



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

LA INTERCULTURALIDAD EN LOS PROCESOS COMUNICACIONALES
EN EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE
TENA, 2021

Trabajo de Titulación para optar al título de licenciatura en Comunicación

Autora:

Santamaría León Jasiel Jhared

Tutor:

PhD. Julio Adolfo Bravo Mancero

Riobamba, Ecuador 2023

DERECHOS DE AUTORÍA

Yo, Jasiel Jhared Santamaría León, con cédula de ciudadanía 150116181-2, autor (a) del trabajo de investigación titulado: **LA INTERCULTURALIDAD EN LOS PROCESOS COMUNICACIONALES EN EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE TENA, 2021** certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor (a) de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, 2023.



Jasiel Jhared Santamaría León

C.I: 150116181-2

Correo electrónico: jasiel.santamaria@unach.edu.ec

INFORME DEL TUTOR

Yo, Dr. Julio Bravo Mancero, en mi calidad de tutor del proyecto de investigación titulado: “LA INTERCULTURALIDAD EN LOS PROCESOS COMUNICACIONALES EN EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE TENA, 2021”; luego de haber revisado el desarrollo de la investigación elaborado por el Srta. Jasiel Jhared Santamaria León, tengo a bien informar que el trabajo cumple con los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la defensa pública y evaluado por el tribunal designado.

Riobamba, 24 de abril de 2023

Atentamente,



Julio Bravo Mancero

TUTOR

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación “La interculturalidad en los procesos comunicacionales en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena, 2021” presentado por Jasiel Jhared Santamaría León, con cédula de identidad número 1501161812, bajo la tutoría de PhD. Julio Adolfo Bravo Mancero; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba a los 5 días del mes de mayo de 2023.

**MsC. Ramiro Geovanny Ruales Parreño
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO**



Firmado electrónicamente por:
**RAMIRO GEOVANNY
RUALES PARREÑO**

**MsC. Raúl Guillermo Zambrano Pontón
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO**



Firmado electrónicamente por:
**RAUL GUILLERMO
ZAMBRANO PONTON**

**MsC. Galo Xavier Vásconez Merino
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO**



Firmado electrónicamente por:
**GALO XAVIER
VASCONEZ
MERINO**

CERTIFICADO ANTIPLAGIO



DIRECCIÓN ACADÉMICA
VICERRECTORADO ACADÉMICO



CERTIFICACIÓN

Que, **JASIEL JARED SANTAMARÍA LEÓN** con CC: **1501161812** estudiante de la Carrera de **COMUNICACIÓN**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado **“LA INTERCULTURALIDAD EN LOS PROCESOS COMUNICACIONALES EN EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DE TENA, AÑO 2021”**., que corresponde al dominio científico **DESARROLLO SOCIOECONÓMICO Y EDUCATIVO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA INSTITUCIONALIDAD DEMOCRÁTICA Y CIUDADANA** y alineado a la línea de investigación **COMUNICACIÓN**, cumple con el **1%**, reportado en el sistema Antiplagio nombre del sistema, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente, autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 27 de febrero de 2023



Firmado electrónicamente por
**JULIO ADOLFO BRAVO
MANCERO**

Julio Bravo Mancero
DOCENTE TUTOR

DEDICATORIA

A mi familia, en especial a mis padres por su auxilio y sacrificio, a mis hermanos y abuelitos tanto los que siguen conmigo como lo que me guían desde el cielo, han sido la fuerza y motivación para no perder el rumbo en mi vida universitaria. A mis amigos y novio por su apoyo incondicional, les dedico esta meta cumplida, pese a la adversidad logré concluir.

Jasiel Jhared Santamaría León

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme a mis padres Wilma León y Arnulfo Santamaría que se esforzaron mucho para ayudarme y acompañarme en cumplir esta meta importante en mi vida, a mis hermanos Jhoselin y José, a mi tía Yolanda León por su ayuda. Agradezco A la Universidad Nacional de Chimborazo por abrirme las puertas para formarme como profesional. A la carrera de Comunicación, amigos que me acompañaron en este caminar estudiantil. Un agradecimiento especial para mi tutor de tesis Julio Bravo, que supo guiar, motivar y apoyar en todo momento en el desarrollo de esta investigación. A todos los docentes que impartieron sabiduría y conocimientos en estos cinco años de vida universitaria.

Jasiel Jhared Santamaría León

INDICE

DERECHOS DE AUTORÍA.....	
INFORME DEL TUTOR.....	
CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL.....	
CERTIFICADO ANTIPLAGIO.....	
DEDICATORIA.....	
AGRADECIMIENTO.....	
INDICE.....	
INDICE DE TABLAS.....	
INDICE DE FIGURAS.....	
INDICE DE GRÁFICOS.....	
RESUMEN.....	
ABSTRACT.....	
INTRODUCCIÓN.....	13
CAPÍTULO I.....	14
MARCO REFERENCIAL.....	14
1.1. Planteamiento del Problema.....	14
1.2. Objetivos.....	15
1.2.1. Objetivo General.....	15
1.2.2. Objetivos Específicos.....	15
CAPÍTULO II.....	16
MARCO TEÓRICO.....	16
2.1. Estado del arte.....	16
2.2. Fundamento teórico.....	16
2.2.1. Comunicación.....	16
2.2.2. Teoría de la Antropología Cultural.....	16
2.2.3. Comunicación Organizacional.....	17
2.2.4. Planificación de la Comunicación.....	19
2.3. Plan de Comunicación.....	20
2.3.1. Políticas de comunicación.....	20
2.3.2. Estrategias de comunicación.....	21
2.3.3. Acción de comunicación.....	22
2.3.4. Interculturalidad.....	22
2.3.5. GAD Municipal de Tena.....	23
2.4. Variables.....	24
2.5. Operacionalización de variables.....	25
CAPÍTULO III.....	27
METODOLOGÍA.....	27
3.1. Método de investigación.....	27

3.1.1. Cuantitativo.....	27
3.1.2. Cualitativo.....	27
3.1.3. Mixta.....	28
3.2. Tipo de investigación.....	28
3.2.1. Analítico.....	28
3.2.2. Descriptivo.....	29
3.2.3. Explicativo.....	29
3.3. Diseño de la investigación.....	30
3.4. Población y muestra.....	30
3.5. Muestra.....	30
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	32
3.6.1. Técnicas.....	32
3.6.2. Instrumentos.....	33
CAPÍTULO IV.....	35
ANÁLISIS DE DISCUSIÓN Y RESULTADOS.....	35
4.1. Resultados.....	35
4.1.3. Entrevistas a Profundidad.....	48
4.2. Discusión de resultados.....	58
a) Encuestas.....	58
b) Entrevistas a Profundidad.....	59
CAPÍTULO V.....	61
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	61
5.1. Conclusiones.....	61
5.2. Recomendaciones.....	62
CAPÍTULO VI.....	63
PROPUESTA.....	63
PLAN PARA RESCATAR LA INTERCULTURALIDAD EN LOS PROCESOS COMUNICACIONALES EN EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN TENA.....	63
REFERENCIAS.....	73
ANEXOS.....	77
▪ ANEXO 1.....	77
▪ ANEXO 2.....	79
▪ ANEXO 3.....	81
▪ ANEXO 4.....	81
▪ ANEXO 5.....	82
▪ ANEXO 6.....	82
▪ ANEXO 7.....	82
▪ ANEXO 8.....	83

INDICE DE TABLAS

TABLA 1. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	25
TABLA 2. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	30
TABLA 3. ESTRATIFICACIÓN POR PARROQUIAS DE LA POBLACIÓN B.....	31
TABLA 4. MATRIZ DE INFORMACIÓN GENERAL.....	48
TABLA 5. MATRIZ DE INFORMACIÓN GENERAL.....	51

INDICE DE FIGURAS

FIGURA 1. NÚMERO DE ENCUESTAS POR PARROQUIAS.....	32
FIGURA 2. ETAPAS DE PROCESO DE ENTREVISTA.....	34

INDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1. ACCIONES COMUNICATIVAS.....	35
GRÁFICO 2. EVENTOS COMUNICATIVOS.....	36
GRÁFICO 3. EVENTOS DE COMUNICACIÓN POPULAR.....	37
GRÁFICO 4. ESTRATEGIAS DE INTERCULTURALIDAD.....	38
GRÁFICO 5. ACTIVIDADES DE LA INTERCULTURALIDAD.....	39
GRÁFICO 6. RECURSOS COMUNICACIONALES DEL GAD MUNICIPAL DE TENA.....	40
GRÁFICO 7. OPINIÓN CIUDADANA.....	41
GRÁFICO 8. ACCIONES AFIRMATIVAS.....	42
GRÁFICO 9. ÁMBITO COMUNICACIONAL GADM DE TENA.....	43
GRÁFICO 10. OPINIÓN PERSONAL.....	44
GRÁFICO 11. PERCEPCIÓN PERSONAL.....	45
GRÁFICO 12. DISTRIBUCIÓN DE ACTIVOS.....	46
GRÁFICO 13. ACCIONES DE FORTALECIMIENTO.....	47

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se centra en la interculturalidad en los procesos comunicacionales en el GADM Tena, 2021. La metodología utilizada fue cuali-cuantitativa, se usaron las técnicas de la encuesta y la entrevista. El universo del estudio se distribuyó en dos grupos (A y B); (A) conforman los trabajadores del municipio de Tena; (B) hace referencia a la estratificación del número de personas de las siete parroquias rurales y la una rural del Cantón Tena. Los resultados determinaron que el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena no maneja una verdadera comunicación intercultural, de modo que la comunicación no llega a todas las zonas de forma equitativa, por otra parte, el enfoque de la misma es sectorizada y los temas tratados desde la Dirección de Comunicación no va en concordancia con lo que significa poner en práctica la interculturalidad. Por consiguiente, se debe rectificar y adecuar los procesos comunicacionales actuales a lo propuesto por la investigadora, mediante un plan de comunicación que, acorde a los resultados, se espera mejorar la comunicación intercultural dirigida al público interno y externo de la institución pública; la comunicación, según lo establece la ley, debe velar por la distribución justa y equitativa de recursos que cubran las necesidades de quienes habitan el cantón.

