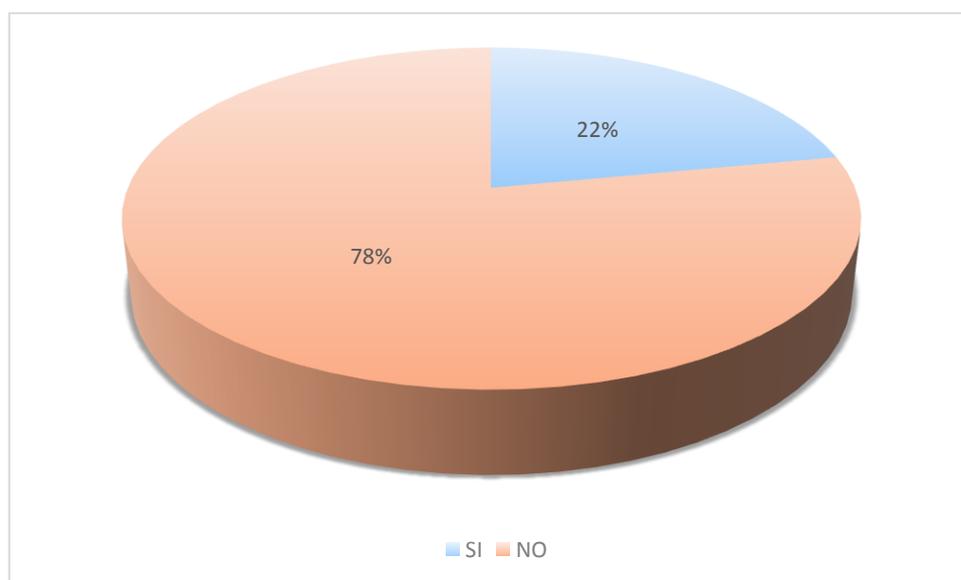


Gráfico 11. Leyó la revista “Minga por Chimborazo” que publica la GADP de Chimborazo

Fuente: Tabla No. 10

Realizado por: Los Autores

INTERPRETACIÓN

De acuerdo a las encuestas realizadas a la población de Cebadas y Palmira se indica que: el 78% de los pobladores de las comunidades en estudio indican que no leen la revista “Minga por Chimborazo” que publica la GADP de Chimborazo; mientras que 22% de los pobladores indican que si leen la revista.

3.- ¿Ha observado los programas televisivos “Minga por Chimborazo” que se transmite en Ecuavisión canal 29 y Tvs canal 13?

ANÁLISIS

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	168	43%
NO	222	57%
EN BLANCO	2	0%
TOTAL	392	100%

Tabla 11. Ha observado los programas televisivos “Minga por Chimborazo”

Fuente: Encuesta

Realizado por: Los Autores

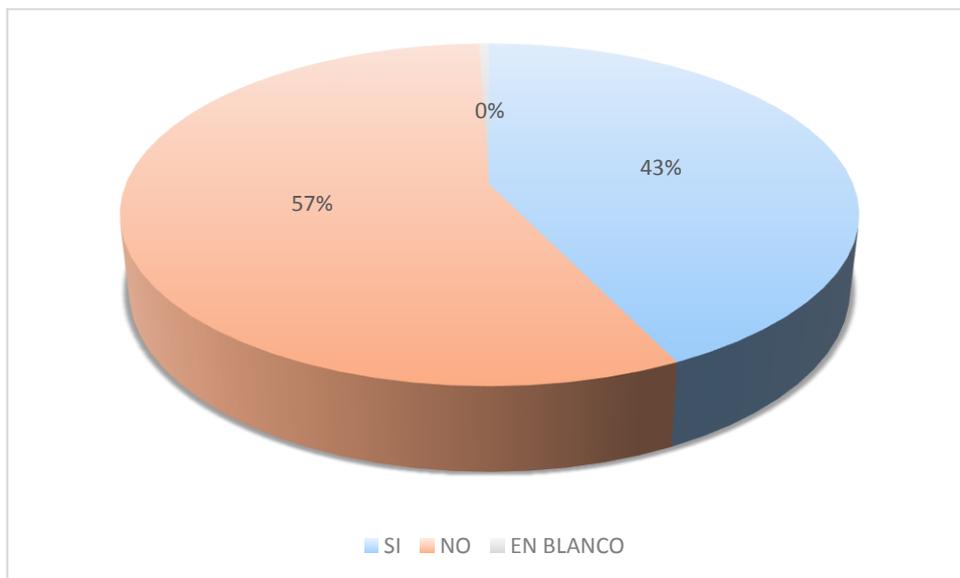


GRÁFICO 12. Ha observado los programas televisivos “Minga por Chimborazo”

Fuente: Tabla No. 11

Realizado por: Los Autores

INTERPRETACIÓN

De acuerdo a las encuestas realizadas a la población de Cebadas y Palmira se indica que: el 57% de los pobladores de las comunidades en estudio indican que no han observado los programas televisivos “Minga por Chimborazo” que transmite en Ecuavisión canal 29 y Tvs canal 13; mientras que 43% de los pobladores indican que si han observado los programas televisivos; existe un 0% que representa a 2 pobladores que se abstuvieron de contestar.

4. ¿Qué ejes temáticos se deberían abordar en la revista “Minga por Chimborazo”?

ANÁLISIS

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SALUD	166	20%
EDUCACIÓN	171	20%
OBRA	95	11%
VIALIDAD	60	7%
AMBIENTE	101	12%
PRODUCCIÓN	100	12%
EMPREDIMIENTO	80	10%
EN BLANCO	68	8%
TOTAL	841	100%

Tabla 12. Ejes temáticos se deberían abordar en la revista “Minga por Chimborazo

Fuente: Encuesta

Realizado por: Los Autores

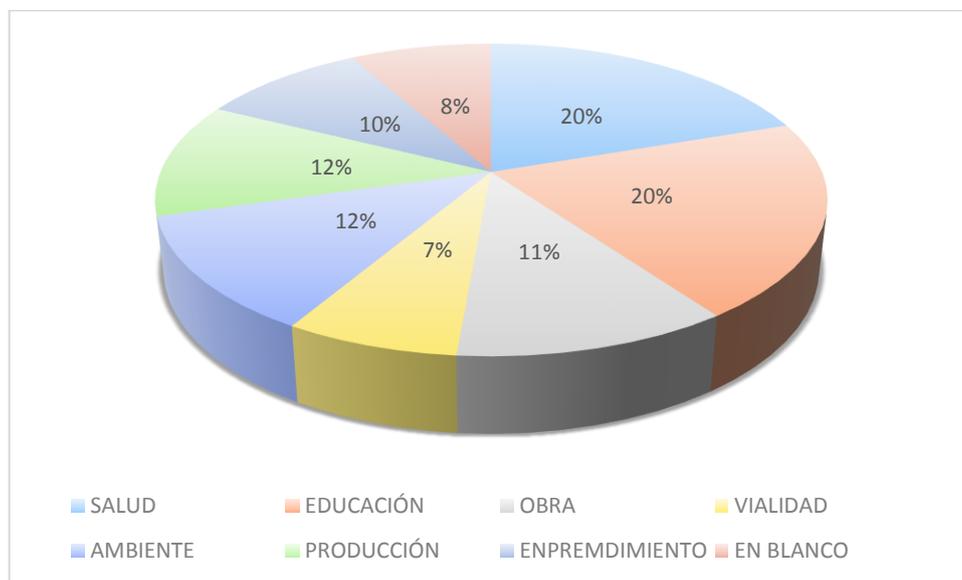


Gráfico 13. Ejes temáticos se deberían abordar en la revista “Minga por Chimborazo

Fuente: Tabla No. 12

Realizado por: Los Autores

INTERPRETACIÓN

De acuerdo a las encuestas realizadas a la población de Cebadas y Palmira se indica que los ejes temáticos que deberían abordar en la revista “Minga por Chimborazo” son: un 20% indican que el eje de la Salud; otro 20% indica que el eje de la educación; el 12% que el eje de la producción; y otro 12% el eje del ambiente; el 11% indica que el eje de obra; el 10% indica que el eje de emprendimiento; el 8% indica que el eje de viabilidad; mientras que un 8% se abstuvo de contestar.

