



**IMPACTO DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN LOCAL EN LA
GENERACIÓN DE POLÍTICAS PÚBLICAS E INVERSIÓN EN LA
PARROQUIA RURAL DE LA MERCED**

ARTÍCULO

MAESTRIA EN COMUNICACIÓN POLÍTICA

ECON. ANDREI IZA ROMERO

DICIEMBRE, 2023

Resumen ejecutivo

El COOTAD Código Orgánico de Autonomía y Descentralización, cuenta con 821 parroquias rurales; de las cuales en el territorio capitalino contamos con 33 parroquias rurales. Una de ellas «la parroquia más joven» es La Merced.

Las Parroquias rurales, aquellas que representan el nivel de Gobierno más pequeño del país, desde el 2010 con la creación del Código Orgánico de Autonomía y Descentralización; cuentan con su estructura ejecutiva y legislativa. Dentro de aquella administran el recurso económico y de talento humano en el margen del cumplimiento de un Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial que contiene su plan de trabajo, político, territorial basados y apegados a la legalidad de sus competencias. Art. 65 COOTAD.

En este nivel de gobierno se encuentra el Gobierno Autónomo Descentralizado parroquial rural de La Merced, mismo que identificamos como el sujeto político es el epicentro del diagnóstico, la definición de la problemática en base a los resultados de su gestión – independiente a sus líderes de turno – y con ello el planteamiento de una propuesta para su mejora y desarrollo. “Diseño del departamento de comunicación del GAD La Merced” el cual tendrá la gran labor de generar estrategias de comunicación local para la generación de políticas públicas e inversión en la parroquia rural.

1. Introducción

Las Parroquias rurales, día a día atienden las necesidades de la comunidad a la cual representan y gobiernan; es de gran importancia la Comunicación para el Desarrollo, pues al igual que los textos de FAO la entendemos como “...*un enfoque de comunicación, mismo que está basado en el uso sistemático de métodos y herramientas participativos — combinación de medios comunitarios y TIC — para maximizar el impacto, la rentabilidad y la sostenibilidad social de los programas de desarrollo*” (FAO, 2012)

Para el correcto desarrollo del trabajo se va a considerar como métodos de medición y presentación de resultados: los métodos cualitativo y cuantitativo, mismos que permitirán mantener un margen de respuesta basada en datos e información real y perspectivas confiables frente al caso de análisis con apoyo de las entrevistas, focus group y más herramientas de recolección de información.

Los datos presupuestarios de un Gobierno Local «Información Pública», las estadísticas de uso de tecnologías y acceso a las mismas de una comunidad local. Nos permitirá contar con información de origen local para sostener el trabajo de investigación y llegar a los resultados esperados.

Tener la cercanía con la comunidad como objeto de estudio es de nuestra prioridad; lo que pretendemos es ocupar espacios de dialogo, entrevistas y encuestas que sumen al trabajo y datos desde un interés académico de investigación y mas no desde un enfoque interés político fugas.

Lo cual resaltamos dentro de los capítulos la importancia de la planificación y estrategias en comunicación para el Desarrollo en donde se define a la comunicación como importante para la eficiente labor dentro de todos los programas y las actividades en donde integren las estrategias de la comunicación para el desarrollo.

En el segundo capítulo hablaremos sobre la incidencia de la comunicación en la inversión pública, aclararemos como lograr la articulación del mecanismo de participación más importantes para el GAD La Merced, porque estos espacios vincularán aún más una participación de calidad formando redes fuertes, nudos sociales, y verdaderos sistemas que al final cumplan el objetivo de construir una localidad funcional para una globalidad sostenible. Logrando así una inversión pública responsable. Y por último en el tercer capítulo la comunicación para el desarrollo en el marco de la creación de política pública sostenible y su ejecución, citaremos la realidad y retos institucionales, la situación presupuestaria actual de los Gobiernos Parroquiales Rurales impide el correcto desarrollo de las actividades planificadas para el actuar y desarrollo de nuestras actividades territoriales.

2. Problema y problemática

“Falta de estrategias de comunicación local, políticas públicas no acorde a la realidad territorial, ejecución asistencialista; sin planificación ni verdadero impacto social que sume al desarrollo rural en el Gobierno Autónomo Descentralizado parroquial rural de la Merced”

Para lograr el impacto positivo de las estrategias de comunicación local en la generación de políticas públicas e inversión en la parroquia rural de la merced. Se requiere implementar una unidad de comunicación básica dentro de la institución local; asignar con urgencia recursos económicos, técnicos y humanos para crear y fortalecer esta Unidad de Comunicación del GAD Parroquial de La Merced y a través de ella sumar a la difusión, planes de comunicación para manejo de crisis, toma de decisiones, elaboración y ejecución de políticas públicas. El reto en esta recomendación será en los tiempos que tomará, la sostenibilidad del proyecto, pero lo más importante; definir estrategias que estén apegadas a ganar la credibilidad de la comunidad sobre lo que se informa y como se informa.