Palabras clave: Interculturalidad, procesos comunicacionales, GADM.

ABSTRACT

The present research work focuses on interculturality in the communicational processes in the GADM Tena, 2021. The methodology used was qualitative-quantitative, using survey and interview techniques. The universe of the study was distributed in two groups (A and B); (A) conforms the workers of the municipality of Tena; (B) refers to the stratification of the number of people in the seven rural parishes and one rural parish of the Tena Canton. The results determined that the “Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal” of Tena does not manage a true intercultural communication, so that the communication does not reach all areas in an equitable manner, on the other hand, the approach of the same is sectorized and the topics treated from the Communication Direction does not go in accordance with what it means to put interculturality into practice. Therefore, it is necessary to rectify and adapt the current communication processes to what was proposed by the researcher, through a communication plan that, according to the results, is expected to improve the intercultural communication directed to the internal and external public of the public institution; the communication, as established by law, must ensure the fair and equitable distribution of resources that meet the needs of those who live in the canton.

Keywords: Interculturality, communication processes, GADM.



firmado electrónicamente por:
DORIS ALEXANDRA
CHUQUIMARCA ONCE

Reviewed by:

Lic. Doris Chuquimarca, Mgs.

ESL PROFESSOR

C.I. 060449038-3

INTRODUCCIÓN

El proyecto de investigación plantea el estudio sobre la interacción entre la interculturalidad respecto a los procesos comunicacionales. Durante el desarrollo de la tesis, se sustenta la estrecha relación entre las variables a fin de resolver los problemas de comunicación del Gobierno Autónomo Descentralizado de la ciudad del Tena. La importancia de proponer soluciones ante la entidad gubernamental en el cantón Tena recae sobre los principios de universalidad y de derecho que debe considerar el GADM al transmitir sus ideas en una ciudad que se compone, no solo de comunidades indígenas, sino la comprensión y tangibilidad de una interculturalidad más allá de la plurinacionalidad.

La investigación tuvo como enfoque el identificar la incidencia de la interculturalidad en los procesos de comunicacionales del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena en el año 2021. Fue necesario el estudio para analizar cómo repercute la interacción de varias culturas en los procesos de comunicación que se producen dentro y fuera de la institución, los mensajes estructurados y la interacción social. Se usó la metodología mixta: cualitativa y cuantitativa; las técnicas aplicadas fueron; la encuesta y la entrevista.

Para conseguir una solución viable, desde los procesos de comunicación, resulta imprescindible secuenciar el trabajo de investigación en cuatro capítulos.

CAPÍTULO I: En este capítulo se abordará el planteamiento del problema, el objetivo general y específicos.

CAPÍTULO II: Marco Teórico. Partirá de las conceptualizaciones teóricas determinadas en la matriz de variables, en base a varios autores.

CAPÍTULO III: Metodología. Se define el tipo y diseño de investigación que se empleará a lo largo de este trabajo.

CAPÍTULO IV: Resultados y Discusión. Se realiza un contraste de los resultados planteados, los aportes teóricos.

CAPÍTULO V: Conclusiones y recomendaciones. Se establecerán las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO IV: Propuesta. Se realizará la propuesta con el tercero objetivo específico planteado.

CAPÍTULO I

MARCO REFERENCIAL

1.1. Planteamiento del Problema

La problemática del tema de estudio analiza la relación entre la interculturalidad y los procesos de comunicación que desarrolla el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Tena, en la provincia de Napo. Al observar cómo se llevan a cabo la gestión de la comunicación desde un gobierno seccional se torna necesario la actualización y la aplicación de técnicas de comunicación inclusivas que involucren a todos los actores culturales y sociales de la ciudad. La obligación de un ente público es satisfacer las necesidades de la población y al no hacerlo no solo evade sus responsabilidades, sino que puede caer en la negligencia y en la vulneración de los derechos de alguna o varias de esas diversidades.

De lo observado en el pilotaje se pudo colegir que el trabajo comunicativo se encuentra apartado de la planificación como un conjunto de líneas gruesas, que equivalen a la hoja de ruta para cimentar el vínculo con los públicos; este hecho identificó que no se han definido políticas, estrategias y acciones vinculadas con el objeto de estudio.

Es inexcusable insistir que, sin un plan la relación de las dinámicas interculturales y la comunicación desencadena procesos comunicativos deficientes. Este problema demuestra una falta de gestión comunicativa desarrollada por el GADM de Tena. Es decir, las causas del fracaso de la gestión comunicativa pasan por una urgente elaboración de un conjunto de políticas que guíen los procesos comunicativos del gobierno seccional lo que ocasiona un completo desconocimiento de los procesos y funciones que estén orientadas a la construcción de relaciones de equidad entre grupos e inclusión social. Por otra parte, lo existente como ejes comunicativos no propicia la convivencia y aprendizaje intercultural lo que generan actitudes poco intolerables ante las diferencias interculturales.

Lo descrito en los párrafos anteriores desencadenó en que sin un ejercicio de comunicación teórico y práctico desde la profesionalidad y el liderazgo de quien lo dirige, provocará: 1

Gestión de la comunicación con ausencia de planificación; 2. Inobservancia de lo importante que resulta la inclusión de todos los actores; 3. Fracaso de la relación GADMT – públicos.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo General

Identificar la interculturalidad y su incidencia en los procesos comunicacionales del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena, 2021.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Determinar cómo la teoría se vincula con la praxis del GADMT
- Establecer la forma en la que se desarrolla la gestión de la comunicación orientada a la interculturalidad en el GADMT.
- Proponer un plan de comunicación con un enfoque intercultural aplicables para el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Tena

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Estado del arte

A la vez revisado bibliotecas virtuales, base de datos y repositorios académicos, no se ha encontrado trabajos similares al presente, por tanto, esta investigación se vuelve en única.

2.2. Fundamento teórico

2.2.1. Comunicación

La comunicación es tan antigua como la historia del ser humano. A lo largo de este tiempo se han discutido diferentes interpretaciones sobre la comunicación. Y actualmente, la nueva propuesta es analizarla como un proceso, de esa forma (Cordero Durán, L. 2018) menciona que “la comunicación se configura en lo social y es un espacio de configuración de lo social” y esto lo relaciona en que ve a la comunicación “como un proceso sociocultural en el que se intercambian, y también se construyen, significaciones y simbolismo”.

De acuerdo con la publicación de (Fonseca, S. 2000) Para que se configure la comunicación este debe estar dentro un contexto adecuado en donde el lenguaje se aplique como un mensaje claro. (Fedor, J. 2016) Sin embargo, el lenguaje no es la única manera de comunicarnos, pues (Stanton, W., Etsel, M., & Walker, B., 2007) menciona que es "la transferencia verbal o no verbal de información entre alguien que quiere comunicar una idea y quien espera recibirla". Según Chiavenato, I. (2006) alude que la comunicación es imprescindible como sustancial tanto en la experiencia humana y por ende en la organización social.

2.2.2. Teoría de la Antropología Cultural

Los autores Harris, M., Bordoy, V., Revuelta, F., & Velasco, H. M. (1990) explican que la Antropología cultural tiene como objeto el describir y estudiar las culturas específicamente “las tradiciones socialmente aprendidas del pasado y del presente”. (p. 3) Por tal motivo, las distintas ramas de la antropología toman como ejes varios aspectos o dimensiones de la vivencia humana. Harris, M. (2012)

En la publicación de (Kottan, C. P. 2010 p.171) sobre la antropología cultural o social cita a Edward Tylor quien asume que los sistemas de comportamiento y de juicio de los individuos no son aleatorios, ayudando así a su estudio desde el método científico. Para Tylor “la cultura es un todo complejo que distingue de los hábitos o capacidades del individuo generalmente adquiridas por pertenecer a una sociedad.