5. ¿Cree usted que la información publicada de la revista “Minga por Chimborazo” llega a tiempo a su parroquia?

ANÁLISIS

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	73	19%
NO	316	80%
EN BLANCO	3	1%
TOTAL	392	100%

Tabla 13. La información publicada de la revista “Minga por Chimborazo” llega a tiempo a su parroquia

Fuente: Encuesta

Realizado por: Los Autores

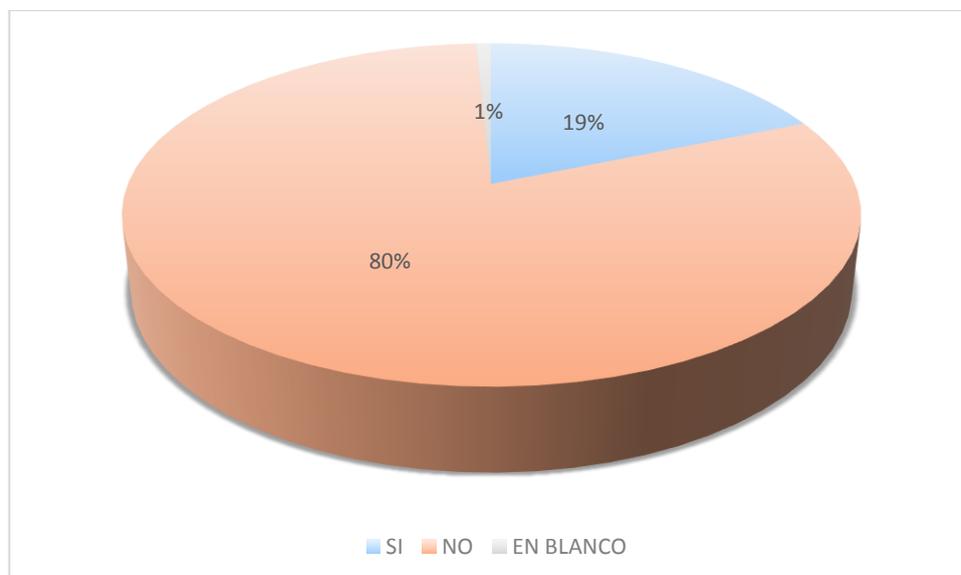


Gráfico 14. La información publicada de la revista “Minga por Chimborazo” llega a tiempo a su parroquia

Fuente: Tabla No. 13

Realizado por: Los Autores

INTERPRETACIÓN

De acuerdo a las encuestas realizadas a la población de Cebadas y Palmira se indica que: el 80% de los pobladores de las comunidades en estudio indica que la información publicada de la revista “Minga por Chimborazo” no llega a tiempo a su parroquia; el 19% de los pobladores indican que la información publicada de la revista “Minga por Chimborazo” si llega a tiempo a su parroquia; existe un 1% que representa al 3 pobladores que se abstienen de contestar.

6. ¿Cree usted que la emisión del programa de Tv “Minga por Chimborazo” es eficaz?

ANÁLISIS

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	151	39%
NO	229	58%
EN BLANCO	12	3%
TOTAL	392	100%

Tabla 14. La información publicada de la revista “Minga por Chimborazo” llega a tiempo a su parroquia

Fuente: Encuesta

Realizado por: Los Autores

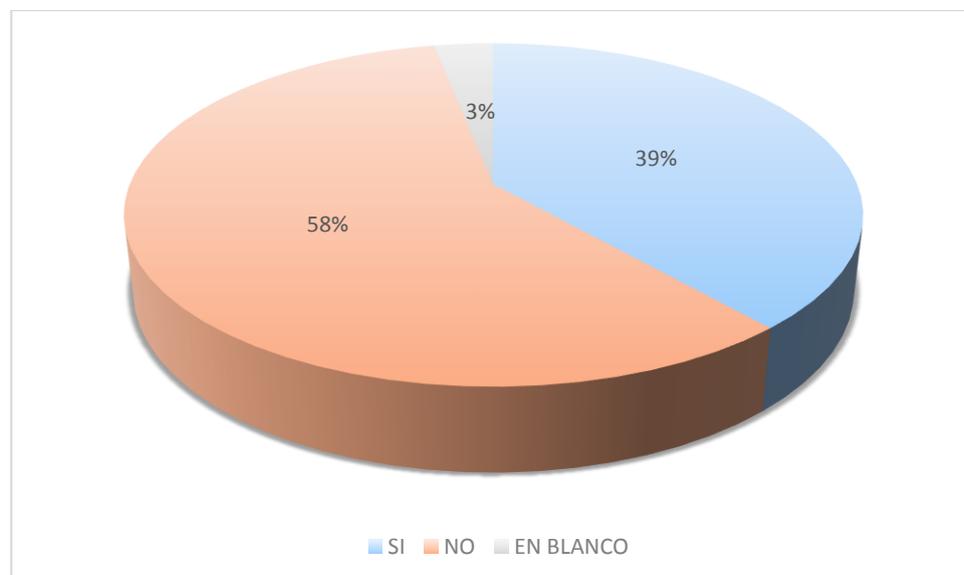


Gráfico 15. La información publicada de la revista “Minga por Chimborazo” llega a tiempo a su parroquia

Fuente: Tabla No. 14

Realizado por: Los Autores

INTERPRETACIÓN

De acuerdo a las encuestas realizadas a la población de Cebadas y Palmira se indica que: el 58% de los pobladores de las comunidades en estudio indica que la emisión del programa de Tv “Minga por Chimborazo” no es eficaz, el 39% de los pobladores indican que la emisión del programa de Tv “Minga por Chimborazo” si es eficaz; existe un 3% que representa al 12 pobladores que se abstuvieron de contestar.

7. ¿Desearía recibir la información del GADP de Chimborazo en otro formato?