Problema de investigación: Falta de estrategias de comunicación local, políticas públicas no acorde a la realidad territorial, ejecución asistencialista; sin planificación ni verdadero impacto social que sume al desarrollo rural en el Gobierno Autónomo Descentralizado parroquial rural de la Merced

Problemática de comunicación política: Concientizar la importancia de la comunicación política en las autoridades del GAD Parroquial, para la erogación de recursos con un fin de inversión y no como una partida de gasto.

3. Objetivos.

Objetivos de investigación: Resaltamos que estos objetivos tendrán gran enfoque por la naturaleza de su constitución y por sobre todo el interés de crear y mantener una estrategia de sostenibilidad del proyecto.

- Crear una estrategia de comunicación innovadora, educativa y colaborativa. En donde sus productos escritos o audiovisuales, tengan el mayor impacto y acogida ciudadana.
- Concientizas la importancia de la comunicación política en las autoridades del GAD Parroquial, para la erogación de recursos con un fin de inversión y no como una partida de gasto.
- Configurar un tejido de comunicadores comunitarios, los mismos que se encargaran de levantar la información (coberturas), diseño de la noticia y estrategias de difusión segmentada y global.
- Apoyar la creación de empresas sociales que le apuesten a la educación y a través de ella al emprendimiento como puntal del desarrollo económico local.

Objetivos del proyecto de intervención: Los objetivos políticos del proyecto se basan en los principios de democracia interna y externa, participación ciudadana y por sobre todo el buen gobierno; dejando una posibilidad mayormente positiva en el cumplimiento de estos objetivos, al estar supeditado por una ideología de liderazgo (autoridades electas por votación popular) pero con la sostenibilidad de sus bases sociales (dirigentes barriales, colectivos y asociaciones).

- Implementar una estrategia innovadora de comunicación política en torno a la realidad presupuestaria y territorial social de la parroquia rural de La Merced.
- Consolidar un Sistema de participación ciudadana propia de la parroquia rural que incluya a todos los sectores de dinamismo social, cultural y económico.
- Mantener informados de las diferentes gestiones, ejecución de obras sociales y públicas, convocatorias y anuncios a los y las ciudadanas de la Merced.

Consolidar la credibilidad de las autoridades de turno del Gobierno Parroquial de La Merced a través de la buena escucha ciudadana y generación de políticas públicas que permitan la inversión pública.

4. Marcos

Marco teórico

A inicios del presente milenio, en el debate sobre desarrollo territorial se postularon dos afirmaciones clave: a) lo rural no es lo mismo que lo agrícola, y b) la promoción del desarrollo rural bajo las nuevas condiciones de América Latina y el Caribe debería basarse en un enfoque territorial y no en uno sectorial. En la actualidad ambas siguen siendo igualmente vigentes, pero se podrían agregar dos afirmaciones más con igual fuerza: c) el desarrollo territorial debe incluir a grupos específicos que han quedado persistentemente rezagados, aun en territorios con crecimiento inclusivo (mujeres, jóvenes, indígenas), y d) los programas y políticas de desarrollo deben contribuir a empoderar a los actores territoriales y sus procesos de articulación y coordinación mediante coaliciones territoriales. Si bien a la fecha las dos primeras han ganado penetración en el debate público, aún resta camino por andar para que sean internalizadas y aplicadas de manera efectiva en las políticas públicas concretas. No obstante, aun cuando las políticas las consideren, se hace necesario acompañarlas de las dos aquí destacadas.

Luego de una evolución constante de la administración y gestión de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales Rurales del Ecuador y mucho más cercano al Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural de La Merced, tras la promulgación de la Constitución del 2008 en la cual prima la Descentralización y reconoce a los Gobiernos en distintos niveles territoriales segmentando funciones y competencias. Y con aquello la instauración del Código Orgánico de Ordenamiento Territorial Autonomía y Descentralización – COOTAD. Se ha dilucidado varias problemáticas territoriales siendo una de estas la consolidación y apropiación de la

gestión: desde la planificación, la participación ciudadana en la toma de decisiones e inversión pública. Presentando como una de las salidas a mitigar estas deficiencias a la Comunicación como uno de los ejes transversales en las condiciones de desarrollo parroquial. Una comunicación para el desarrollo eficiente y más aún en la ruralidad se la denotará como exitosa, con resultados siempre y cuando mantenga una estrategia territorial y comunicacional bien definida, planificada, sistemática y rigurosa en el común desarrollo de la gestión, debe existir; parafraseado de (FAO, 2012):