Enguix, B. (2014) toma una definición publicada en el Portal Estatal de Antropología donde a partir del 2011 se dice que la antropología social y cultural es:

Una disciplina de las Ciencias Sociales que estudia la variabilidad de las culturas humanas. Su especificidad se basa en una larga tradición en el estudio de la diversidad cultural, en la investigación debe una perspectiva transcultural y en el interés por las relaciones interculturales. Se caracteriza, también, por el uso de la etnografía basada en la observación participante, como forma específica de investigación sobre el terreno (p. 5).

La naturaleza de esta definición es que se entienda lo amplio e indeterminable de las culturas humanas y de la diversidad cultural. Gran parte de los autores que opinan sobre la antropología cultural conceptualizan la cultura. Basado en ello Nanda, S. (1987), menciona que se utiliza diferentes teorías para el estudio de la conducta humana, la cultura y la sociedad. Contrario a la teoría clásica de Tylor, la autora aborda otras perspectivas como la teoría difusionista que expresa que toda cultura humana se origina en un solo lugar y que se propagó por el contacto cultural o difusión.

2.2.3. Comunicación Organizacional

La comunicación organizacional es necesaria para llevar a cabo con los objetivos dentro de una institución u organización. Paz, V. G. (2012) medita sobre que la comunicación es integral, asimismo, la comunicación organizacional engloba varios tipos: interna y externa; vertical, horizontal y diagonal; directa y mediatizada (por medio de canales diversos, escritos, audiovisuales y electrónicos).

La comunicación en las organizaciones converge como un sistema que se divide en el aporte técnico que representan los medios para enviar la información; y el humano quienes comunican entre sí directamente. Guzman, V. (2012) En perspectiva de Bronstrup, C., Godoi, E., & Ribeiro,

A. (2007) expresa que, surge a raíz del periodismo empresarial que dio paso a la creación de enfoques de investigación que dio lugar a la producción teórico - metodología.

El equivalente de cultura en las organizaciones se ha transformado con la comunicación por su interrelación en la comprensión de significados de patrones similares de comportamiento y marcos de referencia. Andrade, H. (2012) De modo, es fundamental destacar que la comunicación no es únicamente el transmitir mensajes, sino que hace referencia a un proceso complejo de significados, construcción de sentido y negociación de normas creadas por las personas implicadas en la consecución de objetivos de una organización. En consecuencia, la comunicación y la cultura organizacional están íntimamente relacionados.

Público Interno

Los públicos internos conforman la empresa sin distinción diferenciada. Cada empleado cuenta con sus propias necesidades de información y responsabilidades de comunicar, dependiendo de la estructura de la organización. (Romo, R. S. 2008) Las personas que laboran al interior de la empresa son los principales receptores de la comunicación interna. Pueden considerarse dentro de este grupo a: trabajadores tercerizados, familia de los empleados, accionistas y proveedores que pueden llegar a formar parte del público interno a pesar de su forma indirecta. (González, M. 2009 p. 30).

Con la finalidad de comprender de mejor manera el proceso de comunicación y la interacción del público al interior de la organización se resalta lo que menciona (Cuza, E. 2011):

La comunicación es un proceso de interacción social inherente a los grupos humanos y, por ende, a los trabajadores, que se materializa mediante mensajes, a partir de un código común al emisor y receptor, con el propósito de crear significados. Es también información para conocimiento, análisis y discusión sobre un tema o asunto, y un principio esencial que garantiza la participación de los trabajadores en la toma de decisiones, en el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la organización y en la búsqueda de soluciones a los problemas. (p. 1)

Por lo tanto, la interacción entre el público interno desempeña un rol fundamental en el desenvolvimiento de la organización que conlleva a mejorar su funcionamiento y al cumplimiento de las metas corporativas.

Público Externo

Se comprende como comunicación externa al proceso de intercambio de información entre la organización y el público, usando diferentes medios como canal de comunicación, esta es considerada como una poderosa herramienta que fortalece las relaciones entre la empresa y los consumidores de sus productos o servicios. Este público lo conforman las personas externas a la organización por receptores heterogéneos que buscan diferentes tipos de información. (Romo, R. S. 2008).

El público externo de la organización responde a la comunicación externa, por lo tanto, hacen referencia algún tipo de vínculo sin formar parte de la compañía. (González, M. 2009) Teniendo en cuenta que los clientes son parte del público externo, se debe analizar los requerimientos de estos y cuáles son las expectativas que guardan de la empresa, según criterio de Guisasola, M. (2006).

2.2.4. Planificación de la Comunicación

La planificación de la comunicación consiste en diseñar un plan estratégico encaminado a cubrir necesidades o deficiencias comunicativas de la organización, pues por medio de este proceso se fortalecen como sujetos sociales que emiten y reciben diferentes mensajes que requieren establecer un orden y control sobre los discursos. Brandolini, A., González, M., & Hopkins, N. (2009).

Dentro del desarrollo de la planificación se establece la misión, visión, objetivos y metas que deben ser comunicados y formar parte de la coherencia que garantice la sostenibilidad de la organización. Una vez determinados estos principales aspectos puede darse paso a los siguientes componentes. Riofrio, M. (2017) Es primordial implementar un diagnóstico que evidencia la situación actual de la empresa, los problemas, capacidades y recursos comunicativos, para organizar las acciones que llevarán al apoyo del cumplimiento de objetivos organizacionales. Cañas Sigüenza, D. G., & Guerrero Chávez, S. C. (2013)

Por lo tanto, la Planificación de la Comunicación se plantea también como objetivo, permitir que los miembros de la organización tengan conocimiento de la gestión institucional tanto interna como externa, para que de esta manera pueden influir en el público, coadyuvando finalmente a la consecución de objetivos y metas planteadas, para lograr un mejor desempeño.

2.3. Plan de Comunicación

El plan de comunicación se estructura de acuerdo a las realidades y contextos de cada organización. La implementación del Plan de Comunicación debe seguir los siguientes pasos: “Análisis del escenario o situación, Diagnóstico, Planificación de objetivos y Evaluación. Esto, para que sea efectivo para la empresa y sus usuarios tanto internos como externos”. Ortega, G. (2016)

Riofrio, M. (2017) considera que es una forma de acción, en las que se determinan puntos a favor y actividades de la empresa teniendo cuenta siempre al público entorno a la institución. Martín, M. V. (2007) incluye, que está diseñado y dirigido a afianzar la relación entre la comunicación y la estrategia. En consecuencia, la comunicación no podría darse sin conectarla a las finalidades primarias de la empresa.

Adicionalmente, Alfaro, M. (2018) infiere que existen dos aplicaciones distintas de la comunicación, aquella ubicada dentro de cualquier proyecto de desarrollo, intrínseca a ellos mismos; y la presente en proyectos propiamente comunicativos. La primera se encuentra involucrada en otros objetivos, actividades y estrategias. La segunda, lo comunicativo es medio y fin.

2.3.1. Políticas de comunicación

El autor (Favaro, D. 2006) define: “Las políticas de comunicación, hacen referencia al conjunto de normas, modelos y principios que establecen los procedimientos de la comunicación”. (p.53) A saber, se habla de un agregado integrado, explícito y duradero de políticas parciales definidas en un conjunto de valores y normas aplicables a procesos o actividades de comunicación. Uranga, W. (2011) alude que son “... encargadas de la acción de los comunicadores para generar un conjunto

de acciones que incidan en las decisiones a fin de dar a conocer, respaldar y aportar al logro de los objetivos promoviendo la participación del público interno y externo”. (p.7)

Las políticas de comunicación para Chávez, P. (2016) son herramientas que intervienen sobre el incremento oportuno de los procesos de comunicación. Por medio de los lineamientos para prevenir la información dispersa dentro de las organizaciones de modo que las políticas proveen la facultad de disponer adecuadamente los recursos comunicacionales. Riofrio, M. (2017) toma del texto de Alhama sobre la política de comunicación y comenta que se desarrolla por medio de cualquier organismo público, donde se puede denotar la elaboración de estrategias delineadas y orientadas a regular “los procesos de comunicación social que responden a las necesidades y objetivos de las líneas de actuación”. (p.47)

2.3.2. Estrategias de comunicación

Respecto a las estrategias de comunicación Riofrio, M. (2017) justifica que “es un conjunto de actividades puntuales en el proceso donde se ejerce la comunicación a fin de ganar aceptación y establecer una imagen posicionada en la mente del público, con la ayuda de técnicas de comunicación externas”. (p. 28) De acuerdo con el mismo autor, están planteadas con la finalidad de cumplir el principal objetivo de las organizaciones, indistintamente si estas son de carácter social, cultural o económico.

Chávez, P. (2016) cita a Masoni para conceptualizar las estrategias de comunicación de forma sencilla y concreta al decir que son dispositivos de investigación “inactiva”. Esto porque, las estrategias comunicativas son procesos donde se define la organización, su desarrollo y capacidad de actuación; y para establecer dichas estrategias se debe tener claridad respecto a qué son y que ofrecen a la organización.

