



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN
COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

COMUNICACIÓN COMUNITARIA EN LAS ORGANIZACIONES SOCIALES
SECTOR "LA CHIQUITA", PERTENECIENTE AL CANTÓN EL EMPALME, AÑO
2020

AUTOR:

VALENCIA TUAREZ NICOLE STEFANIA

TUTOR:

BARRAGAN MOROCHO WILLIAM ROBERTO

QUEVEDO- LOS RIOS-ECUADOR

2021



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer en primer lugar a Dios, por guiarme en el camino y fortalecerme espiritualmente para entablar un camino lleno de éxito.

Así quiero mostrar mi agradecimiento a todas aquellas personas que estuvieron presentes en la realización de esta meta, de este sueño que es tan importante para mí, agradecer todas sus ayudas, sus palabras motivadoras, sus conocimientos, sus recomendaciones y su dedicación.

Quiero agradecer a la base de todo, mi familia, en especial a mis padres, que quienes con sus consejos fueron el motor de energía y mi constante motivación, muchas gracias por su paciencia y comprensión, y sobre todo por su amor.

¡MUCHAS GRACIAS POR TODO!



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



DEDICATORIA

Siempre me he sentido maravillada y orgullosa de la bella familia que tengo, se han preocupado de mí desde el primer instante en que llegué a este mundo, me han formado para saber cómo luchar y salir victoriosa ante cada adversidad que la vida presenta.

Muchos años después, sus enseñanzas no terminan, y aquí estoy, con un nuevo logro exitosamente conseguido.

FAMILIA, quiero agradecerles por todo, esto es dedicado para ustedes.



ÍNDICE GENERAL

DOCUMENTO PROBATORIO (DIMENSIÓN ESCRITA) DEL EXAMEN . ¡Error! Marcador no definido.	
COMPLEXIVO DE GRADO..... ¡Error! Marcador no definido.	
AGRADECIMIENTO	i
DEDICATORIA	ii
CERTIFICACIÓN DE LA AUTORIA INTELECTUAL	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICADO DEL TUTOR	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICADO FINAL DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL DOCUMENTO PROBATORIO DIMENSIÓN PRÁCTICA DEL EXAMEN COMPLEXIVO PREVIA A LA SUSTENCIÓN.	¡Error! Marcador no definido.
RESULTADOS DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN	¡Error! Marcador no definido.
INFORME FINAL DEL SISTEMA URKUND	¡Error! Marcador no definido.
ÍNDICE GENERAL	iii
Índice de Figuras	v
Índice de tablas	v
RESUMEN	vi
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	2
MARCO METODOLOGICO	2
1. Generalidades del objeto de estudio.....	2
1.1. Definición del tema caso estudio.....	2
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
Problema general	3
1.3. JUSTIFICACIÓN	4
1.4. Objetivos	5
1.4.1. Objetivo general	5
1.4.2. Objetivos específicos	5
1.5. Fundamentación teórica	5
1.5.1. Comunicación y espacio públicos	7
1.5.2. Comunicación comunitaria	9
1.5.3. Comunicación y cultura	10
1.5.4. Medios de comunicación comunitaria.....	11



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



1.5.5.	La radio comunitaria	14
1.6.	Hipótesis	15
1.7.	Metodología de la investigación.....	15
1.7.1.	Modalidad de la investigación	15
1.7.2.	Diseño de la investigación.	15
1.7.3.	Métodos de la investigación.....	16
1.7.3.1.	Método Inductivo.....	16
1.7.4.	Método Dialectico	16
1.7.5.	Método explicativo.....	16
1.7.6.	Herramientas de Investigación.....	16
1.7.7.	Encuesta	16
1.7.8.	Población y muestra	17
CAPITULO II	18
2.	RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN.....	18
2.1.	desarrollo del caso	18
2.2.	situaciones detectadas	18
	Encuesta realizada a los habitantes del sector la chiquita.....	19
2.3.	Soluciones Planteadas	26
2.4.	Conclusiones	27
2.5.	Recomendaciones	28
	Bibliografía.....	29
	Anexos.....	31



Índice de Figuras

Figura 1. Cantidad de medios de comunicación	19
Figura 2. Eficiencia y veracidad en la comunicación	20
Figura 3. Corresponsal que Investigue y difunda una verdadera y oportuna información	21
Figura 4. Nexo con la comunidad.....	22
Figura 5. Se difunde la información entre los comunicadores y los sectores comunitarios	23
Figura 6. Influyen o no los medios de comunicación comunitarios entre las organizaciones...	24
Figura 7. Creación de un medio de comunicación.....	25

Índice de tablas

Tabla 1. Cantidad de medios de comunicación	19
Tabla 2. Eficiencia y veracidad en la comunicación	20
Tabla 3. Corresponsal que Investigue y difunda una verdadera y oportuna información.....	21
Tabla 4. Nexo con la comunidad	22
Tabla 5. Se difunde la información entre los comunicadores y los sectores comunitarios.....	23
Tabla 6. Influyen o no los medios de comunicación comunitarios entre las organizaciones	24
Tabla 7. Creación de un medio de comunicación	25



RESUMEN

La comunicación comunitaria es un eje importante para construir y compartir la voz desde la gente, proporcionar la palabra a la comunidad, barrio, sector social, jóvenes, niños, organizaciones, comunidades, unidades educativas; enseñarles hacer su propia comunicación y a la vez construir una comunicación comunitaria acorde a las necesidades, situaciones y peticiones de los sectores sociales.

Se debe comprender que la comunicación comunitaria, no solo es una comunicación particularmente de una localidad, sector o comunidad de los pueblos y nacionalidades, tampoco de una comunidad campesina. Pensamos que no la delimita el territorio físico. La comunicación comunitaria es una nueva forma de comunicación, es una nueva visión, es un nuevo paradigma comunicacional, es un proceso de edificación comunicacional basado en principios y valores de convivencia comunitaria que se convierten en un espacio para ejercer los derechos humanos.

Es un intermedio de expresión popular, comunitaria, alternativa, colectiva y participativa. Es un proceso para generar conocimientos, pensamientos críticos, conciencia, sensibilidad, compromiso activo y propositivo como un eje estratégico para lograr el bien común, la justicia social, la equidad y la convivencia pacífica.

La comunicación comunitaria que proponemos es una curva, que se sustenta en un proceso que debe estar en permanente flujo con la información, capacitación, la producción, la realización. La interacción con la gente, la construcción de medios, el diálogo y en específico la apuesta crear nuevos contenidos, lenguajes, narrativas, procesos investigativos y estéticos, es un lugar de trabajo y de expresión creativa-artística con nuevas formas de relacionarse con la gente y con nuevos enfoques; con entendimientos y convivencias horizontales, democráticas, comprometidas con las nuevas formas de hacer comunicación con la gente.