ANÁLISIS

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TRÍPTICO	55	14%
HOJA VOLANTE	28	7%
AFICHE	54	14%
PERIÓDICO	247	63%
BLANCO	8	2%
TOTAL	392	100%

Tabla 15. La información del GADP de Chimborazo en otro formato

Fuente: Encuesta

Realizado por: Los Autores

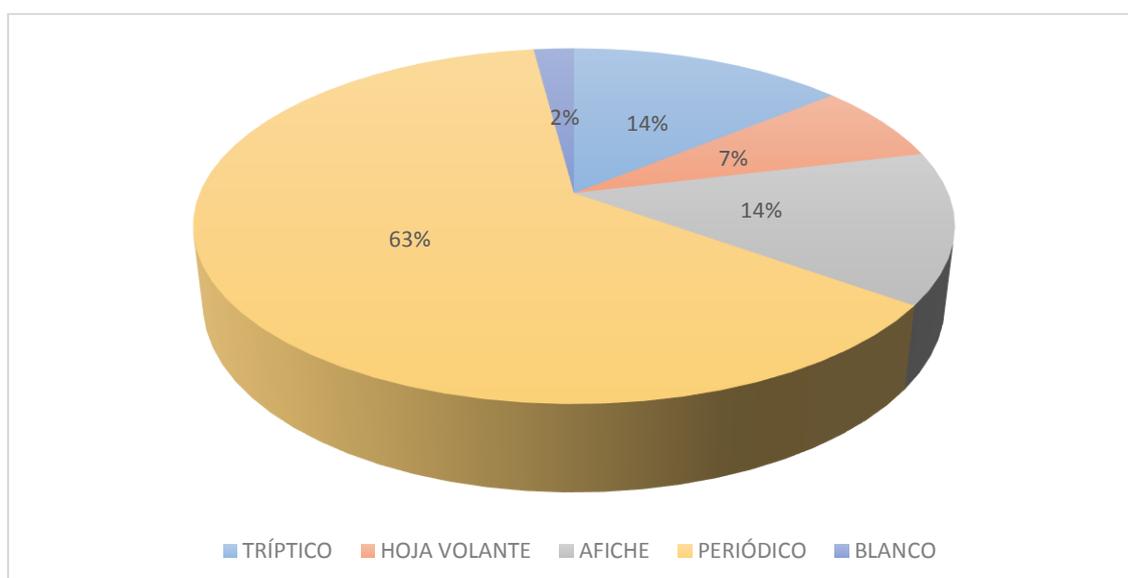


Gráfico 16. La información del GADP de Chimborazo en otro formato

Fuente: Tabla No. 15

Realizado por: Los Autores

INTERPRETACIÓN

De acuerdo a las encuestas realizadas a la población de Cebadas y Palmira se indica que desearían recibir la información del GADP de Chimborazo en otro formato: el 63% indican que en periódico, el 14% indica que en afiche, el 14% que en tríptico; el 7% en hoja volante; el 2% se abstiene de contestar.

8. ¿Cada que tiempo desearía recibir la información del GADP de Chimborazo?

ANÁLISIS

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DIARIO	63	16%
SEMANAL	169	43%
QUINCENAL	14	3%
MENSUAL	62	16%
SEMESTRAL	27	7%
ANUAL	54	14%
BLANCO	3	1%
TOTAL	392	100%

Tabla 16. Tiempo desearía recibir la información del GADP de Chimborazo.

Fuente: Encuesta

Realizado por: Los Autores

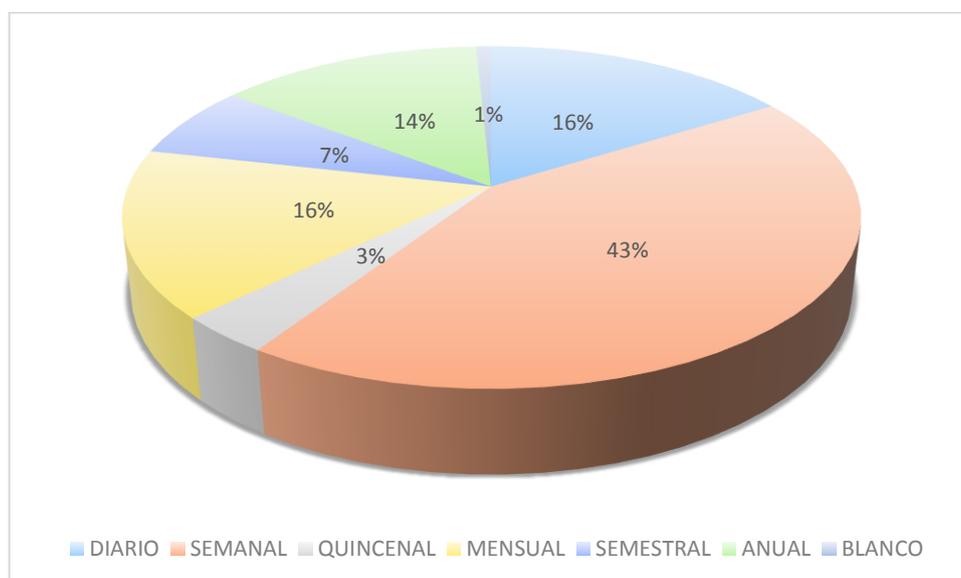


Gráfico 17. Tiempo desearía recibir la información del GADP de Chimborazo.

Fuente: Tabla No. 16

Realizado por: Los Autores

INTERPRETACIÓN

De acuerdo a las encuestas realizadas a la población de Cebadas y Palmira se indica que el tiempo en que desearía recibir la información del GADP de Chimborazo sería: el 43% indican que semanalmente; 16% indica que mensualmente; el 16% que diariamente; el 14% indican que anualmente; el 7% indican que semestralmente; el 3% indican que quincenalmente; el 1% se abstiene de contestar.

9. ¿La información que publica y transmite el GADP de Chimborazo es entendible?

ANÁLISIS

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	194	50%
NO	193	49%
EN BLANCO	5	1%
TOTAL	392	100%

Tabla 17. La información que publica y transmite el GADP de Chimborazo es entendible

Fuente: Encuesta

Realizado por: Los Autores

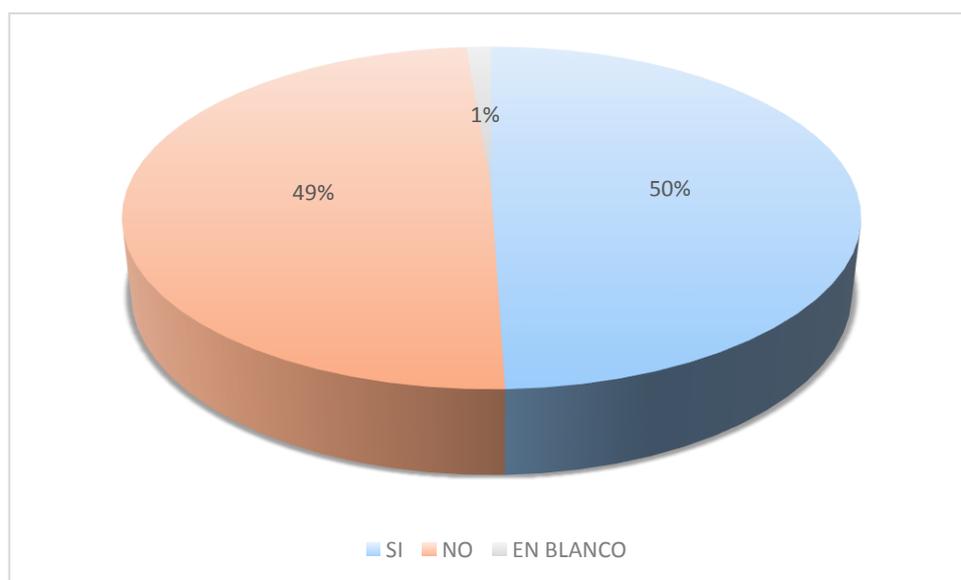


Gráfico 18. La información que publica y transmite el GADP de Chimborazo es entendible

Fuente: Tabla No. 17

Realizado por: Los Autores

INTERPRETACIÓN

De acuerdo a las encuestas realizadas a la población de Cebadas y Palmira se indica que: el 50% de los pobladores de las comunidades en estudio indica que la información que publica y transmite el GADP de Chimborazo es entendible; el 49% de los pobladores indican que no es entendible la información que transmite el GADP de Chimborazo, existe un 1% que representa al 5 pobladores que se abstienen de contestar.