El siguiente aporte es de González, R. A. P. (2001) y expone que las estrategias pueden tener varias conceptualizaciones y aclara que:

Palabras como misión, metas, objetivos, políticas, tácticas, programas y planes no sólo son compañeros de viaje de la estrategia, sino que en numerosas ocasiones suelen ser calificados por ésta (objetivos estratégicos, planes estratégicos, etc.). De aquí la importancia de entender que estas palabras son verdaderas herramientas operativas, útiles conceptuales

necesarios a la hora de analizar e interpretar las estrategias de nuestros competidores y de diseñar, formular y ejecutar nuestras propias estrategias. (p. 140 – 141)

2.3.3. Acción de comunicación

Hablar de acciones de la comunicación se trata de la estrecha relación entre las estrategias y el instrumento para ejecutarlas. Según Uranga, W. (2011) las acciones se establecen desde los objetivos y pueden abarcar los siguientes tipos:

- Acciones destinadas a creación de estrategias de articulación entre el público interno con otras organizaciones y/o el estado a fin de ampliar los espacios de concentración y participación.
- Acciones guiadas a garantizar el derecho a la comunicación e información de todos los involucrados.
- Acciones direccionadas a producir mensajes informativos y de difusión de lo realizado utilizando los medios de comunicación y soporte.
- Acciones destinadas a la producción de materiales de comunicación y generación de espacios que mejoren y potencien las capacidades comunicativas. (p.8)

2.3.4. Interculturalidad

Debatir sobre lo que significa e implica la interculturalidad demuestra que cada autor comparte cierta percepción, así como (García, N. 2016 p. 12) lo resumen en “la aceptación de lo heterogéneo”. Sin embargo (Ramón Felguera, D., & Casadevall, A. R. 2016, p. 5) citan a Marakan (2012) quien considera que “la interculturalidad es una herramienta de emancipación, de lucha por una igualdad real, o equidad real, en el sentido no solo cultural muy superficial sino también material”.

En concordancia con Álvarez , A. (2014) la interculturalidad actúa en el cohabitar de culturas en un entorno de igualdad de condiciones; y va más allá de la etnia, cultura o floclore. Discute sobre la conceptualización de la interculturalidad, debido a que, los pueblos relacionados a ella son encasillados un punto netamente destinado a la de aportar historia, costumbres y tradiciones, aun cuando se conoce actualmente que la interculturalidad abraza más aspectos que los culturales.

El Consejo de desarrollo de las nacionalidades y pueblos del Ecuador. (2011) en el libro interculturalidad de la serie “Dialogo de saberes” se contempla que no se limita a la relación entre culturas, es más que el convivir entre culturas en conflicto que concurren en una estructura de poder configurada por los efectos de la colonia y de la modernidad. Dado que, ésta busca transformar dichas configuraciones para posibilitar el mejoramiento de las condiciones de vida culturales, sociales y económicas. “Su límite está en reconocer e incorporar la diferencia con sus propias características colectivas”. (p.19)

Reflexionando, los ejes principales dentro del litigar sobre la interculturalidad son: la igualdad, la equidad, la coexistencia entre culturas y de cierta manera sobre la confrontación que puede haber si no se toma en cuenta la realidad de cada cultura y sus diferencias históricas. Y comparto con Walsh, C. (2005), pues expresa que se debe salir del esquema que se tiene respecto a los *históricamente excluidos* de las estructuras “convencionales” sin importar la época, pues como forma de igualdad se crean, como la misma autora recalca “programas especiales” los que fallan en su intento de inclusión. Y, al contrario, provocan diferencias al agrupar y continuar con un “orden que, a la vez y todavía, es racial, moderno y colonial” (p. 39).

2.3.5. GAD Municipal de Tena

Tena ha tenido varios procesos históricos los que se encuentran detallados en el Compendio de la historia del Municipio de Tena. Dicha institución como se la conoce actualmente (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena) ha sufrido cambios tanto en sus apelativos como en su conformación organizacional. Sus inicios se dan en el año 1941 donde se nombraba presidente a la persona a cargo del antes llamado Municipio de Napo, las reformas dados por tratados y protocolos en el país modificaron las circunscripciones territoriales, provocando así que en todos los años posteriores se separen provincias que antes eran una e incurriendo en el cambio de nombres a ciertos cantones y provincias.

Continuando, el periodo de ocupación al cargo era de uno a tres años, la elección de los mismo era responsabilidad de los integrantes del consejo municipal; en 1947 se convocan por primera vez a la elección de alcalde del Cantón, sin embargo, para 1953 se elimina la dignidad de Alcalde y se regresa a la denominación de: Presidente Municipal de Napo. En la administración de Miguel Gutiérrez Rueda en 1959 se da paso a la fundación de Tena, por consiguiente, en 1967 se recupera

y de define hasta la fecha como alcalde al mayor cargo en la institución y de allí parte una nueva era democrática. (GAD del cantón Tena, 2022)

El GAD del cantón Tena. (2022) es una institución pública que tiene la misión y visión de:

Planear, implementar y sostener las acciones del desarrollo del Gobierno Municipal. Dinamizar los proyectos de obras y servicios con calidad y oportunidad, que aseguren el desarrollo social y económico de la población, con la participación directa y efectiva de los diferentes actores sociales y dentro de un marco de transparencia y ética institucional y el uso óptimo del talento humano altamente comprometidos, capacitados y motivados. (s/p)

Convertir el Cantón Tena, en un referente dinámico de cambio, cuyas características de crecimiento, estén marcadas por la activa participación de sus habitantes, dentro de un marco de planificación que implique la responsabilidad social de sus entes y organizaciones, y cuyas actividades productivas optimicen el talento humano, tecnológicos y naturales, permitiendo el desarrollo integral del cantón, en una armónica relación hombre naturaleza, que vaya consolidando su identidad de pueblo trabajador, hospitalario y alegre. (s/p)

El Consejo de Participación Ciudadana y de Control Social en la Guía Especializada de Rendición de Cuentas para los Gobiernos Autónomos Descentralizados explica que la organización territorial del país insta que los GAD son entes autónomos en la toma de decisiones respecto a las áreas: política, administrativa y financiera. Independientemente de ser regionales, cantonales, provinciales o parroquiales deberán regirse a principios como la solidaridad, subsidiariedad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana, de acuerdo a lo indicado en el Art. 238 de la Constitución. (Consejo de participación ciudadana y control social, n.d. p. 16) Esto para que se garantice los derechos y se atiendan las necesidades de los ciudadanos sin distinción de etnia, condición social o género.

2.4. Variables

Variable independiente: Interculturalidad en los procesos comunicacionales

Variable dependiente: GADM Tena.

2.5. Operacionalización de variables

Tabla 1. Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN	CATEGORÍA	INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Variable independiente</p> <p><i>Interculturalidad en los procesos comunicacionales</i></p>	<p>Para Grimson, A. “La interculturalidad abarca un conjunto inmenso de fenómenos que incluyen la convivencia en ciudades multiétnicas (concurrir a la escuela o trabajar con personas que llegaron de otras zonas de un país o de otros países), Estados multiétnicos, proyectos empresarios, el turismo, la vida fronteriza y los medios de comunicación masiva, entre otros. De ese modo, la interculturalidad incluye dimensiones cotidianas, a veces personales, de extrañamiento frente a la alteridad, desigualdades sociales, así como dimensiones políticas, grupales y estatales, de reconocimiento e igualdad”. Ramón Valarezo, G., & Krainer, A. (Eds.). (2019)</p> <p>Al referirnos a procesos comunicacionales dentro de una organización se habla de comunicación interna. Es decir, es la búsqueda de logros mediante objetivos organizacionales a través de mensajes que fluyan de manera eficiente en el interior, de relaciones satisfactorias entre sus miembros, un ambiente agradable. (Ramos Reyerez et al., 2017)</p>	<p>Fenómenos</p> <p>Convivencia</p> <p>Multiétnias</p> <p>Dimensiones Sociales</p> <p>Dimensiones políticas</p>	<p>Número de fenómenos comunicativos</p> <p>Patrones de convivencia</p> <p>Indicadores de desigualdad</p>	<p>Técnicas: Encuesta; entrevista</p> <p>Instrumento: Cuestionario; guía de entrevista</p>
<p>Variable dependiente</p>	<p>El GAD municipal de Tena es una entidad que corresponderá a principios como la solidaridad, subsidiariedad, equidad interterritorial, integración</p>	<p>Parroquia</p>	<p>Número de parroquias</p>	<p>Técnicas: Encuesta; entrevista</p>

VARIABLE	DEFINICIÓN	CATEGORÍA	INDICADORES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<i>GADM TENA</i>	y participación ciudadana, de acuerdo a lo indicado en el Art. 238 de la Constitución del Ecuador, la misma que regula este tipo de instituciones públicas, al igual que, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomías y Descentralización; El GADM dispone de autonomía política, administrativa y financiera todo con el fin de garantizar los derechos de quienes habitan en el territorio (Gobiernos Autónomos Descentralizados, 2021).	<p>Gestión de la comunicación</p> <p>Estrategias de comunicación</p> <p>Políticas de comunicación</p> <p>Planificación de comunicación</p>	<p>Actividades comunicativas</p> <p>Acciones de comunicación</p> <p>Plan de comunicación</p>	<p>Instrumento: Cuestionario; guía de entrevista</p>

Elaborado por: Santamaría, J. (2022)

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Método de investigación

3.1.1. Cuantitativo

El método cuantitativo es un método estructurado, que consiste básicamente en recolectar y analizar datos numéricos; se fundamenta en el uso de técnicas que permitan la mediación y cuantificación de resultados dados por un cuestionario estructurado (Lopez, N. & Sandoval, I., 2009). Adicionalmente, (Molina G. T. & Mousalli-Kayat, G. 2015, p. 12) explica que ésta busca identificar aspectos que “se puedan universalizar dentro de una muestra, comprobar teorías, relacionar variables y generar un conocimiento formalizado”.