“...procesos de investigación, definición de objetivos y audiencias de trabajo claras, diseño de mensajes, contenido y selección cuidadosa de los medios de comunicación, así como un adecuado seguimiento, evaluación y realimentación. Por lo tanto, los planificadores o estrategias del desarrollo deben ser conscientes de que, para que un proyecto se beneficie plenamente del recurso, uso de medios y de tecnologías de la información y la comunicación (TIC), éste tiene que ser planificado y monitoreado por medio de una estrategia integral de la comunicación para el desarrollo” (FAO, 2012)

La Organización (FAO, 2012) en su libro Comunicación para el desarrollo rural en el año 2014; ya manifiesta que la Comunicación para el Desarrollo constituye como: *“...un activo estratégico para los encargados de proyectos, quienes tienen que diseñar e implementar procesos de desarrollo verdaderamente inclusivos, para mejorar su eficiencia gracias a un consenso más amplio y a la participación de los actores relevantes”*(FAO, 2012)

De hecho, integrando el poder de los medios masivos (p. ej. la radio rural, los teléfonos móviles, las TIC) con los sistemas de conocimiento y comunicación locales se puede proporcionar a los actores rurales, especialmente los grupos vulnerables y marginados, más poder para la toma de acción y el cambio de sus vidas para mejor.(Nations, 2014)

Una de las estrategias más completas como ejemplo de la comunicación para el desarrollo debe ser construida para motivar de manera eficiente la participación ciudadana y su difusión, y así lograr un mejoramiento en todos sus resultados. En

el marco de la academia a la comunicación debe tomársela en cuenta como parte fundamental que: parafraseado de (FAO, 2012) “...*las actividades de comunicación deben ser consideradas para todos los proyectos y deben ser planificadas y sin duda presupuestadas durante la fase de formulación del proyecto y ejecución*”(FAO, 2012)

Marco conceptual:

(FAO, 2012) Nos indica que; “*La Comunicación para el Desarrollo (CpD) se basa en la premisa de que el Desarrollo sostenible y el cambio social no pueden alcanzarse sin la participación consciente y activa de los actores en todas las etapas de un proceso de desarrollo*”(FAO, 2012). La Comunicación para el desarrollo interactúa un sin número de metodologías con participación ciudadana y todos los medios de comunicación locales y sectoriales; “...*de la radio comunitaria al vídeo y las nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC) modernas — para garantizar un acceso más equitativo a la información, al intercambio de conocimientos e incluso a la toma de decisiones por los agricultores y las comunidades rurales*” (FAO, 2012)

La comunicación y la comunicación para el desarrollo se relaciona de manera eminentemente directamente con el progreso y sostenibilidad, ya que ésta contribuye sin duda en la participación ciudadana e innovación comunitaria. Pues según FAO:

“Los programas y proyectos rurales que implementan actividades de comunicación participativa garantizan el compromiso de las personas y la rápida apropiación de los objetivos de desarrollo. Si las comunidades toman el liderazgo de los programas y proyectos destinados a mejorar sus vidas, es probable que esos programas sean más eficaces y sostenibles una vez que la asistencia técnica externa se haya retirado.” (FAO, 2012)

La Comunicación para el Desarrollo: “...*es un proceso social basado en el diálogo, que utiliza una amplia gama de instrumentos y métodos. Se trata de buscar un cambio a distintos niveles, lo que incluye escuchar, crear confianza, compartir*

conocimientos y habilidades, establecer políticas, debatir y aprender, a fin de lograr un cambio sostenido y significativo. No se trata de relaciones públicas o comunicación empresarial” (FAO, 2012)

Yendo más allá de la visibilidad, la Comunicación para el desarrollo según la (FAO, 2012):

“...constituye un activo estratégico para los encargados de proyectos, quienes tienen que diseñar e implementar procesos de desarrollo verdaderamente inclusivos, para mejorar su eficiencia gracias a un consenso más amplio y a la participación de los actores relevantes. De hecho, integrando el poder de los medios masivos (p. ej. la radio rural, los teléfonos móviles, las TIC) con los sistemas de conocimiento y comunicación locales se puede proporcionar a los actores rurales, especialmente los grupos vulnerables y marginados, más poder para la toma de acción y el cambio de sus vidas para mejor” (FAO, 2012)

Marco jurídico:

Siguiendo del libro Comunicación para el desarrollo (FAO, 2012); *“En un escenario digital global, donde la mayoría de la población puede beneficiarse del aumento de conectividad, las organizaciones de desarrollo no pueden perder la oportunidad de hacer oír las opiniones locales en los procesos de desarrollo. Las TIC se están volviendo cada vez más importantes como herramientas para la participación social y el desarrollo agrícola inclusivo” (FAO, 2012)*

Como se menciona en la Guía para el Ciclo del Proyecto (FAO, 2012): “La comunicación es esencial para la eficacia y la sostenibilidad del proyecto. Las actividades de comunicación para el desarrollo deben planificarse desde el principio para garantizar la participación de los actores, el acceso a la información y la apropiación correspondiente. Una estrategia integral de comunicación debe ser diseñada para promover efectivamente la participación y el diálogo, y mejorar la visibilidad de los resultados del proyecto. Debe tomarse en cuenta cualquier acuerdo específico de visibilidad solicitado por los asociados que aportan recursos.