10. ¿Considera que es importante la información que desarrolla la GADP de Chimborazo en los productos comunicacionales para el desarrollo de las parroquias?

ANÁLISIS

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	290	74%
NO	97	25%
EN BLANCO	5	1%
TOTAL	392	100%

Tabla 18. Es importante la información que desarrolla la GADP de Chimborazo en los productos comunicacionales para el desarrollo de las parroquias

Fuente: Encuesta

Realizado por: Los Autores

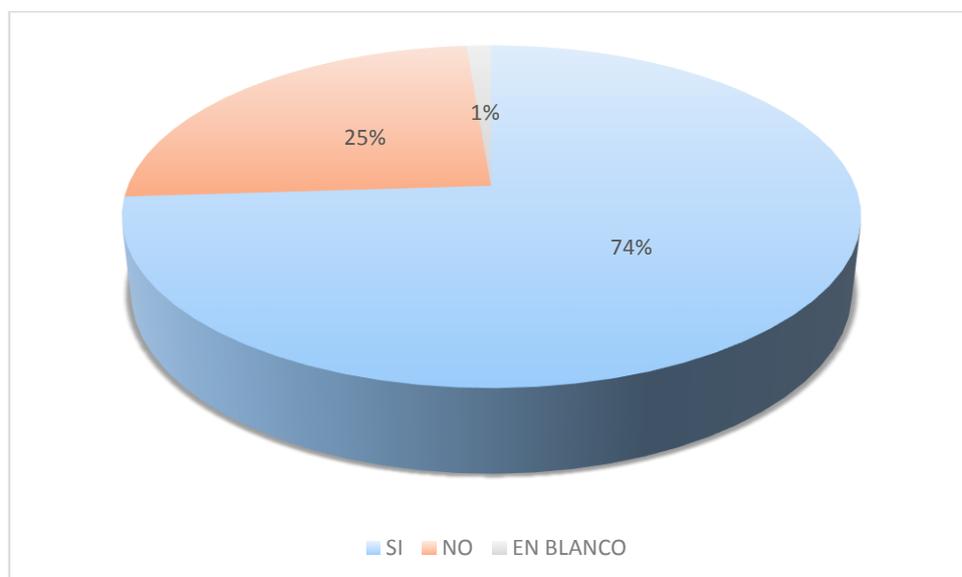


Gráfico 19. Es importante la información que desarrolla la GADP de Chimborazo en los productos comunicacionales para el desarrollo de las parroquias

Fuente: Tabla No. 18

Realizado por: Los Autores

INTERPRETACIÓN

De acuerdo a las encuestas realizadas a la población de Cebadas y Palmira se indica que: el 74% de los pobladores de las comunidades en estudio indica que si es importante la información que desarrolla la GADP de Chimborazo en los productos comunicacionales para el desarrollo de las parroquias, el 25% de los pobladores indican que no es importante la información que desarrolla la GADP de Chimborazo, existe un 1% que representa al 5 pobladores que se abstuvieron de contestar.

11. ¿A través de las publicaciones que emite y transmite la GADP de Chimborazo, conoce quienes realizan las obras en su parroquia?

ANÁLISIS

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	170	44%
NO	217	55%
EN BLANCO	5	1%
TOTAL	392	100%

Tabla 19. Publicaciones que emite y transmite la GADP de Chimborazo, conoce quienes realizan las obras en su parroquia

Fuente: Encuesta

Realizado por: Los Autores

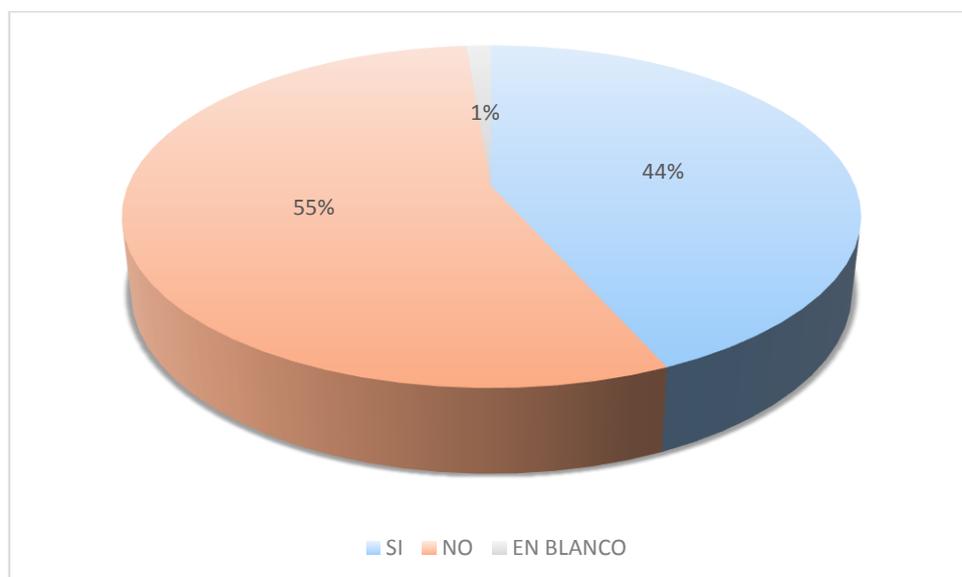


Gráfico 20. Publicaciones que emite y transmite la GADP de Chimborazo, conoce quienes realizan las obras en su parroquia

Fuente: Tabla No. 19

Realizado por: Los Autores

INTERPRETACIÓN

De acuerdo a las encuestas realizadas a la población de Cebadas y Palmira se indica que: el 55% de los pobladores de las comunidades en estudio indica que las publicaciones que emite y transmite la GADP de Chimborazo, no dan a conocer quienes realizan las obras en su parroquia; el 44% de los pobladores indican que sí reconocen quienes hacen las obras en su parroquia a través de las publicaciones que trasmite la GADP de Chimborazo; existe un 1% que representa al 5 pobladores que se abstienen de contestar.

12. ¿Tiene conocimiento de quién es el Prefecto de Chimborazo?