Continuando con Briones G. (2002) agrega que se las puede clasificar en dos grandes grupos como son: descriptivas y en explicativas; esto debido a la duración, pues si se da en un mismo periodo de tiempo son sincrónicas o transversales; en contraposición, son diacrónicas o longitudinales si el lapso es corto o es en intervalos; y, generalmente son “constituidas por personas que tienen uno o más rasgos comunes” (p. 37).

3.1.2. Cualitativo

El método cualitativo, se caracteriza por recoger y analizar datos estandarizados, este método aspira entender los fenómenos del entorno y explicar las relaciones de causa y efecto. Comúnmente se la prioriza por sus cualidades explicativas, potencial exploratorio y flexibilidad para entender fenómenos más allá de datos cuantitativos. (Binda N. & Benavent F. 2013) Por tanto, busca relacionar la correlación entre las variables, generalizar y resumir los resultados por medio de la muestra. “La fiabilidad y la validación son conceptos relevantes para la legitimación del proceso de investigación cualitativa”. (Valdez, J. n.d. p. 39).

3.1.3. Mixta

En cuanto al método mixto Hernández Sampieri & Mendoza Torres (2018), especifican que es la incorporación sistemática de los dos métodos mencionados, con el propósito de tener un panorama más completo del fenómeno. En ese sentido, son importantes porque son complementarias, y adicionalmente generan y verifican teorías, amplían la confianza, validez y comprensión de los resultados (Binda N. & Benavent F. 2013).

3.2. Tipo de investigación

El estudio investigativo se enmarcará en el tipo correlacional o de reciprocidad pues consentirá medir el grado de relación existente entre dos variables una independiente y otra dependiente en un marco particular, sin explicar que la una sea la causa de la otra. Además, contará con un enfoque de clase cuantitativa pues requiere del uso de técnicas estadísticas que se aplicarán con un instrumento investigativo de preguntas cerradas adecuado para evaluar cada una de las variables con la finalidad de obtener resultados neutrales sin sujeto de manipulación que contribuirán en la interpretación y análisis de la información procesada.

3.2.1. Analítico

El método analítico se enfoca en interpretar las partes pequeñas de un todo, descomponiéndolo en elementos para observar las causas, naturaleza y efectos. El análisis va de la observación a examinar un hecho en particular. Hernández, G. (2017); en este contexto para cumplir el objetivo de tener una idea consolidada de la interculturalidad en los procesos comunicacionales del GAD Municipal de Tena, se debe identificar cada uno de sus componentes y analizarlos en conjunto.

El método analítico es una forma de descomposición de un todo en sus elementos constitutivos para proceder a su comprensión y articulación (Lopera J. , Ramírez , Zuluaga, & Ortiz , 2015); esto insertado en lo que es la interculturalidad en los procesos comunicativos en el GAD Municipal de Tena, que de hecho tiene una serie de componentes y factores a considerar para tener una idea específica del problema propuesto.

3.2.2. Descriptivo

De acuerdo con (Tamayo, M. 2003) en su libro Proceso de investigación científica menciona que “Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre grupo de personas, grupo o cosas, se conduce o funciona en presente” (42) Por otro lado, para Sabino, C. (1992) la investigación descriptiva se resume como un tipo que trabaja sobre los hechos. La característica fundamental es la interpretación correcta al descubrir las características de conjuntos homogéneos de fenómenos. (p.44)

3.2.3. Explicativo

Es el método que se centra en establecer los orígenes o causas de un determinado conjunto de fenómenos. Su objetivo radica en conocer por qué suceden ciertos hechos, analizando las relaciones causales existentes o al menos, las condiciones en que se producen”. Sabino, C. (2017), es por esta razón que los temas de la interculturalidad en los procesos comunicacionales se vinculan con este método de investigación, ya que trata de definir y explicar el fenómeno en estudio.

La investigación explicativa el establecimiento de relaciones causa-efecto. En este sentido, los estudios explicativos pueden ocuparse tanto de la determinación de las causas (investigación post facto), como de los efectos (investigación experimental), sus resultados y conclusiones instituyen el nivel más profundo de conocimientos”. Arias, F. (2016)

Estos pueden ocuparse para la comprobación de una de las hipótesis. (p.54) lo define como Sabino, C. (1992)

Son aquellos trabajos donde nuestra preocupación se centra en determinar los orígenes o causas de un determinado conjunto de fenómenos. Su objetivo, por lo tanto, es conocer por qué suceden ciertos hechos, analizando las relaciones causales existentes o, al menos, las condiciones en que ellos se producen. (p.45)

3.3. Diseño de la investigación

El diseño de la investigación será de tipo no experimental pues durante el estudio se observará el comportamiento de los fenómenos en su contexto natural, para después analizarlos. Este tipo de investigación, también denominada *expostfacto*, resulta imposible de manipularse en las variables o ser asignadas aleatoriamente a los sujetos o condiciones. Es decir, no existen condiciones o estímulos sometidos a los sujetos. En este estudio las variables independientes ya han ocurrido por lo tanto no pueden ser manipuladas, es decir que el control no depende del investigador por lo tanto se considera de tipo sistemática y empírica. Centro de estudios de opinión. (2008).

3.4. Población y muestra

Con base en el contexto de la investigación es necesario realizar una investigación, se definió como población (A) al público interno correspondiente al número de empleados de planta y por contrato que cuenta el Gobierno Autónomo Descentralizado del Tena, el total es de 417 personas; al ser el universo manejable no es necesario el cálculo de la muestra. Sin embargo, se ha planteado también la población (B) que responde al público externo del GADM de Tena, lo que concierne a sus pobladores, tanto del sector urbano y rural de Tena incluidas las parroquias en las que conforman el cantón que son: Tena, Talag, Puerto Napo, Puerto Misahuallí, Pano, Chonta Punta y Ahuano. Para la ejecución de la técnica se empleará el cálculo muestra pues se aplicará el instrumento al total de la población seleccionada.

3.5. Muestra

Tabla 2. Población y muestra.

<u>POBLACIÓN</u>	<u>MUESTRA</u>
A	Al ser el universo manejable se utilizará la totalidad.
B	Se calculó la muestra a partir de la constante muestral.

Elaborado por: Santamaría, J. (2022)

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

$$n = \frac{79180}{(0.05)^2 * (79180 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{79180}{0.0025 * (79179) + 1}$$

$$n = \frac{79180}{198.95}$$

$$n = 398$$

N: Población total

e: Error de estimación aceptado

n: tamaño de la muestra

De una vez, identificada la muestra para la aplicación de los instrumentos de recolección de datos se optó por estratificar dicha muestra, debido a que, son siete las zonas a analizar. Fue necesario mediante la búsqueda de una constante muestral, estratificarla para facilitar a aplicación de los instrumentos a los habitantes del cantón. La Tabla 2 recoge la muestra estratificada de la población B que corresponde al número de pobladores de las distintas parroquias que conforman del cantón Tena.

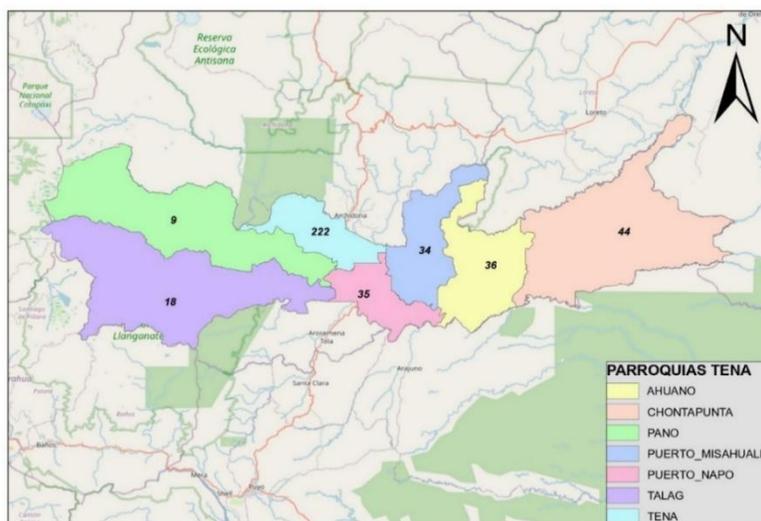
Tabla 3. Estratificación por parroquias de la población B.