Las actividades de comunicación deben ser consideradas para todos los proyectos y deben ser planificadas/presupuestadas durante la fase de formulación del proyecto”(FAO, 2012)

La planificación de la comunicación para el desarrollo;

“...es un proceso dinámico y ajustable de acuerdo a la situación, el tiempo y los recursos disponibles y, sobretodo, a la agenda de los actores del proyecto. Una estrategia de CpD puede ser tan elaborada o tan simple como sea necesario, pero siempre debe ser revisada y validada por los actores locales. Los esfuerzos de monitoreo que se lleven a cabo proveerán insumos para la evaluación final del proceso, así como para modificar eventualmente el plan vigente, en base a nueva información obtenida o nuevos factores que intervendrán en una fase posterior “ (FAO, 2012)

Además, la planificación de la comunicación para el desarrollo; *“...es un proceso participativo y socialmente inclusivo: pretende incorporar y conciliar una diversidad de puntos de vista exteriorizados por los miembros de la comunidad, líderes locales, funcionarios gubernamentales, instituciones rurales, medios de comunicación local y especialistas” (FAO, 2012)*

Estado de la cuestión en el ámbito de proyectos: En el texto (FAO, 2012) *“Los planes de comunicación local tienen que sustentarse en acuerdos entre entidades públicas/ privadas de desarrollo activas en la zona. Los actores locales deben estar dispuestos a contribuir con diferentes recursos (personal asignado, gastos de formación, gastos de equipamiento de campo), no sólo para llevar a cabo actividad” (FAO, 2012)*

La comunicación para el desarrollo tiende a relacionarse de manera directa con el concepto en estudio, mismo que;

“...es el medio que garantiza la participación de la gente y la apropiación del proceso de cambio por las personas. La facilitación del acceso a la información agrícola y la apertura de canales de comunicación de doble vía entre los actores rurales — incluidas las instituciones, organizaciones de

productores, pequeños agricultores y comunidades locales — es clave para establecer un entorno propicio en el que puedan entablar un diálogo constructivo, aprender unos de otros, colaborar en soluciones innovadoras y, finalmente influir en la formulación de políticas. La toma de decisiones informadas y la participación activa es fundamental para que los agricultores asuman el liderazgo en los procesos de desarrollo.” (FAO, 2012)

La Comunicación para el desarrollo descrito por (FAO, 2012);

“...no se trata simplemente de la difusión de información, la divulgación de proyectos o la realización de campañas de comunicación para el cambio de comportamiento. Se trata, ante todo, de la participación de las comunidades rurales en la toma de decisiones, la reducción de las brechas de conocimiento y la mejora de la inclusión social. Las técnicas de comunicación participativa permiten identificar y discutir las prioridades locales, necesidades o asuntos sensibles, y ayudar a mediar entre las diferentes opiniones antes de que se conviertan en malos entendidos, conflictos o problemas importantes. Esto a su vez proporciona mejores ideas para diseñar campañas de comunicación o producir materiales de comunicación. Los actores rurales, alentados y capacitados para hacer que sus voces sean escuchadas, están dispuestos a desempeñar un papel activo, organizarse y disponer de recursos locales para lograr un cambio más sostenido y significativo” (FAO, 2012)

Muchas de las ocasiones existen mezquinos intereses y revanchismos políticos que obstaculizan sin duda el continuar con el tratamiento de temas de vital importancia o a su vez fijar un tratamiento de confraternidad en algunas de las temáticas con grata cercanía a la planificación que cada instancia gubernamental la tiene. En cualquiera de estas trabas políticas pueden ser originadas por múltiples disturbios entre las entidades públicas y políticas locales y nacionales; dejando sin efecto los proyectos de interés social que están articulados al crecimiento rural.

Los territorios rurales y sus habitantes han estado rezagados por décadas en términos de desarrollo humano y bienestar respecto de los urbanos. Hoy sigue siendo así, pero en un contexto diferente. El crecimiento de la población y el ensanchamiento de las clases medias redonda en un aumento de la demanda por alimentos; los fenómenos asociados al cambio climático invitan a volver la mirada a las zonas con servicios ecosistémicos desde una perspectiva de sostenibilidad y resiliencia; y la región transita por una etapa de bono demográfico en la que los jóvenes representan un potencial transformador para abrir oportunidades de bienestar. Por todo ello, el desarrollo rural no solo no ha perdido vigencia, sino que se hace más necesario que nunca.