ANÁLISIS

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	328	84%
NO	59	15%
EN BLANCO	5	1%
TOTAL	392	100%

Tabla 20. Conoce quién es el Prefecto de Chimborazo

Fuente: Encuesta

Realizado por: Los Autores

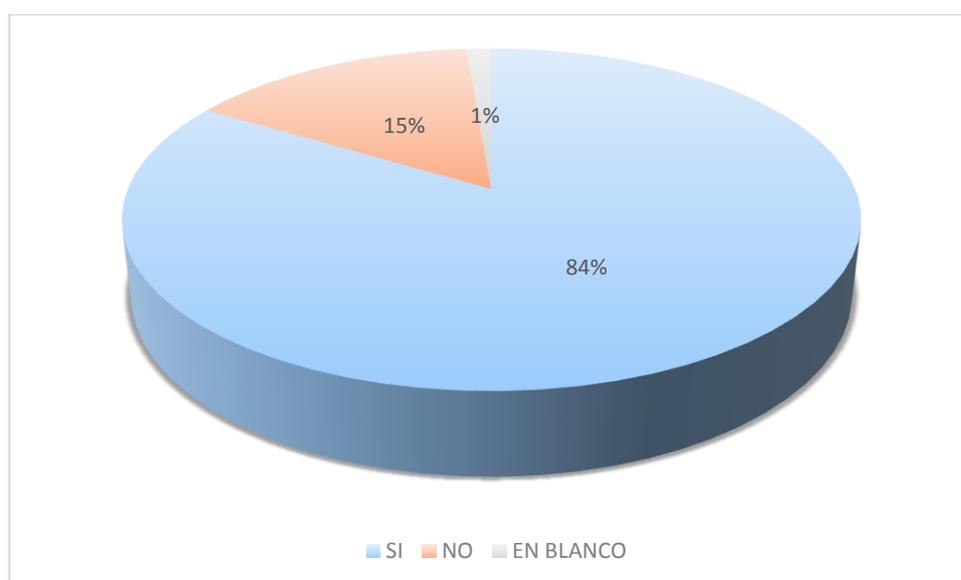


Gráfico 21. Conoce quién es el Prefecto de Chimborazo

Fuente: Tabla No. 20

Realizado por: Los Autores

INTERPRETACIÓN

De acuerdo a las encuestas realizadas a la población de Cebadas y Palmira se indica que: el 84% de los pobladores de las comunidades en estudio indica que si tienen conocimiento de quien es el Prefecto de Chimborazo; el 15% de los pobladores indican que no tienen conocimiento de quién es el Prefecto de Chimborazo; existe un 1% que representa al 5 pobladores que se abstuvieron de contestar.

13. ¿Considera que las obras realizadas en su parroquia es de importancia para ser publicada-emitida en los productos comunicacionales de la GADP de Chimborazo?

ANÁLISIS

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	276	71%
NO	111	28%
EN BLANCO	5	1%
TOTAL	392	100%

Tabla 21. Las obras realizadas en su parroquia es de importancia para ser publicada-emitida en los productos comunicacionales de la GADP de Chimborazo

Fuente: Encuesta

Realizado por: Los Autores

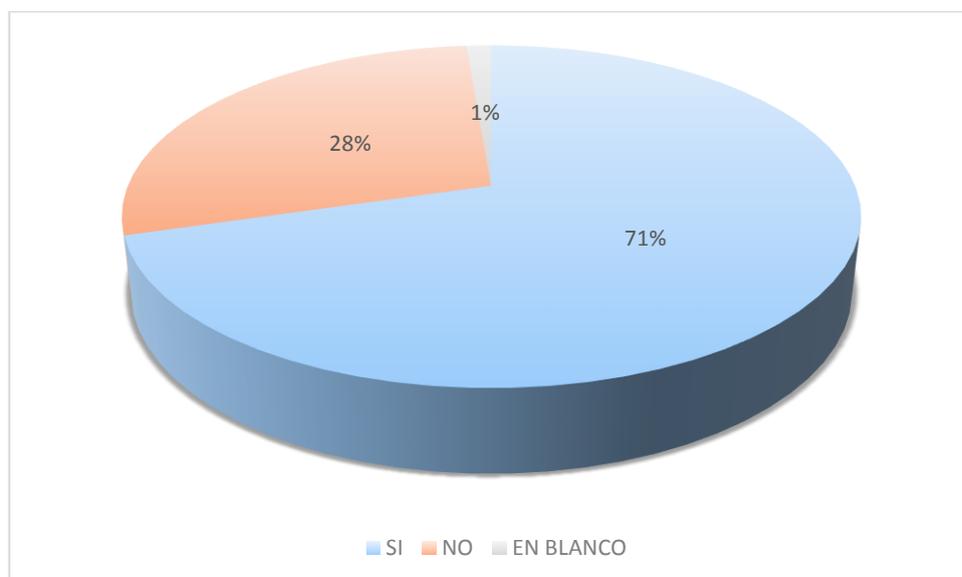


GRÁFICO 22. Las obras realizadas en su parroquia es de importancia para ser publicada-emitida en los productos comunicacionales de la GADP de Chimborazo

Fuente: Tabla No. 21

Realizado por: Los Autores

INTERPRETACIÓN

De acuerdo a las encuestas realizadas a la población de Cebadas y Palmira se indica que: el 71% de los pobladores de las comunidades en estudio indica que consideran que las obras realizadas en su parroquia son de importancia para ser publicadas y emitida en los productos comunicacionales de la GADP de Chimborazo; mientras que 28% de los pobladores indican que no consideran que las obras realizadas en su parroquia son de importancia para ser publicadas y emitidas en los productos comunicacionales de la GADP de Chimborazo, existe un 1% de los pobladores que se abstuvieron de contestar.

14. ¿Considera que la información que ha visto o leído de los productos comunicacionales de la GADP de Chimborazo, es real a las obras que se observan en su parroquia?

ANÁLISIS

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	112	29%
NO	275	70%
EN BLANCO	5	1%
TOTAL	392	100%

Tabla 22. La información que ha visto o leído de los productos comunicacionales de la GADP de Chimborazo, es real a las obras que se observan en su parroquia

Fuente: Encuesta

Realizado por: Los Autores

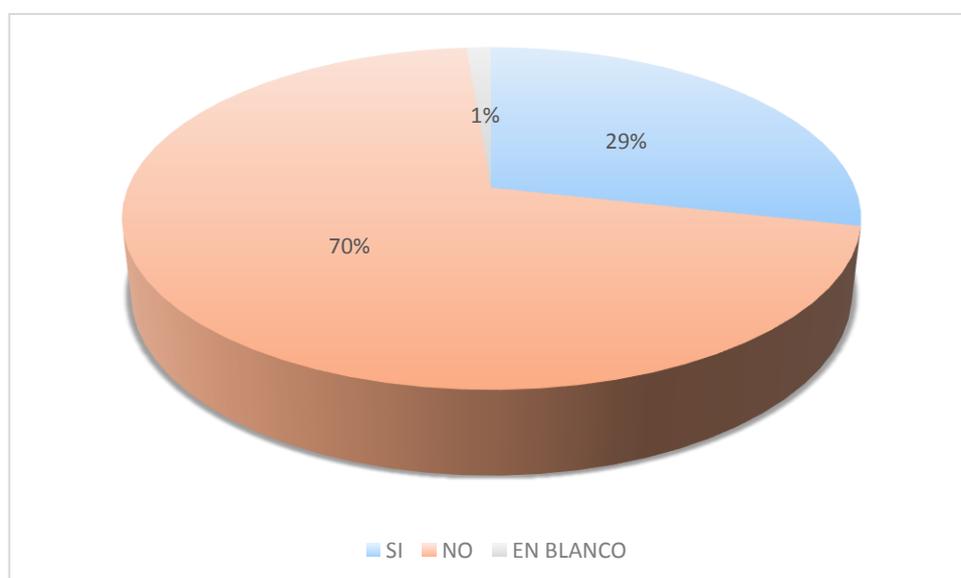


Gráfico 23. La información que ha visto o leído de los productos comunicacionales de la GADP de Chimborazo, es real a las obras que se observan en su parroquia