Este proyecto investigativo sobre comunicación comunitaria tiene como objetivo fundamental de promover la comunicación y la participación social dentro de la comunidad del sector la chiquita para que tengan una mejor organización social.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



En el desarrollo del presente trabajo investigativo se utilizó investigación de campo participativa e investigación bibliográfica, las técnicas para la recolección de la información fue la encuesta a todos los habitantes del sector la chiquita

Palabras Claves: Comunicación comunitarias, Organizaciones comunitarias



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
INTRODUCCIÓN



El presente trabajo de grado parte de la motivación y el interés en el subcampo de la comunicación comunitaria y el trabajo social con comunidades. Para ello es importante profundizar un poco más en el conocimiento de la organización comunitaria.

La comunicación comunitaria es un proceso donde hay diversas asociaciones de sectores sociales, comunidades y grupos étnicos, clases sociales, entre otros. En la actualidad hay pocas zonas rurales donde no llega la información correcta, es por eso la importancia de la comunicación comunitaria como estrategia para prevenir daños en el sector.

Es importante resaltar que la comunicación es el proceso social para el desarrollo y transformación de un país o de una sociedad a través de esta se busca el dialogo, y el bien común de una colectividad, barrio o pueblo, mediante ideas o sugerencias con el fin de llegar a una solución.

Se trata de comenzar a responder a las preguntas de cómo piensan las personas de las organizaciones sociales en su multiplicidad y diversidad desde las prácticas en un sector urbano basadas en la comunicación comunitaria, y como poder aportar para que puedan ser escuchadas sus ideas y propuestas, como hacer visibles el conjunto de demandas de exigencias específicas de las diferentes organizaciones; como elaborar una política-comunicacional donde las diferentes comunidades y organizaciones en el espacio público su voz y su versión del mundo, de la historia y de la cultura.

la presente investigación busca explicar la situación en la que se encuentra “La chiquita”, sector del cantón El Empalme, y a la vez manifestar del proceso que han atravesado sus responsables para mantenerlas en pie, este proceso investigativo pretende analizar la forma en que la gestión de las personas que residen en el sector posibilita la distribución de procesos comunicativos comunitarios como alternativas al problema.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
CAPÍTULO I
MARCO METODOLOGICO



1. Generalidades del objeto de estudio

1.1. Definición del tema caso estudio

La comunicación comunitaria consistente en la emisión-recepción de mensajes entre interlocutores en estado de total reciprocidad, siendo por ello un factor reciprocidad, siendo por ello un factor esencial de convivencia y un elemento determinante de las formas que asume la sociabilidad del hombre; es el proceso social esencial, para el hombre, la comunicación es la vía mediante la cual adquiere su humanidad individual, mantiene y desarrolla sus relaciones sociales. (Regina, 2018).

Frances (2015) investigadora de medios de comunicación, expresa que los medios cumplen muchas funciones entre las cuales se puede mencionar: Acceso, Participación, Autogestión, Mejoramiento de comunicación comunitaria, Boletines informativos, Emails, Medios de comunicación social, Sitios web, Reuniones comunitarias.

Los medios comunitarios son herramientas que transforma la sociedad y que tiene la obligación de apoyar al desarrollo y de mantener informado a la comunidad; la comunicación comunitaria es una forma de expresar y manifestar las necesidades que presentan en una sociedad y que busca darle una solución a esta problemática. (Preciado, 2017).

Sin duda, alguna vez en su vida, usted no ha podido comunicarse con otra persona. Muchas pueden ser las causas: un teléfono dañado, un radio con mucho volumen, el llanto de un niño, el estruendo ruido de una corneta, etc. Estas diferencias se denominan ruidos o barreras. ¿En qué elementos intervinientes del proceso hay la posibilidad que aparezcan una restricción o barrera?



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



Todos los elementos intervinientes en el proceso de la comunicación pueden sufrir obstrucciones o perturbaciones; anarquías, aleatorias e imprevisibles que entorpecen, dificultan o imposibilitan la comunicación.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Se ha ostentado una problemática divulgada en lo referente a comunicación pues es habitual que se dé por dispuesto que las actividades que el establecimiento realiza no son comprendidas por los habitantes de las comunidades originando así una imagen equivocada saturada de información tergiversada.

A la luz de algunas carencias comunicacionales existentes en el sector, se ha considerado un punto importante de estudio, investigar, si la falta de un departamento de comunicación organizacional restringe una comunicación asociada para la mejora entre los habitantes.

Un punto relevante también en el estudio del problema es el hecho de la comunicación al acomodarse dentro de una estrategia de comunicación corporativa para el progreso se puede manipular de diferentes modales, es decir, puede ser informativa, necesaria para formación, para convencer o protestar.

Problema general

¿Cómo influye la comunicación comunitaria en las organizaciones sociales del sector “La chiquita”, perteneciente al cantón El Empalme, ¿año 2020?



1.3. JUSTIFICACIÓN

El trabajo de investigación tiene como propósito dar a conocer sobre la comunicación comunitaria en el sector la chiquita del Cantón el Empalme, para que la ciudadanía de este sector esté informada acerca de cómo realizan organizaciones sociales, que conozcan la ley de comunicación, que todo sector comunitario tenga distribución de frecuencia Equitativa, como lo dice el Art. 106 (**Distribución Equitativa de Frecuencias**) de la ley orgánica de comunicación

Con estos aspectos relevantes de la Ley de Comunicación, en el Cantón El Empalme, sector la chiquita se ha dado espacio a la comunicación comunitaria, ya que antes no se impulsaba la práctica informativa comunitaria por carencia de espacios apropiados en los medios de comunicación.

Se puede indicar, que la comunicación comunitaria es una nueva versión de la comunicación tradicional por medio de la cual las partes de una comunidad pueden dar a conocer información coherente con su entorno inmediato, dejando así de ejercer el rol de “Receptor” para tener un papel más activo en la generación del reportaje para su posterior difusión.

Si se vincula el crecimiento de la comunicación comunitario en el Cantón el Empalme sector la chiquita, para que sirva como una vía de expresión social y cultural; se robustecerá y concederá a la comunidad y por ende, la democracia. Para que esto sea efectivo, se requiere de una comunicación bien establecido, con fines sociales bien específicas y claras, que manifiesten a las necesidades primarias de comunicación de los sujetos.

El resultado que, de la investigación, orientada a construir los elementos que conforman la estructura del presente trabajo, se bosquejará como propuesta para que se aplique en las comunidades de todos los sectores del Cantón le Empalme donde se quiera iniciar o mejorar prácticas de la comunicación comunitaria, exclusivamente para defender la organización comunitaria.



1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

- Determinar de qué manera influye la comunicación comunitaria en las organizaciones sociales del sector la chiquita, Cantón el Empalme, año 2020

1.4.2. Objetivos específicos

- Analizar cuál es la forma de comunicación de los ciudadanos del sector la chiquita del cantón el Empalme.
- Crear estrategias de comunicación comunitaria que aporten al desarrollo cultural y social del sector la Chiquita del cantón el Empalme Provincia del Guayas.
- Plantear la creación de un medio de comunicación comunitaria dentro del sector la Chiquita del cantón el Empalme

1.5. Fundamentación teórica

Como principio tendremos algunos conceptos que nos dejen entender de excelente forma el tema. En primera instancia se hace necesario hablar brevemente sobre lo que se entiende por comunicación, para de ahí presentar otros conceptos y poder ir relacionándolos entre sí y con el tema principal.