La funcionalidad del territorio puede constituirse a través de varios mecanismos, incluyendo mercados laborales, mercados de bienes o servicios, redes sociales, identidad étnica o cultural y también organización político-administrativa del Estado que crea espacios de servicios públicos. Es decir, un conjunto de localidades pueden ser parte de un mismo territorio funcional si las personas viven ahí y se desplazan principalmente entre ellas para trabajar, para acceder a servicios públicos y privados, para comprar y vender, o para interactuar con las personas y organizaciones que forman parte de su red social. Estas interacciones requieren de infraestructura y servicios que permitan el movimiento y la comunicación entre personas y organizaciones y el intercambio de bienes y servicios.

El enfoque territorial ha estado, al menos en el discurso, en varios intentos de política pública para el desarrollo de áreas relativamente rezagadas en América Latina. En el cuadro 5 se muestran la forma y las herramientas principales de focalización utilizadas en los principales programas de escala nacional intentados en México y que, como regla principal, descansaron en la coordinación interinstitucional.

5. Metodologías

Metodología aplicada para el análisis del problema de investigación: Para el correcto desarrollo del trabajo se va a considerar como métodos de medición y

presentación de resultados: los métodos cualitativo y cuantitativo, mismos que permitirán mantener un margen de respuesta basada en datos e información real y perspectivas confiables frente al caso de análisis.

Los datos presupuestarios de un Gobierno Local «Información Pública», las estadísticas de uso de tecnologías y acceso a las mismas de una comunidad local. Nos permitirá contar con información de origen local para sostener el trabajo de investigación y llegar a los resultados esperados.

Tener la cercanía con la comunidad como objeto de estudio es de nuestra prioridad; lo que pretendemos es ocupar espacios de dialogo, entrevistas y encuestas que sumen al trabajo y datos desde un interés académico de investigación y mas no desde un enfoque interés político fugas.

Metodología aplicada al proyecto de intervención: Escogí el proyecto que dio mucho impacto a nivel provincial, lograr así administrar, instalar, operar y producir servicios públicos de radiodifusión, televisión y nuevas tecnologías de la información y la comunicación, en un marco empresarial público eficiente, competitivo, moderno; que entregue a la ciudadanía contenidos comunicacionales que informen, eduquen y entretengan; y que promueva procesos de movilización y participación ciudadana. A través de objetivos estratégicos:

- Fortalecer los medios de comunicación bajo su administración y operación y sus proyectos comunicacionales para crecer en audiencia y posicionamiento.
- Realizar productos comunicacionales, radiales, televisivos y/o digitales, con contenidos de calidad que recojan los lineamientos expresados en la misión y la visión de la empresa y en los mandatos de la LOC.
- Producir en la radio microprogramas informativos sobre los ejes: identidad, derechos colectivos e individuales, riego, ambiente, turismo y otros como temas sociales (embarazo adolescente) de acuerdo a una programación.
- Impulsar la organización de eventos académicos e institucionales a través del proyecto “Enlaces”.
- Implementar en la gestión de la E. P

- Establecer Alianzas Estratégicas de cooperación con otros medios de comunicación y organizaciones dedicadas a la comunicación y la cultura.
- Generar investigaciones y producir insumos para los programas y espacios de los medios de comunicación bajo su administración y para difundir investigaciones propias que aporten al conocimiento en diversos ámbitos del quehacer de la sociedad, con énfasis en la comunicación.
- Mejorar y optimizar el talento humano de la empresa y de los medios bajo administración de la E. P., a través de la capacitación continua y permanente.
- Posicionar la imagen de la radio, portal digital, enlaces y productos comunicacionales de la E. P.
- Incrementar la calidad de servicio.
- Crear nuevos servicios de comunicación.
- Diversificar las fuentes de financiamiento de la E. P.

6. Análisis y discusión de los resultados

Los datos presupuestarios de un Gobierno Local «Información Pública», las estadísticas de uso de tecnologías y acceso a las mismas de una comunidad local. Nos permitirá contar con información de origen local para sostener el trabajo de investigación y llegar a los resultados esperados.

Tener la cercanía con la comunidad como objeto de estudio es de nuestra prioridad; lo que pretendemos es ocupar espacios de dialogo, entrevistas y encuestas que sumen al trabajo y datos desde un interés académico de investigación y mas no desde un enfoque interés político fugas.