Fuente: Tabla No. 22

Realizado por: Los Autores

INTERPRETACIÓN

De acuerdo a las encuestas realizadas a la población de Cebadas y Palmira se indica que: el 70% de los pobladores de las comunidades en estudio indica que consideran que la información que ha visto o leído de los productos comunicacionales de la GADP de Chimborazo, no son reales a las obras que se observan en su parroquia; mientras que 29% de los pobladores indican que consideran que la información que ha visto o leído de los productos comunicacionales de la GADP de Chimborazo, si son reales a las obras que se observan en su parroquia; existe un 1% que representa al 5 pobladores que se abstuvieron de contestar

15. ¿Cree usted que la revista solo deber ser en idioma Quichua?

ANÁLISIS

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	48	12%
NO	339	86%
EN BLANCO	5	1%
TOTAL	392	100%

Tabla 23. La revista solo deber ser en idioma Quichua

Fuente: Encuesta

Realizado por: Los Autores

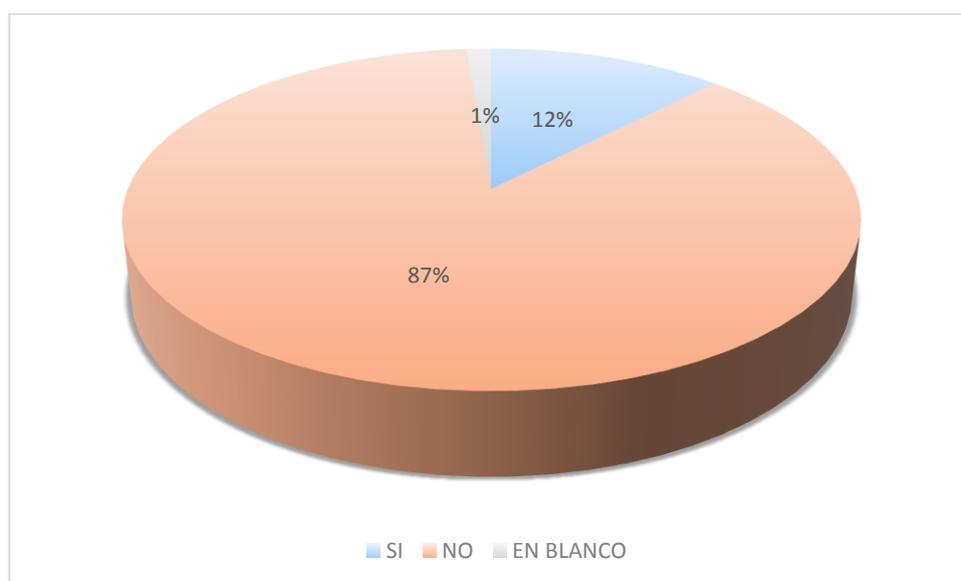


Gráfico 24. La revista solo deber ser en idioma Quichua

Fuente: Tabla No. 23

Realizado por: Los Autores

INTERPRETACIÓN

De acuerdo a las encuestas realizadas a la población de Cebadas y Palmira se indica que: el 86% de los pobladores de las comunidades en estudio indica cree usted que la revista no solo deber ser en idioma Quichua; mientras que 12% de los pobladores indican creen que la revista solo deber ser en idioma Quichua; existe un 1% que representa al 5 pobladores que se abstuvieron de contestar.

3.7. ANÁLISIS DE EXPERTOS

Nombre del experto: Lic. Guillermo Zambrano

Profesión: Docente de la UNACH

Datos del artículo		
Fecha de evaluación: 11 de abril del 2016		
Título de la revistas a evaluar: MINGA POR CHIMBORAZO		
01. Título y resumen (claridad y estructura)	Comentarios Obligatorios: Titulares Claros	Valore de 0 a 10 <input type="text" value="4"/>
02. Relevancia de la temática	Comentarios Obligatorios: Enfocarse más en las comunidades que en las autoridades	Valore de 0 a 10 <input type="text" value="5"/>
03. Revisión de literatura	Comentarios Obligatorios: Se necesita de más claridad en la literatura	Valore de 0 a 10 <input type="text" value="5"/>
04. Estructura y organización artículo 05. Capacidad argumental y coherencia 06. Redacción científica	Comentarios Obligatorios: Falta esquematizar	Valore de 0 a 10 <input type="text" value="5"/>
07. Aportaciones originales 08. Conclusiones	Comentarios Obligatorios:	Valore de 0 a 10 <input type="text" value="7"/>
09. Citaciones 10. Referencias	Comentarios Obligatorios:	Valore de 0 a 5 <input type="text" value="3"/>
PUNTUACIÓN OBTENIDA	Del total de 50 puntos previsible, este evaluador otorga:	<input type="text" value="29"/>

TABLA 24. Protocolo de evaluación de revistas para revisores externos

Fuente: <http://www.revistacomunicar.com/normas/01-protocolo-revisores-estudios.pdf>

Realizado por: Los Autores

Nombre del experto: Lic. Julio Bravo

Profesión: Docente de la UNACH

Datos del artículo		
Fecha de evaluación: 11 de abril del 2016		
Título de la revistas a evaluar: MINGA POR CHIMBORAZO		
01. Título y resumen (claridad y estructura)	Comentarios Obligatorios: Titulares Claros	Valore de 0 a 10 <input type="text" value="4"/>
02. Relevancia de la temática	Comentarios Obligatorios: Enfocarse más en las comunidades que en las autoridades	Valore de 0 a 10 <input type="text" value="4"/>
03. Revisión de literatura	Comentarios Obligatorios: Se necesita de más claridad en la literatura	Valore de 0 a 10 <input type="text" value="5"/>
04. Estructura y organización artículo 05. Capacidad argumental y coherencia 06. Redacción científica	Comentarios Obligatorios: Falta esquematizar	Valore de 0 a 10 <input type="text" value="5"/>
07. Aportaciones originales 08. Conclusiones	Comentarios Obligatorios:	Valore de 0 a 10 <input type="text" value="5"/>
09. Citaciones 10. Referencias	Comentarios Obligatorios:	Valore de 0 a 5 <input type="text" value="2"/>
PUNTUACIÓN OBTENIDA	Del total de 50 puntos previsibles, este evaluador otorga:	<input type="text" value="25"/>

Tabla 25. Protocolo de evaluación de revistas para revisores externos

Fuente: <http://www.revistacomunicar.com/normas/01-protocolo-revisores-estudios.pdf>