<u>No.</u>	<u>PARROQUIA</u>	<u>TOTAL POBLACIÓN</u>	<u>PORCENTAJE</u>	<u>ENCUESTADOS</u>
1	Ahuano	7256	9,16	36
2	Chontapunta	8697	10,98	44
3	Pano	1810	2,29	9
4	Puerto Misahualli	6668	8,42	34
5	Puerto Napo	7014	8,86	35
6	Talag	3600	4,55	18
7	Tena	44135	55,74	222
TOTAL				398

Elaborado por: Santamaría, J. (2022) - Fuente: (Plan de Desarrollo, 2020).

El proceso para determinar los porcentajes presentados (ver Tabla 3) tuvo el siguiente orden: 1. Recopilación bibliográfica, donde se tomó como base el Plan de Desarrollo del año 2020; 2. Uso de fórmula matemática para establecer porcentajes; 3. Utilización de la misma forma matemática para reflejar la cantidad de encuestas a aplicar por zona. En (ver Mapa 1) se presenta de manera visual las demarcaciones territoriales que serán parte del objeto de estudio de la investigación, además que contiene la cantidad de encuestas a realizarse en las ya mencionadas parroquias de la ciudad de Tena.

Figura 1. Número de encuestas por parroquias.



Elaborado por: Santamaría, J. (2022)

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.6.1. Técnicas

a) Encuesta

La encuesta es un sistema recopilación de información de interés sociológico, a través de un cuestionario construido previamente, así comprender la opinión del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado. (Ramos E., 2016) Es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz. (Casas, J., & Repullo, J. 2003) Análogamente, (Fábregues et al., 2016) en los resultados se destacan elementos

que muestran rasgos característicos de la población o muestra al estructurar un instrumento estandarizado.

b) Entrevista

La entrevista es un elemento de recopilación de referencias mediante una conversación profesional, a más de recoger datos referentes a la investigación, los resultados se sujetan en parte al nivel de comunicación entre el investigador y el participante. (Ramos E., 2016) Según (Galindo L., 1998) el entrevistador, es quien establece la estructura, fines, duración del encuentro, roles, tema, etc., dentro del diálogo (p. 181) Esto permite adquirir información a partir de una confrontación interpersonal controlada.

3.6.2. Instrumentos

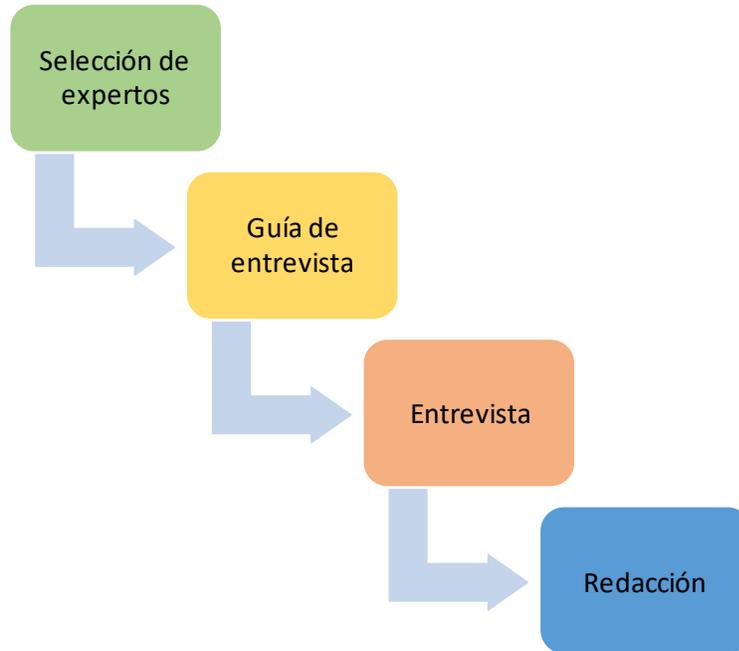
a) Cuestionario

Se constituyó en dos cuestionarios la que fue conducida a la población A (pobladores de parroquias de Tena) y la población B (empleados públicos de GADMT), se orientó en proyectar la percepción de ambos públicos sobre el manejo del eje de la interculturalidad en los procesos comunicacionales del GADMT.

b) Guía de entrevista

Se propuso dos diferentes guías de entrevista; en la primera constan 10 preguntas entorno a la función de la comunicación y la interculturalidad y se la realizó al director de comunicación del GADMT; en la misma línea, la segunda guía se conforma de 10 reactivos que se lo efectuó a dos profesionales de la comunicación (intercultural; organizacional).

Figura 2. Etapas de proceso de entrevista



Elaborado por: Santamaría, J. (2022)

El proceso de la entrevista contó con cuatro fases (ver Figura 1): 1) Búsqueda de profesionales en comunicación organizacional e interculturalidad, debido al tema del estudio fue necesaria la intervención del director de Comunicación del GADM de Tena debido a la relación que tiene con el entorno. 2) Estructuración de guía de entrevista a partir de la aplicación de las encuestas y en consecuencia de sus resultados. 3) No se estableció un tiempo determinado para la realización de la entrevista, en función a recopilar el mayor conocimiento de los entrevistados. 4) Se redactó los puntos importantes discutidos en el diálogo mediante una matriz de información general.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE DISCUSIÓN Y RESULTADOS

4.1. Resultados

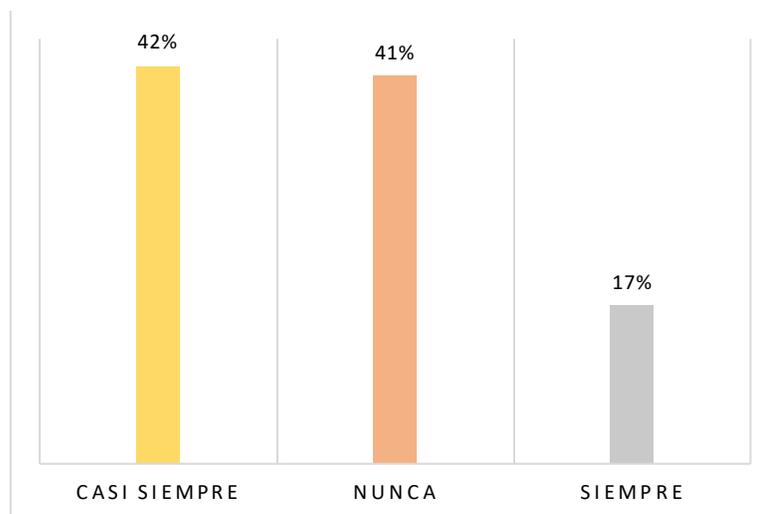
En el presente epígrafe se presentan los contenidos recabados en la investigación. Los mismos que se describen en los siguientes gráficos; 1. Encuesta orientada al público A (pobladores de las 7 parroquias de Tena) corresponden las gráficas del 1 al 6. Además, 2. Encuesta encaminada al público B (funcionarios del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena) pertenece a las gráficas del 1 al 8. En suma, las tablas 1 y 2 retrata la información obtenida de las entrevistas a profundidad realizadas a los expertos en comunicación organizacional e intercultural, por medio de la Matriz de Información General. A continuación, se precisan los hallazgos.

4.1.1. Encuesta 1

Público A (pobladores de las parroquias del cantón)

1. Sabe usted si el GAD Municipal de Tena, propone acciones para difundir la interculturalidad en la comunicación.

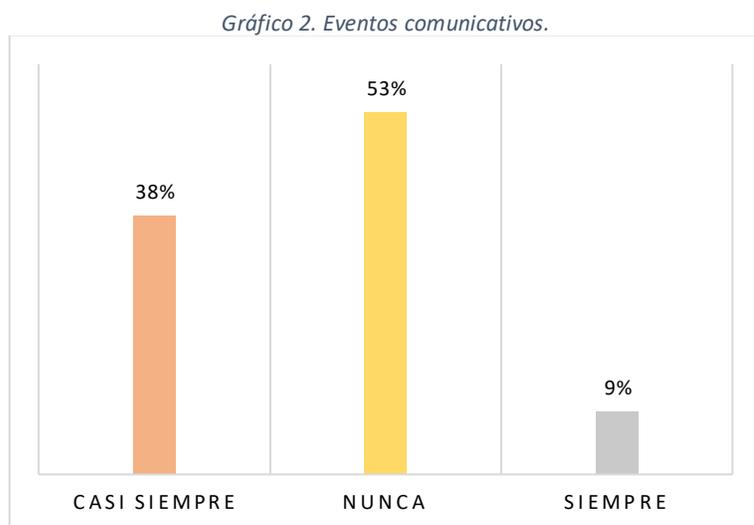
Gráfico 1. Acciones comunicativas.



Elaborado por: Santamaría, J. (2022)

En referencia al gráfico 1; se determina que el 42 por ciento de las personas encuestadas para el estudio, que *casi siempre* el GADM de Tena propone acciones para difundir la interculturalidad en la comunicación, de esta manera se da a conocer las actividades que realiza el municipio del cantón Tena; el 41 por ciento considera que *nunca* se incentivan actividades a favor de la difusión intercultural y eso responde a que no conocen o no perciben el trabajo comunicativo de la institución; y, el 17 por ciento identifican que *siempre* el GADMT dan paso a acciones en pro de difundir la interculturalidad en la comunicación. Esto evidencia que los ciudadanos están al tanto de las acciones del GAD Municipal, no obstante, es importante trabajar con el número de personas que desconoce la labor comunicativa del GADMT en temas de interculturalidad, para evitar procesos de discriminación entre los diferentes grupos sociales que interactúan en la zona rural y urbana.