El término comunicación tiene numerosas definiciones. La comunicación ha sido objeto de un sinnúmero de investigaciones para, a partir de éstas, comprender de mejor manera su uso y el papel que juega en las relaciones humanas.

De acuerdo con Kaplun (2005), en su libro *El comunicador popular*, hay dos maneras de entender la comunicación: la primera como el acto de informar, de transmitir, de



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



emitir y, la segunda, como el diálogo, intercambio o relación de compartir, de hallarse en correspondencia en reciprocidad.

Mientras que, para Antonio Pasquale la comunicación es la relación comunitaria humana que consiste en la emisión/recepción de mensajes entre interlocutores en estado de total reciprocidad y para Luis Ramiro Beltrán, es el proceso de interacción social democrática, basada en el intercambio de signos, por el cual los seres humanos comparten voluntariamente experiencias bajo condiciones libres e igualitarias de acceso, diálogo y participación (en Kaplun, 1985).

Así pues, han ido saliendo otros axiomas, algunas se permanecen en el papel de investigación, otras se basan en la transmisión y otras se fundan especialmente sobre el modelo básico de comunicación: quién dice, qué dice, en qué canal, a quién lo dice y con qué efectos (Cisneros, 2012).

Sin embargo, se considera que la comunicación no queda en un simple proceso de relación y entendimiento entre dos o más personas, sino que va más allá, incluso de los propios medios de comunicación masiva. La comunicación garantiza un aspecto más completo, por ello otras definiciones de comunicación ya toman en cuenta el elemento humano, los valores y la interacción y relación que están en juego durante el acto de comunicar.

Habermas y Pasquale analizan el concepto desde otro punto de vista. Estos autores reconocen que en la acción o proceso comunicativo existe un con-saber o un saber común, lo cual difiere mucho de la simple acción de sugestión o inducir un supuesto acuerdo o una decisión de una persona a otra. Para ellos, la comunicación se produce cuando el entendimiento entre personas es voluntario y libre (Cisneros, 2012)

Resumiendo, las aportaciones de Habermas y Pasquale y tal y como señala Cisneros (2012), la comunicación es una acción o un proceso mucho más profundo,



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



propio de la humanidad, donde el espacio operativo del intercambio de mensajes se da de otras dimensiones que implican la voluntad de entenderse.

No sólo puede hablarse de definiciones para el concepto comunicación, es preciso también mencionar que existen diversos tipos de comunicación en los que se incluyen, dependiendo del enfoque, otros aspectos complementarios, por ejemplo, si hablamos de comunicación pública entenderemos que se trata de un proceso comunicativo en el que intervienen otros actores, medios y procesos de relación. Abordaremos, entonces, brevemente los conceptos de comunicación pública y comunicación comunitaria, así como la relación entre la comunicación y la cultura y, posteriormente, hablaremos sobre los medios de comunicación comunitaria para con ello lograr un mejor acercamiento al tema que nos ocupa.

1.5.1. Comunicación y espacio públicos

La comunicación pública, sin mayor detenimiento, puede entenderse como la difusión gubernamental o como aquella que se da en el espacio público. Por ello, nos detendremos, más que en una definición de lo que es comunicación pública, en describir su funcionamiento en el espacio público.

Antes que todo, hay que resaltar que el espacio público y el espacio público político, son dos elementos indispensables de la vida pública y, por supuesto, de la participación política; son espacios abiertos para diferentes sectores sociales, espacios que crean un tipo de realidad (actitudes, por ejemplo). De hecho, cabe decir que los medios de difusión masiva pueden ser el espacio público por excelencia. (Palacios, 2016)

Una de las posibles razones que pueden existir para considerar a los medios como el espacio público, es interpretar el concepto “público” como “publicado” o “publicitado”, es decir, dado a conocer, sin tomar en cuenta su sentido político-democrático en tanto participación de los ciudadanos (Palacios, 2016)



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



Por otra parte, y de acuerdo con lo que plantea, el concepto público en un primer sentido tiene que ver con la divulgación o difusión realizada de un hecho o noticia, es decir, algo que ya es conocido por todas las personas y, en un segundo sentido, tiene que ver con lo que es propio de una comunidad (común del pueblo o ciudad) tanto en el aspecto jurídico como en su dimensión sociopolítica.

En relación con este tema, se dice que el espacio público es el marco mediático, dispositivo institucional y tecnológico donde se presentan a un público los múltiples aspectos de la vida social; entendiendo por mediático lo que mediatiza la comunicación de las sociedades consigo mismas y entre sí. Así mismo, Ferry define como “público” al espacio constituido por los medios; es decir, un espacio que, atendiendo a su carácter divulgador o su función difusora, presenta a un público los múltiples aspectos de la vida social. (Cecilia, 2017)

Tomando esta idea, los medios de comunicación masiva pueden ser empleados como mecanismos de socialización e instrumentos en el espacio público; de esta manera, se facilitarían las relaciones entre los distintos actores políticos y por supuesto las acciones sociales y políticas generadas por éstos. La radio, por ejemplo, nos cuenta, que ha sido empleada con éxito en la alfabetización, en la organización campesina para la producción y rescate cultural y en la auto información de la comunidad, por mencionar algunas tareas sociales.

Cuando se habla de espacio público, es necesario también detenerse en el concepto de actores sociales, ya que éstos actúan justamente en el espacio público.

Un actor social puede considerarse como un grupo o sector de la colectividad que actúa en defensa o promoción de sus intereses de grupo, que tiene o comparte una visión de otros grupos sociales. (Chaporro, 2017)

En pocas palabras, como actores sociales pueden considerarse aquellos grupos que inciden en las decisiones de una colectividad o reaccionan ante ellas de manera abierta.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



Por ello, es fundamental, sin duda, la participación de actores y no hablar simplemente de espectadores, es decir, los actores sociales no sólo reciben mensajes con determinado tema sino que para ser considerados actores deben justamente expresar su opinión respecto al mensaje recibido. Para que sea espacio público se requiere participación y reciprocidad.

En resumen, el espacio público, como menciona es una estructura de relaciones establecidas entre diferentes actores sociales con intereses, e incluso opuestos, que reconocen la necesidad de decidir juntos sobre asuntos que los afectan, y que por tanto acuden a expresar sus respectivas propuestas y visiones del mundo con el ánimo de confrontarlas, complementarlas o incluso desarticular la del adversario, pero con la disposición para llegar a algún tipo de acuerdo que les permita seguir conviviendo con respeto y dignidad.

1.5.2. Comunicación comunitaria

Hemos definido qué se entiende por comunicación en el espacio público, ahora intentaremos definir qué se entiende por “comunidad” y “comunitaria”, para posteriormente entrar al tema de comunicación comunitaria.

En primera instancia puede definirse comunidad como un conjunto de personas vinculadas por características o intereses comunes (Diccionario de la Real Academia Española). Cabe señalar que en la definición presentada quedan incluidas todas aquellas personas que comparten intereses ya sea que lo hagan activamente o no.