Lo cual resaltamos dentro de los capítulos la importancia de la planificación y estrategias en comunicación para el Desarrollo en donde se define a la comunicación para el desarrollo principalmente como la esencia para hacer un trabajo lleno de cualidades académicas como conceptuales mismas que darán validez y sostén al proyecto. Las actividades estrictamente deben organizarse y planificarse desde la línea base 0 cero y permitir se sostenga en el tiempo y sobre

todo se garantice la inclusión de todos los moradores, el libre tránsito de los datos e información pública y transparencia.

La línea conductual completa de la estrategia, programas y proyectos de comunicación política y comunicación para el desarrollo debería estar construida para motivar eficientemente la integración con voz y voto de la comunidad y su debate público, y así de esta manera mejorar la transparencia y proyección de su información como resultante de los planes y proyectos. En el segundo capítulo hablaremos sobre la incidencia de la comunicación en la inversión pública, aclararemos como lograr la articulación del mecanismo de participación más importantes para el GAD La Merced, porque estos espacios vincularán aún más una participación de calidad formando redes fuertes, nudos sociales, y verdaderos sistemas que al final cumplan el objetivo de construir una localidad funcional para una globalidad sostenible. Logrando así una inversión pública responsable. Y por último en el tercer capítulo la comunicación para el desarrollo en el marco de la creación de política pública sostenible y su ejecución, citaremos la realidad y retos institucionales, la situación presupuestaria actual de los Gobiernos Parroquiales Rurales impide el correcto desarrollo de las actividades planificadas para el actuar y desarrollo de nuestras actividades territoriales.

7. Propuesta de alternativas de solución de la problemática

En la creación del departamento de comunicación del Gobierno parroquial de La Merced tendrá varios enfoques agrupando las estrategias, tácticas y operatividad de las acciones.

Estrategia	Táctica	Acciones
	Creación de un estudio de radio y tv parroquial.	Entrevistas/ podcasts: autoridades, dirigentes y actores civiles. Con

Generar espacios de diálogos entre el GAD parroquial de La Merced y la ciudadanía.		temáticas de interés social.
	Convocar a asambleas parroquiales y mesas de trabajo sectoriales. (Rendición de cuentas)	Presentación de boletines de ejecución presupuestaria en asambleas parroquiales.
Darle identidad a los contenidos y medios de difusión de la información.	Construir un manual de comunicación institucional.	Actualizar la línea grafica (innovadora)
		Renovar diseño de carteleras comunitarias
		Rediseñar formatos de portales y páginas web y redes sociales.
Relaciones y cooperación públicas institucionales.	Agenda de medios	Entrevistas en medios TV Nacional, Radio (frecuencias reconocidas), reportajes, microondas.
Formación de portavoces o voceros	Crear plan de capacitación	Capacitaciones

Gestión de procesos, normas, instructivos, reportes y recursos.	Propuesta de Plan Operativo Anual – POA.	Promulgación del orgánico Funcional por procesos
		Selección del talento Humano
		Priorizar y ejecutar el recurso económico

CRONOGRAMA DE TRABAJO Y COMPONENTE

Estrategia	Táctica	Acciones	Fecha				Presupuesto
Generar espacios de diálogos entre el GAD parroquial de La Merced y la ciudadanía.	Creación de un estudio de radio y tv parroquial.	Entrevistas/ podcasts: autoridades, dirigentes y actores civiles. Con temáticas de interés social.		x	x	x	20.000,00
	Convocar a asambleas parroquiales y mesas de trabajo sectoriales.	Presentación de boletines de ejecución presupuestaria en asambleas parroquiales.	x	x	x	x	4.000,00

	(Rendición de cuentas)						
Darle identidad a los contenidos y medios de difusión de la información.	Construir un manual de comunicación institucional.	Actualizar la línea grafica (innovadora)	x				2.000,00
		Renovar diseño de carteleras comunitarias		x	x	x	10.000,00
		Rediseñar formatos de portales y páginas web y redes sociales.	x				2.000,00
Relaciones y cooperación públicas institucionales.	Agenda de medios	Entrevistas en medios TV Nacional, Radio (frecuencias reconocidas), reportajes, microondas.	x	x	x	x	0,00
Formación de portavoces o voceros	Crear plan de capacitación	Capacitaciones			x	x	8.000,00

Gestión de procesos, normas, instructivos, reportes y recursos.	Propuesta de Plan Operativo Anual – POA.	Promulgación del orgánico Funcional por procesos	x	x	x	x	0,00
		Selección del talento Humano	x	x	x	x	43.500,00
		Priorizar y ejecutar el recurso económico					0,00