Realizado por: Los Autores

Nombre del experto: Lic. Roberto Morales

Profesión: Docente de la UNACH

Datos del programa de TV		
Fecha de evaluación:		
Título de los programas de TV: MINGA POR CHIMBORAZO		
01. Criterio de selección de las noticias	Comentarios Obligatorios:	Valore de 0 a 10 <input type="text" value="5"/>
02. Diversidad cultural y género de la muestra	Comentarios Obligatorios:	Valore de 0 a 10 <input type="text" value="4"/>
03. Claridad expositiva en la información	Comentarios Obligatorios:	Valore de 0 a 10 <input type="text" value="4"/>
04. Diferenciación entre información y publicidad	Comentarios Obligatorios:	Valore de 0 a 10 <input type="text" value="4"/>
PUNTUACIÓN OBTENIDA	Del total de 40 puntos previsibles, este evaluador otorga:	<input type="text" value="17/40"/>

TABLA 26. Protocolo de evaluación del programa de TV para revisores externos

Fuente: <http://www.revistacomunicar.com/normas/01-protocolo-revisores-estudios.pdf>

Realizado por: Los Autores

Nombre de experto: Lic. Galo Vásconez

Profesión: Docente de la UNACH

Datos del programa de TV		
Fecha de evaluación: 22 de abril del 2016		
Título de los programas de TV: MINGA POR CHIMBORAZO		
01. Criterio de selección de las noticias	Comentarios Obligatorios: Las noticias van acorde a la temática del programa e interesan directamente al público objetivo.	Valore de 0 a 10 <input type="text" value="8"/>
02. Diversidad cultural y género de la muestra	Comentarios Obligatorios: Existe mucha apertura hacia la diversidad e inclusión de información noticiosa del sector indígena	Valore de 0 a 10 <input type="text" value="8"/>
03. Claridad expositiva en la información	Comentarios Obligatorios: Las notas informativas están bien realizadas, pero deberían disminuir el tiempo de cada nota, ya que para televisión es de 1 a 2 minutos de edición	Valore de 0 a 10 <input type="text" value="7"/>
04. Diferenciación entre información y publicidad	Comentarios Obligatorios: Se distingue claramente la publicidad y las notas informativas, no existe confusión alguna	Valore de 0 a 10 <input type="text" value="8"/>
PUNTUACIÓN OBTENIDA	Del total de 40 puntos previsibles, este evaluador otorga:	<input type="text" value="31/40"/>

Tabla 27. Protocolo de evaluación de programa de TV para revisores externos

Fuente: <http://www.revistacomunicar.com/normas/01-protocolo-revisores-estudios.pdf>

Realizado por: Los Autores

CAPITULO IV

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. CONCLUSIONES

- Los productos comunicacionales (revista y programa de televisión) del GADPCH “Minga por Chimborazo”, tienen las siguientes estructuras: REVISTA, el formato de la revista es un A4 (20.5 x 26.5 cm) de 12 páginas, el papel utilizado es el couché, el mismo que resalta la nitidez y claridad en el texto y en las fotografías, el diseño de la revista maneja el diseño de 3 columnas, además de palabras clave dentro del texto, las cuales son empleadas para citar a personajes importantes, cifras o datos que resaltan en la noticia, el género periodísticos que son utilizados son dos: informativos (noticias, entrevistas y reportajes) y de opinión (editorial). El PROGRAMA DE TV se maneja dos géneros, el informativo en su segmento de rendición de cuentas y presentación de proyectos; entretenimiento en su espacio “arte prefectura.
- El 63% de los pobladores de las parroquias Palmira y Cebadas indican que los productos comunicacionales (revista y programa de televisión) no son conocidos, generando un impacto negativo para la GADP Chimborazo.
- La población de Cebadas y Palmira indica que la información que desarrolla la GADP Chimborazo es transcendental para el desarrollo comunitario porque se da a conocer las obras relevantes ejecutadas, información turística cultural e histórica, contando así con una evaluación positiva de los productos comunicacionales como son la revista y programa de televisión “Minga por Chimborazo”

4.2. RECOMENDACIONES.

- Los productos comunicacionales del GADPCH “Minga por Chimborazo” (revistas y programas de televisión) deben mejorar en los siguientes aspectos: titulares claros y concisos, mejorar el criterio de selección de noticias, los reportajes tienen que enfocarse en las comunidades más que en las autoridades, claridad expositiva en la información, mejorar la esquematización para su total entendimiento y funcionamiento.
- Es necesario que los productos comunicacionales que realiza el departamento de Comunicación del GADP Chimborazo, se vinculen con la identidad cultural de las parroquias rurales para lograr un mayor empoderamiento e impacto, tomando en cuenta las sugerencias de la población y que la distribución del producto comunicacional sea planificada y estructurada.
- Los productos comunicacionales (revista y programa de Tv) han servido como factores que promueven el desarrollo para el cambio en Cebadas y Palmira; los nuevos proyectos comunicacionales deben seguir la misma línea base para ser relevantes en la difusión, preservación y trasmisión de las costumbres, tradiciones y saberes ancestrales propios de cada comunidad.

BIBLIOGRAFÍA

- ASOGOPARCH. (2014). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial Palmira*. Riobamba.
- Avila Zubizarreta, V. (3 de Marzo de 2016). *Teoría Estructuralista*. Obtenido de <https://comunicacion-paratodos.wikispaces.com/file/view/Teor%C3%ADa+Estructuralista+pdf.pdf>
- Brandolina A. y Gonzalez . (2009). *Comunicación Interna*. Buenos Aires: La Crujía.
- Cadavid, Amparo . (2011). *Comunicación, desarrollo y cambio social*. Bogota: Pontificia Universidad Javeriana.
- Cárdenas Lorenzo, L. (2009). *Comunicación y construcción de ciudadanía*. Madrid: Libros de la catarata.
- Cicalese, G. (2000). *Teorías de la Comunicación* . Stella.
- Cicalese, Gabriela Coord. (2010). *Comunicación comunitaria*. Buenos Aires: Ediciomes la Crujía.
- Cucurella, L. (1998). *Comunicación y vida cotidiana*. Quito: Serie Pluri Minor.
- Curicama, M. (2014). *Minga por Chimborazo III*. Riobamba.
- Equipo Técnico del Gobierno Autónomo Descentralizado de Cebadas. (2015). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial*. Riobamba.
- Fonseca Yerena, M. d. (2000). *Comunicación Oral Fundamentos y Práctica Estratégica*. México: Ediciones Paidós.
- Hoerberichis, Anouk y López, Miguel. (2001). *Comunicación y Radio para el desarrollo local*. Quito: Abya Yala.
- Hore. (2006). *Medios Masivos de Comunicación*. Arrayan.
- Martínez Marcelo y Sierra Francisco. (2012). *Comunicación y desarrollo; prácticas comunicativas y empoderamiento local*. Barcelona: Edisa.
- Martínez Salas, M. L. (2011). *La gestión del desarrollo social en el gobierno autónomo descentralizado de Chimborazo*. Obtenido de http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/4207/3/UTPL_Martinez_Maria_350X332.pdf
- Max Horkheimer y Theodor Adorno. (2000). *Teoría tradicional y Teoría Crítica*. Argentina: Ediciones Paidós.
- Mcluhan, Marshall. (1996). *Comprender los medios de comunicación*. Buenos Aires:

Ediciones Piados.