En tanto, para aclarar más los alcances del término, diremos que por comunidad se entiende a aquel grupo o conjunto de seres humanos o animales que comparten diversos elementos en común como pueden ser costumbres, un idioma, valores,



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



tareas, visión del mundo, edad, ubicación geográfica, estatus social, roles, entre otras cuestiones. Por otra parte, con el término de comunitario se denominará a todas aquellas actividades y trabajos que una persona, grupo o asociación realicen en función del bien común de una zona geográfica o grupo que por alguna cuestión que se los impide no pueden lograrlo por sí mismos. (www.definicionabc.com)

La comunicación comunitaria, que tiene especial relevancia en el presente proyecto, puede entenderse también, como “los medios de comunicación en dos sentidos o modalidades de utilización de los medios de comunicación que no sólo permiten un diálogo y una comunicación en doble sentido, de la periferia al centro y viceversa, y entre grupos, sino que además se basan en un diálogo”. Para la autora, la comunicación comunitaria designa un intercambio de puntos de vista y de noticias y no sólo de una transmisión de una fuente a otra, además de que pueden desempeñar un papel sustituto de la comunicación directa e interpersonal y llegar a más individuos a la vez; la comunicación de carácter comunitario ha de ser algo más que una programación concebida para grupos seleccionados o especiales, aspira a basarse en algo más que en las necesidades e intereses supuestos de su público. (Micaela, 2015)

Otra definición de comunicación comunitaria, indica que se trata de aquellas acciones de comunicación orientadas a la promoción de la mediación y la participación social para el fortalecimiento de procesos de toma de decisiones comunitarias (Enciclopedia de la comunicacion aplicada, 2016)..

1.5.3. Comunicación y cultura

Así como pueden encontrarse infinidad de definiciones para la comunicación, pueden encontrarse diversas para el concepto de cultura. De manera general, la cultura puede entenderse como la capacidad del ser humano de construir conceptos, adquirir conocimientos, elaborar y transmitir significados. La cultura es lo que les permite a los hombres construir una sociedad mediante sus diversas formas de interacción y



organización de las relaciones.

Para Saavedra, la cultura puede ser definida en un sentido amplio como todo lo cultivado por el hombre, ya que comprende el total de las producciones humanas, tanto en el ámbito material (como, por ejemplo, los productos del arte y la técnica) así como en el espiritual (Minga social, 2019).

Ahora nos preguntamos, ¿qué tiene que ver la cultura con la comunicación? aquello que construye y conforma: la cultura y, la cultura es a su vez un referente que facilita la comunicación. Como ya comentamos, la comunicación es más que sólo emitir ideas y es mediante la comunicación que se establece la interacción y, la cultura es un proceso que se construye con la interacción.

A través de la comunicación se concreta la vida social. Dicho de otro modo, la comunicación es el proceso por el cual, una comunidad humana dada, produce y reproduce todo el sistema de vida que la caracteriza e identifica y que genéricamente llamamos cultura. La comunicación le sirve a la comunidad en cuestión para cohesionarse y regular sus relaciones. (Winkin, 1984)

La comunicación, podría considerarse en el sentido más amplio, como el aspecto activo de la estructura cultural, la cultura y la comunicación son términos que representan dos puntos de vista o dos métodos de presentación de la interrelación humana, estructurada, regular. En "cultura " el acento se pone en la estructura, en "comunicación " en el proceso.

1.5.4. Medios de comunicación comunitaria

Una vez que hemos definido los conceptos anteriores, deberemos destacar también la existencia de medios de comunicación comunitaria, así como sus características y funciones.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



Existen diferentes definiciones y diversas experiencias en distintos lugares sobre lo que los medios comunitarios son o deberían ser. De acuerdo con Alejandra Núñez en su artículo Medios comunitarios y regulación. Una perspectiva de comunicación para el desarrollo, los medios comunitarios son medios que se suman a la dimensión de desarrollo social y cultural proporcionando canales de participación y de ejercicio de poder, y transformando las experiencias individuales en visiones compartidas de (una mejor) realidad, trabajando, de este modo, para la construcción de esa realidad. (Núñez, 2016)

Entre sus características o rasgos comunes, destaca los siguientes aspectos: libertad de expresión y pluralismo mediático, acceso público e igualdad de géneros, promoción de la diversidad cultural, carácter no lucrativo, transparencias de estructuras de trabajo, autodeterminación y promoción de la educación a partir del uso de los medios, entre otras. (Núñez, 2016)

Los medios de comunicación comunitaria, según Berrigan (1981), son una adaptación de los medios de comunicación en general, para su uso por la comunidad y para cualquiera de los objetivos que decida ésta. Se trata, dice, de unos medios de comunicación a los que tienen acceso los miembros de esa comunidad, con fines de información, educación, esparcimiento, cuando necesitan ese acceso. Se trata de unos medios de comunicación en los cuales participan los habitantes como planificadores, productores o intérpretes. El autor plantea como características un alto grado de horizontalidad, apertura y posibilidades de participación.

Los medios comunitarios tienen como uno de sus principios fundamentales, poner al escrutinio de la población aquello que tiene un impacto sobre lo público y que afecta la vida de sus habitantes, pues cuando la comunidad asume la discusión de la acción de la autoridad, o de la suya propia, establece los principios de corresponsabilidad ciudadana.

Es interesante, por otro lado, mencionar el punto de vista de la autora Núñez (2016) quien plantea a los medios comunitarios como contribuyentes del desarrollo desde dos perspectivas: en el nivel procesal como una canal de participación representando “la voz de los sin voz”, y como los medios que permiten a los ciudadanos



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



expresar sus preocupaciones siendo así un instrumento para el ejercicio de la democracia y, por el otro lado, la perspectiva a nivel simbólico como medios de toma de poder, en la que representan un modo de ejercicio de la imaginación y de traducción de la misma, lo que lejos de ser una experiencia individual se vuelve una experiencia colectiva en donde se crean significados compartidos e interpretaciones de la realidad que conllevan a oportunidades de cambio.

Según Nuñez (2016), aclara que los medios comunitarios tienen gran importancia en el desarrollo social, menciona que hasta hace poco se pensaba solamente en el lado comercial de la comunicación, es decir, en la persuasión y que, hoy en día, no sólo se terminan las opciones en la comunicación persuasiva, sino que se piensa a los medios como herramientas para el desarrollo social.

Por su parte, Berrigan (1981) considera que los medios de comunicación son de gran valor para el desarrollo y que nunca son eficaces si se utilizan aisladamente y si no van acompañados de cambios prácticos en la estructura orgánica, política y social de cada país. El valor de los medios de comunicación dice, depende de una amplia gama de iniciativas de desarrollo; en el uso de los medios de comunicación para el desarrollo se ha hecho más hincapié en decir y en enseñar que en un intercambio de peticiones e ideas entre el centro y las zonas periféricas.

Los medios de comunicación pueden constituir el método más barato y rápido de llegar a las comunidades rurales y de suministrarles una competencia técnica que antes no existía. Como los medios de comunicación pueden llegar a las comunidades aisladas, se ha dado gran importancia a la utilización de medios de comunicación de masas, esto es, de unos mensajes que van de las capitales a la periferia. (Berrigan, 1981:7)

De ahí que cualquier tipo de producción comunitaria, ya sea una radiodifusora, una televisora, etc., busque la comunicación comunitaria, misma que no sólo tiene la intención de mantener el diálogo, sino de involucrar dentro de una discusión y una toma de decisiones a los habitantes, de integrarlos y despertar el interés por la participación



conjunta.