No.	Componente/Acciones	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
1	Entrevistas/ podcasts: autoridades, dirigentes y actores civiles. Con temáticas de interés social.	Número de entrevistas/ podcasts	Publicaciones de las entrevistas/ podcasts en redes sociales	No acepten las entrevistas / no exista interés.
2	Presentación de boletines de ejecución presupuestaria en asambleas parroquiales.	Número de asambleas parroquiales y mesas sectoriales realizadas.	Actas de las asambleas parroquiales y mesas sectoriales.	No exista quórum, inasistencia a la asamblea o mesa sectorial.
3	Actualizar la línea grafica (innovadora)	Un manual de la línea gráfica institucional	Impreso y digital del manual de línea gráfica institucional.	No aprueben el presupuesto.
4	Renovar diseño de carteleras comunitarias	Número de carteleras comunitarias renovadas.	Portal de compras públicas.	No acepten proveedores.
5	Rediseñar formatos de portales y páginas web y redes sociales.	Número de cambio de imagen de los portales institucional.	Portales web y redes sociales rediseñadas.	No cumpla con los requisitos de innovación.

6	Entrevistas en medios TV Nacional, Radio (frecuencias reconocidas), reportajes, microondas.	Número de entrevistas en medios de comunicación.	Entrevistas publicadas: audio y sonido.	No acepten nuestro pedido de entrevista.
7	Capacitaciones	Número de capacitaciones	Estudiantes certificados	No exista participación de la comunidad
8	Promulgación del orgánico Funcional por procesos	Un orgánico funcional por procesos	Resolución de aprobación de Junta Parroquial de La Merced.	No apruebe la Junta Parroquial de La Merced.
9	Selección del talento Humano	Número de personal seleccionado.	Contratos suscritos	No califiquen sus perfiles.
10	Priorizar y ejecutar el recurso económico	Cantidad de presupuesto priorizado	Ejecución presupuestaria	Reducciones presupuestarias

CONCLUSIONES

En la presente investigación buscamos conocer el verdadero impacto de las estrategias de comunicación local en la generación de políticas públicas e inversión en la parroquia rural de la merced en el marco de la consecución y discusión de la realidad comunicacional que mantienen hasta el momento, lo que nos permitió llegar

a identificar la poca inversión que mantiene el Gobierno Parroquial de La Merced en la unidad de comunicación que afecta de manera directa e indirecta al desarrollo rural de la parroquia; tanto en la difusión, promoción y transparencia de planes, proyectos y actividades que se ejecutan en territorio, como también el normal ejercicio de la priorización de obras de manera participativa e inclusiva y así coincidir en soluciones efectivas e inmediatas. Ejercicio de investigación que desde su diagnóstico, entrevistas y testimonios del focus group, se ha llegado a concluir lo específicamente lo siguiente:

Teniendo en cuenta que desde el reconocimiento en el COOTAD – Código Orgánico de ordenamiento territorial autonomía y descentralización; a los Gobiernos Autónomos Descentralizados parroquiales rurales, su funcionamiento se ha tornado asistencialista: sea por la presión política, improvisación en la planificación y ejecución del recurso público o demás factores que impiden el normal funcionamiento de la gestión pública parroquial. Con este antecedente podemos concluimos que el desarrollo de los gobiernos parroquiales y de sus habitantes debe evolucionar y comprender nuevos modelos de gestión en donde prime la excelencia y eficiencia en la planificación y estrategias en donde la comunicación cumple un rol fundamental para el desarrollo local.

Se identificó y aseguramos que los actores rurales – sean estos autoridades o representantes locales; estén según (FAO, 2012); “...alentados y capacitados para hacer que sus voces sean escuchadas, están dispuestos a desempeñar un papel activo, organizarse y disponer de recursos locales para lograr un cambio más sostenido y significativos, lo mismo pretenderá siempre en crear una oportunidad para que las personas puedan a la vez experimentar y guiar el cambio con beneficios a largo plazo para un desarrollo sostenible y para el empoderamiento de la población local.” (FAO, 2012)

De los 21 dirigentes barriales y comunales que conforman la estructura socio política; 21 de ellos aseguraron que han llegado obras para sus barrios y comuna, pero en el focus group con organizaciones sociales de los mismos 21 sectores, 16 supieron manifestar que desconocían de las obras y actividades que el Gobierno

parroquial de La Merced realiza en cada uno de sus territorios. Data que pone en alerta a la gestión y por ende a la comunicación de la gestión parroquial. Del mismo focus group, respecto a la medición de la gestión local; la mayor parte de participantes han coincidido en no sentirse defraudados, reconocen un avance y sobre todo resaltan que la comunicación local debe mejorar y permitir la interacción entre la ciudadanía y sus autoridades; para llamados de atención, denuncias y felicitaciones.