2. Ha asistido a algún evento en el que se plasme la interculturalidad en los eventos comunicativos organizados por el GAD Municipal de Tena.

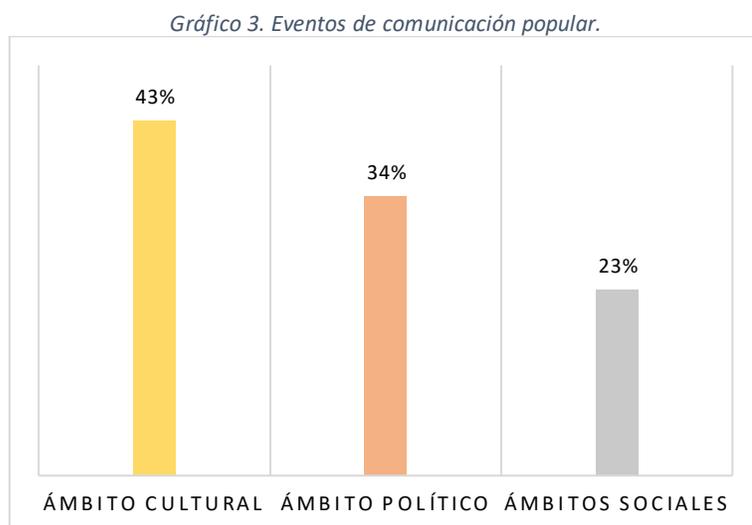


Elaborado por: Santamaría, J. (2022)

Las personas que *nunca* han asistido a eventos comunicativos organizados por el GADM representan el 53 por ciento, es notorio la poca difusión y aceptación que tiene dichos eventos, sugiere mejorar las estrategias en la planificación y difusión de los mismos; el 38 por ciento de los encuestados *casi siempre* se han hecho presentes en los espacios reservados a eventos comunicativos donde se promueve la interculturalidad, reflejaría que existen individuos interesados en los programas liderados por el municipio y se puede mejorar la expansión comunicativa para que se refuerce la asistencia; por último, el 9 por ciento asegura *siempre* asistir y compartir en las

actividades de esta índole desarrolladas por el GAD Municipal, de Tena. Esto argumenta la idea en que la comunicación que se lleva en la entidad tiene un bajo impacto entre la población que reside en Tena, siendo esta una limitante para poder potenciar la integración social y cultural en el cantón

3. Para las propuestas de eventos de comunicación popular. ¿Se toma en cuenta?

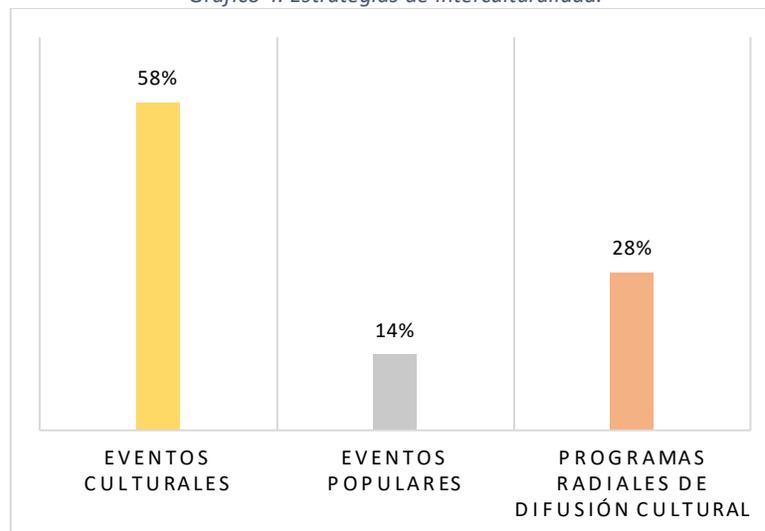


Elaborado por: Santamaría, J. (2022)

El 43 por ciento de los habitantes de las parroquias de Tena que fueron encuestadas describen que las propuestas para los eventos de comunicación popular se enfocan principalmente en *los ámbitos culturales*, esta tendencia se da por motivo que en el Cantón Tena y en general en la Provincia de Napo tiene una mezcla de culturas en las que predomina la mestiza y la kichwa; el 34 por ciento considera que el *ámbito político* predomina sobre el tema cultural y social, esto porque en época de elecciones seccionales los grupos focales son las parroquias rurales donde al tener ciertas carencias son considerados grupos con “necesidad de cambio” y por lo mismo, son susceptibles a las promesas de campaña, y el 23 por ciento expresa que dichas propuestas se encaminan en *ámbitos sociales* principalmente, lo que implica tratar aspectos como la seguridad, espacios naturales y conservación de las familias. Se considera que la cultura está fuertemente presente, sin embargo, esto no refleja integración en los grupos sociales del cantón, entonces sigue existiendo falencias en cómo se estructuran dichos eventos, pues si sólo se enfocan en la cultura puede generar lo contrario de inclusión es importante dirigir esfuerzos de forma equitativa.

4. ¿Qué estrategias según su opinión son necesarias para posibilitar la interculturalidad de manera general?

Gráfico 4. Estrategias de interculturalidad.

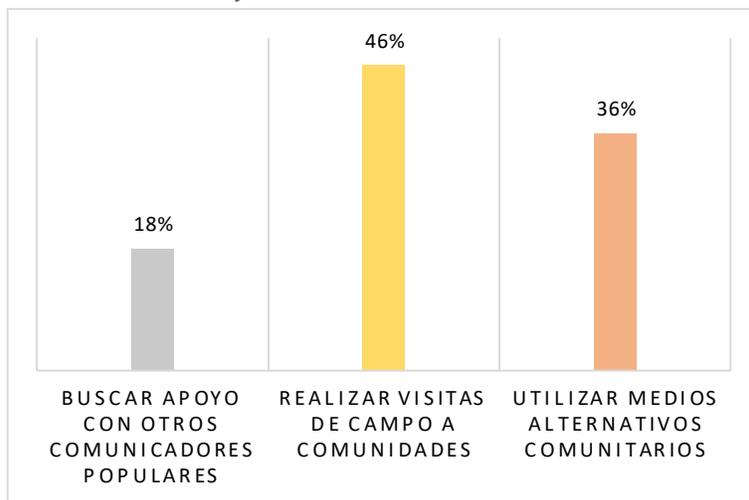


Elaborado por: Santamaría, J. (2022)

El 58 por ciento de los encuestados durante la investigación, expresan que los *eventos culturales* son los espacios adecuados para promover la interculturalidad en el territorio de Tena, también para la expresión cultural dirigida a turistas que visitan el cantón y fomentar la economía comunitaria; en tanto que el 28 por ciento considera que los *programas radiales de difusión cultural* es otro de los recursos para posibilitar la interculturalidad ya que en la zona aún no se disfrutan en su totalidad las ventajas de la globalización y acceso a la internet, por aquello, la radio todavía tiene gran impacto en las comunidades rurales; y el 14 por ciento se inclina por los *eventos populares*, como una estrategia para potenciar la interculturalidad. Eso prueba que los esfuerzos de realizar eventos culturales son más fuertes que velar por el uso de la radio que es por donde las zonas rurales acceden a la información y si se refuerzan primero los canales de comunicación es más efectivos los programas que se emitan en el mismo. Los eventos populares son la opción menos requerida pues esta no se enfoca obligatoriamente en el aspecto cultural y es espacio para otro tipo de manifestaciones artísticas y sociales.

5. De las siguientes actividades, ¿cuáles consideran importantes para resaltar la interculturalidad?

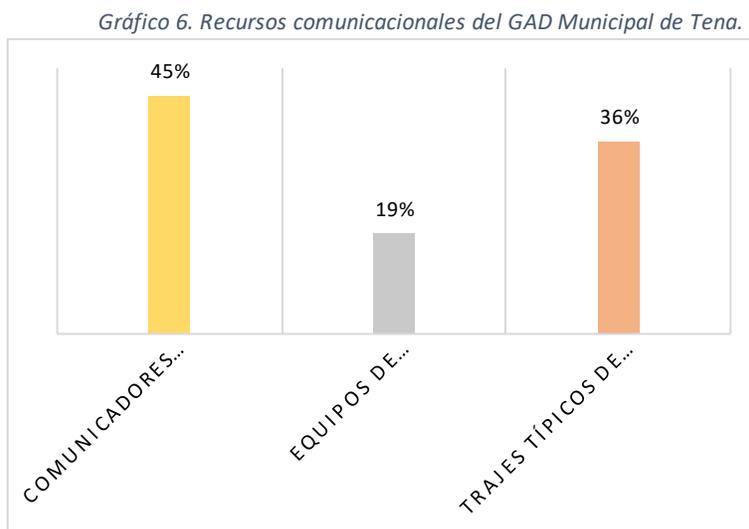
Gráfico 5. Actividades de la interculturalidad.