Por otro lado, Alcaide explica que cuando se hace comunicación popular, los comunicadores comunitarios o populares, están siempre buscando, de una u otra manera, un resultado educativo. “Decimos que producimos nuestros mensajes para que el pueblo tome conciencia de su realidad” o “para suscitar una reflexión” o “para generar una discusión”. (Alcaide, 2014)

El comunicador comunitario debe estar siempre receptivo y escuchar a aquellos involucrados para entonces entender sus costumbres, su forma de pensar, su forma de ver la vida y para poder mantener una comunicación constante, crear los mensajes acertados y hacer uso de los medios adecuados, y por su parte, quien participa (el ciudadano), no sólo recibe la información y el contenido sino que participa y además de expresar sus necesidades, aprende.

Ahora, sin duda son diversos los medios de comunicación considerados comunitarios, sin embargo, por el tema que nos ocupa realizaremos un enfoque única y exclusivamente en la radio.

1.5.5. La radio comunitaria

Entre los medios comunitarios encontramos a la radio que es una propuesta participativa para la democratización, la libertad de expresión y el derecho a la información. Junto con la emisión radiofónica que es la que destaca, los medios comunitarios comprenden también medios impresos como boletines locales, sin embargo, la radio es una herramienta de comunicación dominante y con gran alcance.

El proyecto de radio comunitaria, por su parte, busca el desarrollo de la comunicación comunitaria, y no sólo generar y mantener diálogos sino perseguir un interés por la participación de los habitantes de la comunidad en las discusiones y en la toma de decisiones.



1.6. Hipótesis

La creación de un medio de comunicación comunitario mejoraría las relaciones interpersonales en las organizaciones sociales en el sector la Chiquita, Cantón el Empalme, Provincia del Guayas

1.7. Metodología de la investigación

1.7.1. Modalidad de la investigación

El principal objetivo de la modalidad de la investigación se fundamenta en resolver problemas prácticos, desde un punto de vista teórico. Por otro lado, se refiere a las referencias metodológicas, opiniones filosóficas e ideológicas, cuestiones de investigación y resultados con viabilidad; esta además informa sobre el diseño de exploración más conveniente. De manera que es importante conocer la forma y los procedimientos que se han realizado para recopilar la información, los métodos, las técnicas, y los instrumentos que le dan sustento, al diseño metodológico, a través de encuestas, como fuentes primarias de información, la búsqueda y rescate de la información bibliográfica, de manera que se puede sustentar el problema planteado.

1.7.2. Diseño de la investigación.

Para el desarrollo de esta investigación se realizó un diseño de manera no experimental para así efectuar una observación y un análisis al fenómeno en el ambiente habitual al que se desarrolla.



1.7.3. Métodos de la investigación

1.7.3.1. Método Inductivo

Este Método, se fundamenta en la experimentación y análisis de diversos casos reales, es una acumulación de datos para llegar a una conclusión. Mediante este trabajo de investigación se utilizará este método para analizar problemáticas que existen en el sector la Chiquita, que es lo que necesita la comunidad para luego dar soluciones.

1.7.4. Método Dialectico

Se describe cómo llegar a la verdad mediante diálogo y opiniones, es al mismo tiempo un debate donde se puede discernir y defender claramente los temas involucrados, con el fin de conocer varios argumentos. En este proyecto de investigación se toma este método para conocer las novedades del sector la Chiquita, mediante encuestas para lograr un cambio y mejorar la calidad de vida de los residentes de esta comunidad.

1.7.5. Método explicativo

El objetivo principal es explicar porque ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da. Es decir, nos lleva a conocer detalladamente las causas y sus resultados lo que se expresan en hechos verificables. Este método se lo toma porque nos ayudará a saber las problemáticas que existen en el sector al Chiquita y encontrar las soluciones.

1.7.6. Herramientas de Investigación

Es la recolección de información mediante entrevistas, encuestas y observación, que se realiza en una investigación para obtener resultados acerca de las diferentes problemáticas que existe dentro del sector la chiquita, es con estas Herramientas que se encontrara la respuesta a la problemática.

1.7.7. Encuesta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



Tiene la ventaja de obtener información de más personas cuyas opiniones interesan al investigador, esta técnica es la más utilizada para realizar el trabajo de investigación. Se toma esta herramienta de investigación para conocer las necesidades y problemáticas del sector al Chiquita, para lo que existe una participación de los habitantes.

1.7.8. Población y muestra

- **Población**

La población está determinada por el número de pobladores que tiene el cantón El Empalme. Esto es de 85000 habitantes, según los datos emitidos por el Instituto Nacional de Estadística y Censo INEC (2010), para realizar la muestra se tomo los 305 habitantes que tiene el sector, datos entregados por el presidente de la comunidad.

- **Muestra**

La muestra se la realiza cuando hay una población significativa, es decir que se toma una parte de esta, para tener resultados exactos. Existe dos tipos de muestras: probabilística y no probabilística, en este proyecto de investigación se utilizará el tipo probabilística.

Para obtener el resultado de la muestra se debe aplicar la siguiente formula

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$
$$= \frac{305 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2 * (305 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$
$$n = 170$$

El numero de encuestados son 170



CAPITULO II

2. RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. desarrollo del caso

En este capítulo se analizará e interpretará la información recolectada por la encuesta, entrevista y fichas de observación, al resultado de la encuesta se simboliza con los gráficos, esto es con el fin de descifrar de la mejor manera los resultados. Las encuestas se las realizó a la población del sector la Chiquita, el tamaño que arrojó en la muestra.

El análisis de los datos sirvió para construir la propuesta; Cómo influye la comunicación comunitaria en las organizaciones sociales del sector la Chiquita del Cantón el Empalme, año 2020, además esto servirá para establecer y considerar las respuestas que los habitantes han respondidas según su criterio.

Según el resultado de las encuestas realizadas a una muestra de los habitantes del sector la Chiquita, se identificaron las siguientes situaciones.

2.2. situaciones detectadas

Se necesita un medio comunitario para que los habitantes de la comunidad la CHIQUITA y comunidades aledañas sean escuchadas y comprendidas por las autoridades en particular y la ciudadanía en general, que este medio tenga veracidad, un verdadero corresponsal que investigue y difunda una verdadera información

Los medios de comunicación no tienen empatía con la población del cantón el Empalme ya que ellos mezclan la profesión con la política; estos mismos medios no son capaces de tener reuniones con los comités de cada sector para así poder difundir los problemas que cada comunidad.