Con este diagnóstico las instancias ejecutiva, legislativa y comunidad concluyen que es necesario implantar un nuevo modelo de gestión, apostando a la planificación programática en sintonía con el modelo de gestión parroquial cuyo eje transversal de construcción social sea la comunicación local para el desarrollo basado en un análisis del presente con proyección a una visión de futuro.

Por ello a través de la comunicación se debe buscar la institucionalización de todos los mecanismos de participación ciudadana, estos mismos espacios vincularán aún más una participación de calidad formando redes fuertes, nudos sociales, y verdaderos sistemas que al final cumplan el objetivo de construir una localidad funcional para una globalidad sostenible.

Otra conclusión que citamos es que las autoridades de la Parroquia La Merced han descartado a la comunicación como un gasto, y lo han previsto como una inversión y sobre todo como una oportunidad de comunicar la gestión, de convocar a nuevos actores a la toma de decisiones y sobre todo que a través de la comunicación se presenten nuevas oportunidades de lazos y cooperación para la gestión.

En este contexto concluimos que es de vital importancia que la comunidad esté informada de primera mano; tanto de los avances de su territorio, como de sus necesidades, lo que le permitirá ganar la credibilidad en la gestión y por ende en la aceptación política para sus autoridades en general. Y así evidenciar que la comunicación tiene una incidencia positiva en la inversión pública.

Si de presupuestos hablamos; en este trabajo de investigación identificamos la situación presupuestaria actual de los Gobiernos Parroquiales Rurales, misma que impide el correcto desarrollo de las actividades planificadas para el actuar y desarrollo de nuestras actividades territoriales. En el caso específico del Gobierno Parroquial de La Merced, los techos presupuestarios anuales han limitado la inversión de todos los planes y proyectos planteados para el periodo administrativo.

Concluyendo que la unidad de comunicación del Gobierno Parroquial de La Merced tiene varias falencias que hasta el momento han sido solventadas por una sola persona especialista y con el apoyo de los demás funcionarios de una manera empírica, sin espacio físico, movilización ni equipos. Lo que ha impedido generar productos acordes a la necesidad y profesionalismo requeridos, pero por, sobre todo: el correcto diseño y aplicación de política pública.

La falta de recursos técnicos y humanos limita significativamente la calidad y efectividad de la comunicación. Los equipos insuficientes dado que el GAD de La Merced cuenta con una única cámara, lo que restringe la producción audiovisual y fotográfica. Tornando así en la búsqueda de un cambio en los distintos niveles de gestión territorial, consideran que la comunicación no solo se trata de relaciones públicas o comunicación institucional; que debe marcar una gran línea de validez e importancia en la planificación y desarrollo local.

RECOMENDACIONES

Para lograr el impacto positivo de las estrategias de comunicación local en la generación de políticas públicas e inversión en la parroquia rural de la merced. Se requiere implementar una unidad de comunicación básica dentro de la institución local; asignar con urgencia recursos económicos, técnicos y humanos para crear y fortalecer esta Unidad de Comunicación del GAD Parroquial de La Merced y a través de ella sumar a la difusión, planes de comunicación para manejo de crisis, toma de decisiones, elaboración y ejecución de políticas públicas. El reto en esta recomendación será en los tiempos que tomará, la sostenibilidad del proyecto, pero

lo más importante; definir estrategias que estén apegadas a ganar la credibilidad de la comunidad sobre lo que se informa y como se informa.

Proponer ante las instancias competentes de relacionamiento comunicacional y de accionar político; tomen en cuenta y den valor e importancia a todo aquello que tenga que ver con proyectos de comunicación política y comunicación para el desarrollo, pues más allá de un término, este tipo de inversiones nos permite interactuar con la comunidad, generar espacios de debate y conceptualización de la idea a la ejecución de obra, y su sostenibilidad en el tiempo y espacio parroquial; independientemente de la etapa política en la que se encuentren.

Bibliografía

CEPAL. (2019). *Enfoque territorial y análisis dinámico de la ruralidad: alcances y límites para el diseño de políticas de desarrollo rural innovadoras en América Latina y el Caribe*. CEPAL Y NACIONES UNIDAS.

FAO. (2012). *FAO*. Obtenido de <http://www.fao.org/3/a-i4222s.pdf>

Merced, G. A. (14 de Mayo de 2023). Plan de desarrollo y ordenamiento territorial. *PDOT*. Quito, Pichincha , Ecuador: GAD LA MERCED.

Molina, J. C. (2018). La Merced: Identidad e Historia. En J. C. Molina, *La Merced: Identidad e Historia* (pág. 13). Quito .

Nations, F. a. (2014). Comunicación para el desarrollo. En F. a. Nations, *Nations, Food and Agriculture Organizations of the United* (pág. 10). www.fao.org/3/a-i4222s.pdf.