Miralles, Ana María- UNESCO . (2003). *Comunicación para el desarrollo urbano*. San José.

Pasquali, Antonio. (1996). *Comunicación y cultura de masas*. Caracas: Monte Svila Editores.

Real Academia de la Lengua Española. (5 de Enero de 2016). *Comunicación inteligente*.
Obtenido de <http://myslide.es/documents/la-comunicacion-inteligente-antonio-paolasso.html>

Scheinsohn, Daniel. (2009). *Comunicación estratégica*. Buenos Aires: Granica S.A.

Teorías sobre la comunicación. (11 de Agosto de 2008). *Teoría Informacional sobre la percepción*.
Obtenido de <https://marcesau.wordpress.com/2008/08/11/teoria-informacional-sobre-la-percepcion/>

Thompson, J. B. (2014). *La comunicación en el contexto social*. Press.

Watzlawick, Paul; Beavin, Janet H.; Jackson, Don D. (2000). *Teoría de la Comunicación Humana*. Buenos Aires: Tiempo contemporáneo.

ANEXO No. 1
FORMATO DE ENCUESTA



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
ENCUESTA

Objetivo: Conocer la opinión de los habitantes de Palmira y Cebadas, para conocer la importancia de los productos comunicacionales que emite-transmite la GADP de Chimborazo.

1. ¿Conoce usted los productos comunicacionales que publica-transmite la GADP de Chimborazo?
SI NO
2. ¿Leyó la revista “Minga por Chimborazo” que publica la GADP de Chimborazo?
SI NO
3. ¿Ha observado los programas televisivos “Minga por Chimborazo” que transmite en Ecuavisión canal 29 y Tvs canal 13?
SI NO
4. ¿Qué ejes temáticos se deberían abordar en la revista “Minga por Chimborazo”?
Salud Educación Obra Vialidad Ambiente
Producción Emprendimiento
5. ¿Cree usted que la información publicada de la revista “Minga por Chimborazo” llega a tiempo a su parroquia?
SI NO
6. ¿Cree usted que la emisión del programa de Tv “Minga por Chimborazo” es eficaz?
SI NO
7. ¿Desearía recibir la información del GADP de Chimborazo en otro formato?
Tríptico Hoja volante Afiches Periódico
8. ¿Cada que tiempo desearía recibir la información del GADP de Chimborazo?
Diario Semanal Quincenal Mensual Semestral
Anual

9. ¿La información que publica y transmite el GADP de Chimborazo es entendible?
SI NO
10. ¿Considera que es importante la información que desarrolla la GADP de Chimborazo en los productos comunicacionales para el desarrollo de las parroquias?
SI NO
11. ¿A través de las publicaciones que emite y transmite la GADP de Chimborazo, conoce quienes realizan las obras en su parroquia?
SI NO
12. ¿Tiene conocimiento de quién es el Prefecto de Chimborazo?
SI NO
13. ¿Considera que las obras realizadas en su parroquia es de importancia para ser publicada-emitida en los productos comunicacionales de la GADP de Chimborazo?
SI NO
14. ¿Considera que la información que ha visto o leído de los productos comunicacionales de la GADP de Chimborazo, es real a las obras que se observan en su parroquia?
SI NO
15. ¿Cree usted que la revista solo deber ser en idioma Quichua?
SI NO

ANEXO No. 2

FORMATO DE ENTREVISTA ORIENTADO AL LIC. ENRIQUE GUERRA



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Objetivo: Conocer los productos comunicacionales Minga Por Chimborazo

8. ¿Existe un plan de comunicación para el GADPCH?
.....
.....
9. ¿Cuál es el alcance, difusión y tipo de distribución de la revista “Minga por Chimborazo”?
.....
.....
10. ¿Cuál es el alcance, difusión del programa de televisión “Minga por Chimborazo”?
.....
.....
11. ¿Cuáles son los géneros periodísticos utilizados en las revistas y los programas de televisión “Minga por Chimborazo”?
.....
.....
12. ¿Contienen contenidos inclusivos las revistas y los programas de televisión “Minga por Chimborazo”?
.....
.....
13. ¿Cuáles son los horarios de transmisión de los programas televisivos “Minga por Chimborazo y en qué canales se los trasmite”?
.....
.....
14. ¿Qué cantidad de ejemplares de la revista “Minga por Chimborazo” se realiza mensualmente?
.....
.....

ANEXO No. 3
FORMATO DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Datos del artículo		
Fecha de evaluación:		
Título de la revistas a evaluar: MINGA POR CHIMBORAZO		
01. Título y resumen (claridad y estructura)	Comentarios Obligatorios:	Valore de 0 a 10 <input type="text"/>
02. Relevancia de la temática	Comentarios Obligatorios:	Valore de 0 a 10 <input type="text"/>
03. Revisión de literatura	Comentarios Obligatorios:	Valore de 0 a 10 <input type="text"/>

<p>04. Estructura y organización artículo</p> <p>05. Capacidad argumental y coherencia</p> <p>06. Redacción científica</p>	<p>Comentarios Obligatorios:</p>	<p>Valore de 0 a 10</p> <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 30px; margin: 0 auto;"></div>
<p>07. Aportaciones originales</p> <p>08. Conclusiones</p>	<p>Comentarios Obligatorios:</p>	<p>Valore de 0 a 10</p> <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 30px; margin: 0 auto;"></div>
<p>07. Aportaciones originales</p> <p>08. Conclusiones</p>	<p>Comentarios Obligatorios:</p>	<p>Valore de 0 a 10</p> <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 30px; margin: 0 auto;"></div>

09.Citaciones 10.Referencias	Comentarios Obligatorios:	Valore de 0 a 5 <input data-bbox="1141 253 1294 327" type="text"/>
PUNTUACIÓN OBTENIDA	Del total de 50 puntos previsibles, este evaluador otorga:	<input data-bbox="1141 703 1294 777" type="text"/>

Fuente: <http://www.revistacomunicar.com/normas/01-protocolo-revisores-estudios.pdf>

Datos del Programa de TV		
Fecha de evaluación:		
Título de los programas de TV: MINGA POR CHIMBORAZO		
01. Criterio de selección de las noticias	Comentarios Obligatorios:	Valore de 0 a 10 <input type="text"/>
02. Diversidad cultural y género de la muestra	Comentarios Obligatorios:	Valore de 0 a 10 <input type="text"/>
03. Claridad expositiva en la información	Comentarios Obligatorios:	Valore de 0 a 10 <input type="text"/>

04. Diferenciación entre información y publicidad	Comentarios Obligatorios:	Valore de 0 a 10 <input data-bbox="1142 255 1294 327" type="text"/>
PUNTUACIÓN OBTENIDA	Del total de 40 puntos previsibles, este evaluador otorga:	<input data-bbox="1142 703 1294 775" type="text"/>

Fuente: <http://www.revistacomunicar.com/normas/01-protocolo-revisores-estudios.pdf>

ANEXO No. 4
IMÁGENES DE CEBADAS



IMÁGENES DE PALMIRA