Encuesta realizada a los habitantes del sector la chiquita

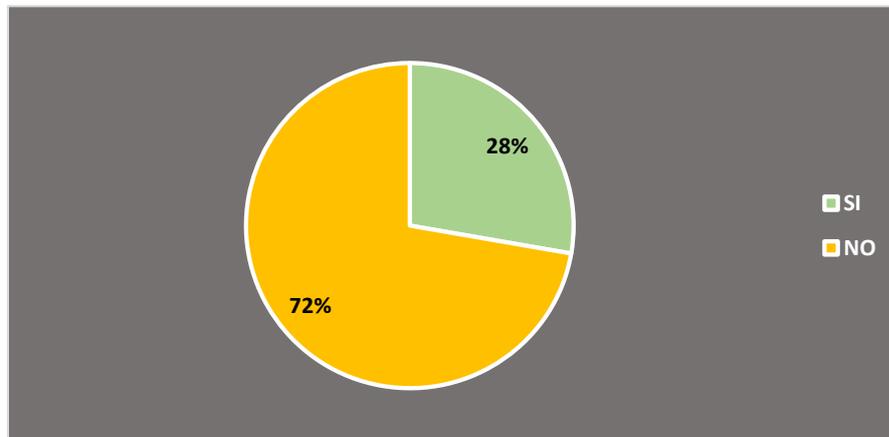
1. Como habitante del sector la Chiquita ¿Conoce Ud. Cuántos medios de comunicación existen en el Cantón el Empalme?

Tabla 1. Cantidad de medios de comunicación

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
SI	47	28%
NO	123	72%
TOTAL	170	100%

Elaborado: Nicole Valencia

Figura 1. Cantidad de medios de comunicación



Elaborado: Nicole Valencia

Análisis e Interpretación

Un 72% de los encuestados manifestaron que no saben cuántos medios de comunicación existen dentro del cantón el Empalme ya que nunca se han acercado por el sector de la chiquita o por lo menos ellos no están enterados, pero un 28 % indica que si conocen que existen unos cuantos por lo que a veces escuchan cuando ocurre un accidente llegan a recolectar información, pero no saben en realidad de donde son los medios de comunicación, si son del Empalme o del Cantón Quevedo.

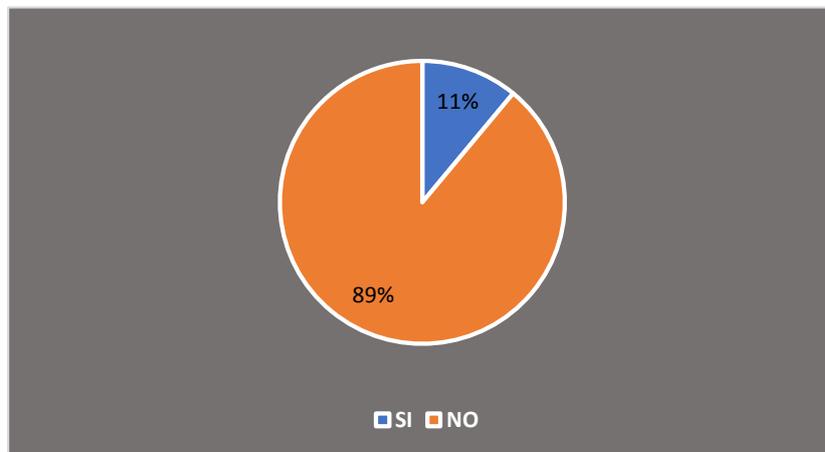
1. ¿Cree usted que la comunicación brindada por los medios actuales es veraz, y eficiente y es de buen uso para el desarrollo de las organizaciones sociales del sector la Chiquita del Cantón el Empalme?

Tabla 2. Eficiencia y veracidad en la comunicación

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
SI	19	11%
NO	151	89%
TOTAL	170	100%

Elaborado: Nicole Valencia

Figura 2. Eficiencia y veracidad en la comunicación



Elaborado: Nicole Valencia

Análisis e Interpretación

El 89% respondió que la comunicación comunitaria actual no es veraz ni eficiente para el buen uso de las organizaciones sociales, ya que cada vez que se solicita que asistan nunca están disponibles, es por ello que se requiere de urgencia tratar este tema para que a posteriores no se siga teniendo estos inconvenientes, el otro 11%, respondió que si creen que la comunicación actual brindada es veraz y eficiente.

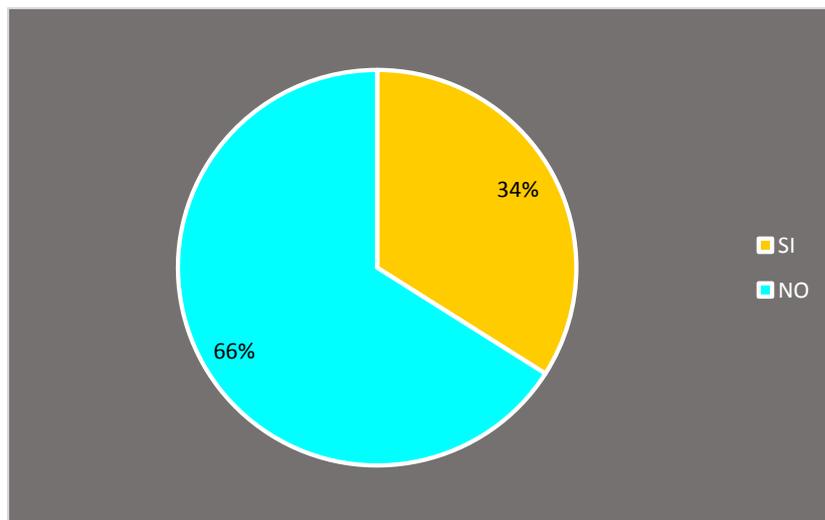
2. ¿Conoce Ud. un corresponsal de la comunicación que se dedique a investigar y difundir una verdadera y oportuna información a la población?

Tabla 3. Corresponsal que Investigue y difunda una verdadera y oportuna información

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
SI	57	34%
NO	113	66%
TOTAL	170	100%

Elaborado: Nicole Valencia

Figura 3. Corresponsal que Investigue y difunda una verdadera y oportuna información



Análisis e interpretación

El 66% de la población cree y está segura de que la comunicación comunitaria actual no difunde una información oportuna que los ayude como comunidad a resolver los problemas, que no tienen corresponsal que se dedique a investigar información y que esta a su vez lleguen a las comunidades del Cantón el Empalme.

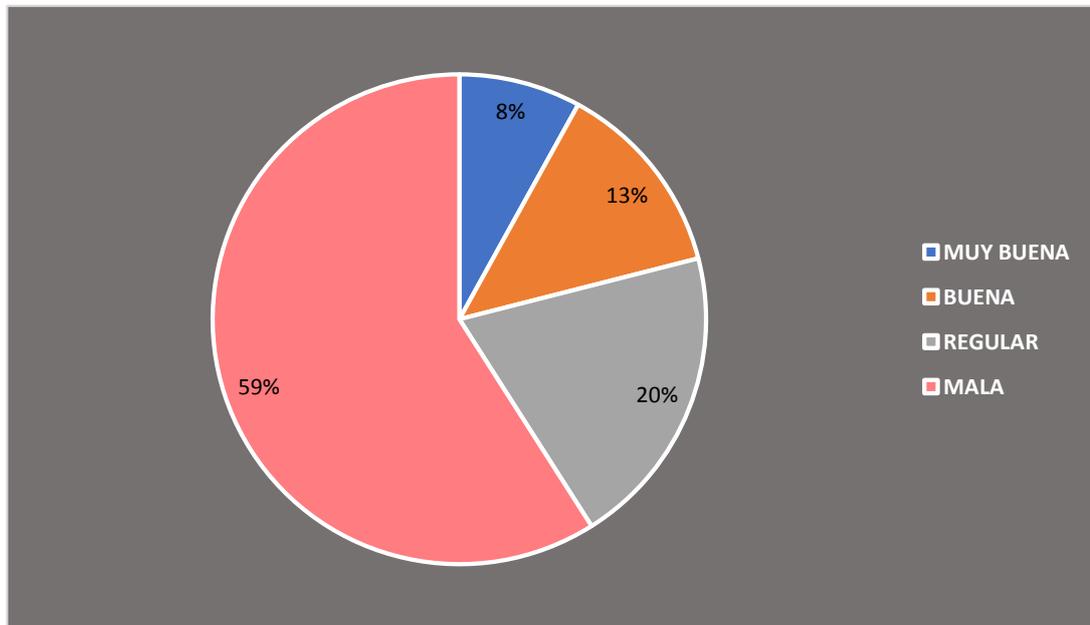
3. ¿El medio de comunicación comunitario ha podido establecer nexo con la comunidad del sector la Chiquita?

Tabla 4. Nexo con la comunidad

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
MUY BUENA	13	8%
BUENA	22	13%
REGULAR	35	20%
MALA	100	59%
TOTAL	170	100%

Elaborado: Nicole Valencia

Figura 4. Nexo con la comunidad



Elaborado: Nicole Valencia

Análisis e interpretación

El 59% de la población del sector la chiquita considera que la relación entre los habitantes y los comunicadores que existen en este cantón no tienen una buena relación con las poblaciones ya que ellos siempre están de parte de la política y no atienden problemas menores que para ellos no son importantes.

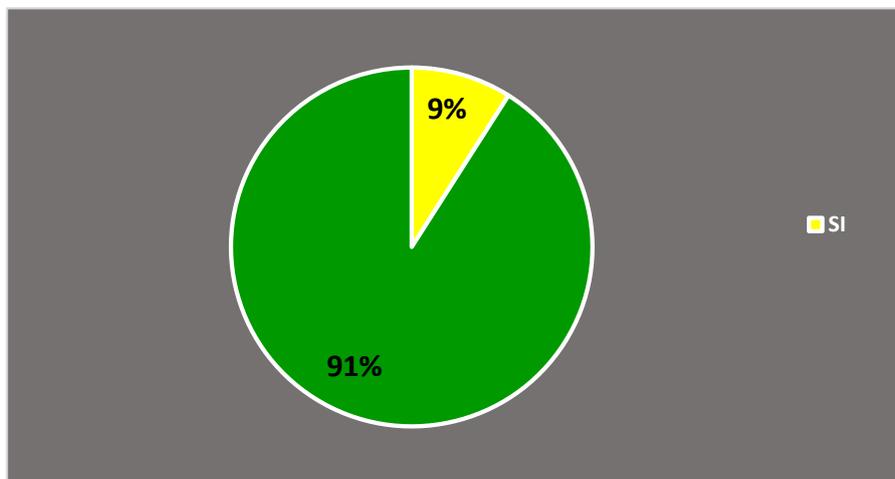
4. Conoce Ud. Si los medios de comunicación se reúnen con el comité del sector la chiquita para difundir la problemática que en este sector existe y hacerle llegar al personero municipal.

Tabla 5. Se difunde la información entre los comunicadores y los sectores comunitarios

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
SI	15	9%
NO	155	91%
TOTAL	170	100%

Elaborado: Nicole Valencia

Figura 5. Se difunde la información entre los comunicadores y los sectores comunitarios



Elaborado: Nicole Valencia

Análisis e Interpretación

En la encuesta realizada a los habitantes del sector la chiquita, el 91% de los encuestados opinaron que la directiva del sector no se reúne con los medios de comunicación, ellos no le dan apertura para ningún tipo de publicidad y muchos menos para difundir información sobre los problemas de la comunidad.

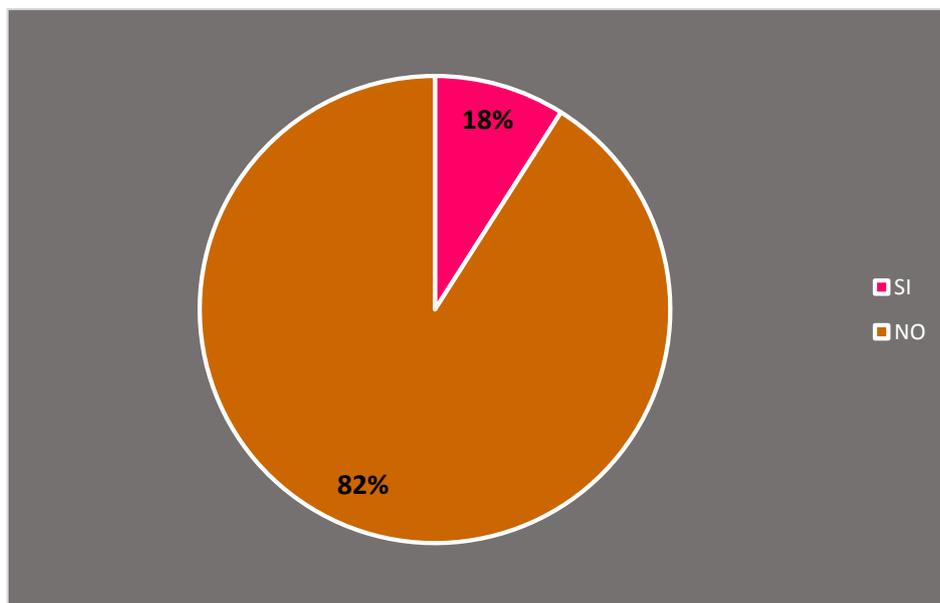
5. ¿Cree usted que los medios de comunicación comunitarios que actualmente existen, influyen en las organizaciones sociales de los habitantes del sector la chiquita?

Tabla 6. Influyen o no los medios de comunicación comunitarios entre las organizaciones sociales del sector la chiquita

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
SI	31	18%
NO	139	82%
TOTAL	170	100%

Elaborado: Nicole Valencia

Figura 6. Influyen o no los medios de comunicación comunitarios entre las organizaciones sociales del sector la chiquita



Elaborado: Nicole Valencia

Análisis e interpretación

Para el 82% de los habitantes del sector la chiquita del Cantón el Empalme opinó que no existen medios de comunicación comunitarios que influyan sobre las organizaciones sociales en el sector la chiquita, por otro lado el 18% no opino lo mismo.

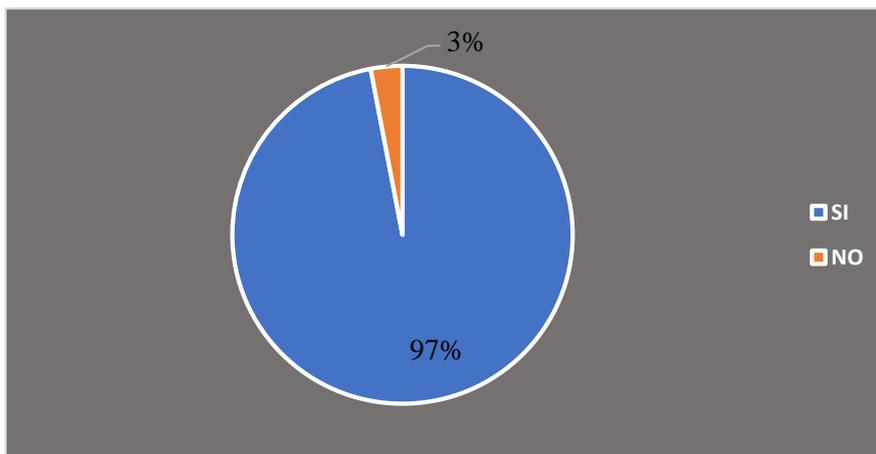
6. ¿Cree usted que la creación de un medio de comunicación comunitario ayudaría al desarrollo de las organizaciones sociales del sector la Chiquita y de todos los sectores comunitarios del Cantón el Empalme?

Tabla 7. Creación de un medio de comunicación

CATEGORÍA	FRECUENCIA	%
SI	165	97%
NO	5	3%
TOTAL	170	100%

Elaborado: Nicole Valencia

Figura 7. Creación de un medio de comunicación



Elaborado: Nicole Valencia

Análisis e interpretación

En la encuesta realizada con esta pregunta, el 97% contestó que sería beneficioso para este sector y para todos los sectores comunitarios la creación de un medio de comunicación comunitaria que ayudarían al desarrollo de las organizaciones sociales en general.



2.3. Soluciones Planteadas

El efecto de las encuestas resulto muy satisfactorio para el presente informe del examen complejo, todo esto enfoco la verdadera situación de la comunicación comunitaria que existe actualmente en los sectores comunitarios del cantón le Empalme especialmente en el sector escogido para el estudio

Por los resultados obtenidos se bosquejan tácticas para corregir la forma de llevar la información comunicacional que actualmente realizan en los sectores comunitarios para así mejorar la comunicación en las organizaciones sociales del sector la chiquita y que el contenido de comunicación que estos brinden sea adecuado, autentico y de calidad.

- Que los medios de comunicación se preocupen por una autentica información de cada sector comunitario, en especial del sector la chiquita, que tengan veracidad, que sean más profesionales al momento de difundir una noticia basada en una investigación documentada
- Los comunicadores deben de tener empatía con la población sea esta publica, privada, de sectores urbanos, Rurales y que no mezclen lo profesión con la política que se reúnan con los comités de los sectores comunitarios, que conozcan más a fondo la problemática y así poder ayudar a resolver.
- Como organización se deben reunir y coordinar con algún medio de comunicación para que estos generen publicidad de las actividades que ellos realizan tales como social, deportiva, cultural o de toda índole donde participen personas de este sector y de los demás sectores comunitarios del Cantón El Empalme.



2.4. Conclusiones

En conclusión podemos decir que la Ley Orgánica de Comunicación, posee consigo cambios favorables a ciertos sectores comunitarios en el ámbito comunicativo, pero en lo que respecta a la ejecución de proyectos comunitarios es una de las rutas para conseguir el progreso de las comunidades, es por eso por lo que se plantea la ejecución de estos en un número más elevado en las comunidades del Cantón el Empalme.

Al realizar la encuesta a los habitantes del sector la Chiquita, se pudo observar que los medios de comunicación actuales no ayudan en las organizaciones sociales de cada sector comunitario del Cantón El Empalme.

Además se pudo analizar que los medios de comunicación actuales no son veraz y eficientes y no dan un buen uso para el desarrollo de las organizaciones sociales en ningún sector comunitario del Cantón el Empalme.

Por otro lado se pudo observar que como sector comunitario no se cuenta con un medio de comunicación el cual se encargue de manejar información de temas de organizaciones sociales, además estos habitantes se muestran descontentos de la manera de como ignoran a los sectores comunitarios del Cantón el Empalme.



2.5. Recomendaciones

- Que los medios de comunicación comunitaria creen un espacio para que manejen información de organizaciones sociales con la finalidad de influir de buena manera en el desarrollo del sector la Chiquita.

- Se recomienda a los medios de comunicación que informan dentro del sector, a mejorar la información y su contenido con la finalidad de evitar la pérdida de costumbres y de mejorar el tema de organizaciones sociales con el objetivo de mejorar el desarrollo de los habitantes del sector la Chiquita del cantón le Empalme.

- Crear un medio de comunicación comunitario para que este se encargue del desarrollo de cada comunidad del cantón le Empalme.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
Bibliografía



- Alcaide, M. &. (2014). *estudio sobre la comunicacion comunitaria* .
- Cecilia, M. K. (2017). *comunicacion comunitaria, politocas y ciudadania* . Obtenido de
[Dialnet-ComunicacionComunitariaPoliticasyCiudadania-7319380.pdf](#)
- Chaporro, E. M. (2017). *La Comunicacion comunitario* . Malaga. Obtenido de
<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/catalog/resGet.php?resId=6222>
- Cisneros, J. (2012). *El concepto de la comunicación: el Cristal con se mira* . Puebla:
Mexico. Obtenido de https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/67303/revista-comunicacion-ambitos-07-08_47-80.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Enciclopedia de la comunicacion aplicada. (2016). *Comunicacion Comunitaria*. Obtenido
de <file:///C:/Users/Miriam/Downloads/Dialnet-ComunicacionComunitariaPoliticasyCiudadania-7319380.pdf>
- FranceS, B. (2015). Medios de Comunicación. Obtenido de
<https://todosobrecomunicacion.com/la-comunicacion-comunitaria/>
- Kaplun, M. (2005). *El Coimunicador Popular*. Quito: Coleccion Intiyan. Obtenido de
<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/42037.pdf>
- Micaela, P. G. (2015). *Efectos de los medios de comunicacion*. Obtenido de
<https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/16002/1/TESIS%20FINAL...pdf>
- Minga social. (2019). *conceptos de comunicacion comunitaria*. Obtenido de
<https://mingasocial.net/escuela-de-cine-y-comunicacion-comunitaria/la-comunicacion-comunitaria/>
- Núñez, J. M. (2016). *Una perspectiva de comunicación para el desarrollo* . Andina.
Obtenido de
<file:///C:/Users/Miriam/OneDrive/comunicacion%20comunitaria%20.pdf>
- Palacios, G. K. (2016). *la comunicación* . Madrid. Obtenido de
<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/catalog/resGet.php?resId=16583>



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL



Preciado, V. M. (2017). Herramienta para la comunicacion Comunitaria. Obtenido de
[http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/21383/1/TESIS%20%20%20PERIODI
SMO%20COMUNITARIO-%20MIRIAN%20PRECIADO.pdf](http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/21383/1/TESIS%20%20%20PERIODI%20SMO%20COMUNITARIO-%20MIRIAN%20PRECIADO.pdf)

Regina, d. t. (2018). *La comunicacion y la comunidad*. Obtenido de
<https://reginadetrejo.blogspot.com/2018/12/la-comunicacion.html>