Elaborado por: Santamaría, J. (2022)

De acuerdo a las respuestas de los ciudadanos que forman parte de las parroquias de Tena, el 46 por ciento consideran que se deben *realizar visitas de campo a las comunidades* y analizando detenidamente la apreciación, es correcta. Dado que la cultura nace o se fortalece en las comunidades y desde las familias, actualmente se ha notado que muchas optan en no mantener su cultural y tradiciones. Añadiendo, no se puede realizar una buena comunicación si no se conoce a profundidad las características de la zona, formas de convivencia y sus pobladores, por tanto, queda a relucir que sólo se estaría asumiendo el comportamiento de los habitantes desde conceptos preconcebidos; el 36 por ciento considera que el *utilizar medios alternativos comunitarios* es una buena manera de resaltar la interculturalidad, como ejemplo se puede mencionar a las reuniones grupales de identificación de saberes y así, poder forjar más espacios de comunicación comunitaria; el 18 por ciento expone que sería mejor *buscar apoyo con otros comunicadores populares*, algo que también es sostenible, ya que se genera equipos de trabajo multiétnico y así mejorar o dar sustentabilidad a la interculturalidad. Lo cual concibe que una efectiva comunicación es la que se hace desde lo más básico como lo son: el contacto directo con las personas del lugar e indagar en más en las representaciones sociales de cada parroquia, pues no todas las personas y mucho menos las comunidades piensan igual o cuentan con las mismas conductas sociales.

6. Para ejecutar actividades comunicacionales en el que se rescate la interculturalidad, el GAD Municipal de Tena, ¿cuenta con?

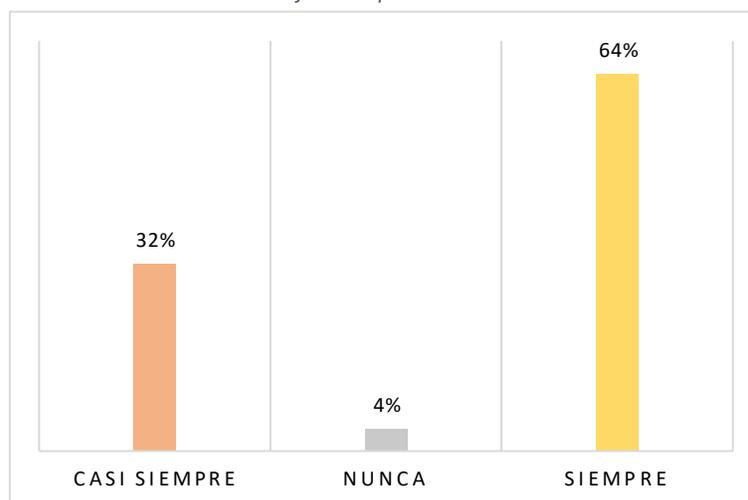


Elaborado por: Santamaría, J. (2022)

De las respuestas a la pregunta seleccionada se determina que el 45 por ciento dice que el GADM si cuenta con *comunicadores bilingües* pues se visualiza en los diferentes programas tanto radiales como televisivos que se difunden en el territorio; el 36 por ciento responden que también se tiene a disposición *trajes típicos de interculturalidad* y vale decir que en los diferentes eventos populares o sociales del cantón en las que se realizan comparsas se observa esto, pues el GAD Municipal posee un área de cultura en las que se arma grupos de danzas que representan a Tena en fiestas tanto dentro como fuera del cantón; y el 19 por ciento a percibido que se beneficia de *equipos de interculturalidad* los que desempeñan labores en la Dirección de Cultura, en algo que se puede visualizar más bien, es que son los instrumentos musicales autóctonos los de relevancia para eventos de interculturalidad. Esto significa, que la dirección de los recursos se dirige más a objetos que son parte de identidad y de comunicación no verbal, no obstante, es igual o más importante reforzar las acciones que se realicen en la Dirección de Cultura y ver estrategias más efectivas conjuntamente con la Dirección de Comunicación eso para preservar la cultura y ejecutar procesos de comunicación más eficaces.

7. Usted apoya para que el tema de la interculturalidad sea difundida por los canales de comunicación del GAD Municipal de Tena.

Gráfico 7. Opinión ciudadana.



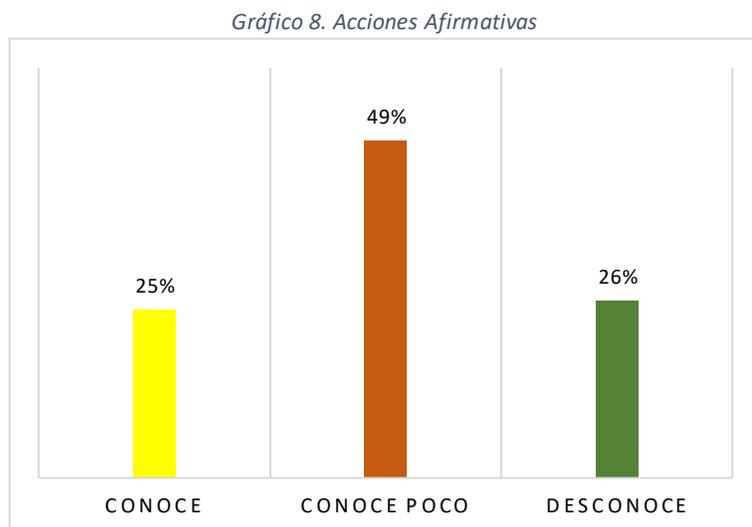
Elaborado por: Santamaría, J. (2022)

La mayor parte de los encuestados que representan el 64 por ciento, apoyan que *siempre* se comparta comunicación intercultural en las plataformas de difusión que disponga el GAD Municipal de Tena; el 32 por ciento considera que está a favor que *casi siempre*, se difundan temas de interculturalidad, lo que también expresaría que se los incorporen a los temas de importante, es decir que se los combinen de forma que todos se mantengan informados y se refuerce la comunicación intercultural y parece ser que esta respuesta es más precisa; el 4 por ciento menciona que *nunca*, es algo que representaría que se cierran a la idea de inclusión o de pronto aquel grupo minoritario responde en este sentido, porque no asisten a eventos de estos para que juzgue de esta manera la respuesta. Denota que existen falencias en la preparación comunicativa de la Entidad para manejar adecuadamente el tema de la interculturalidad.

4.1.2. Encuesta 2

Público B (funcionarios públicos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena)

1. Sabe usted si en el GAD Municipal de Tena, se ejecutan acciones afirmativas en favor de los grupos étnicos.

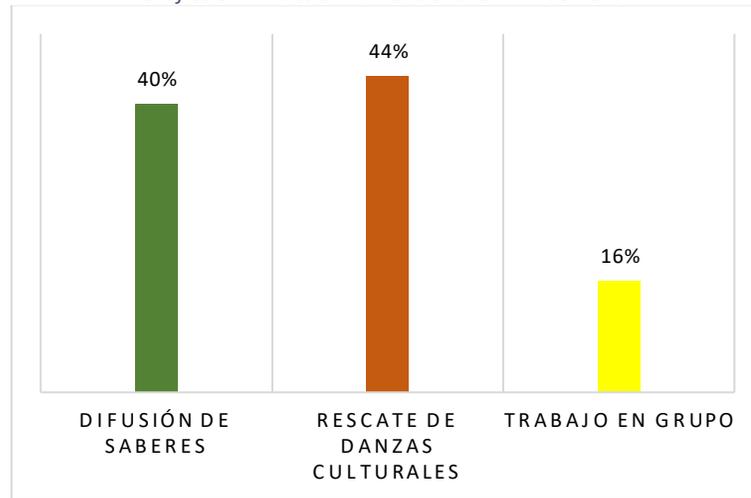


Elaborado por: Santamaría, J. (2022)

Analizando los resultados que se presentan en el gráfico 8; se verifica que los funcionarios públicos del GAD Municipal de Tena, en un 49 por ciento **conocen poco** de las acciones afirmativas, que son aquellas estrategias que protegen a los pueblos y nacionalidades, personas con discapacidad, indigentes, ancianos, mujeres víctimas de trata, entre otros. En consecuencia se alude a que no se difunde en el interior del GADM o tal vez existe poco interés de los empleados por conocer todos los ámbitos de desempeño Institucional en lo que es la Misión y los valores; De cierta manera se corrobora a través del 26 por ciento que **desconoce** dichas acciones y es por la insuficiente transmisión de las operaciones entre los varios equipos de empleados que laboran en el municipio y las direcciones que se desprenden del mismo; el 25 por ciento **conoce** de dichas tácticas en este caso, debe corresponder un grupo que de alguna manera está en relación directa con la Dirección de Comunicación del GAD Municipal. Simboliza que es notable que los esfuerzos de comunicación que se realiza va más enfocada a la población externa, en otras palabras, velan por la imagen institucional, sin completar a la planificación institucional temas más enfatizados al fortalecimiento intercultural y el mantener un buen ambiente laboral mediante el compartir de valores institucionales, personales y de equidad.

2. ¿Cuáles de las siguientes acciones afirmativas son consideradas en el tema comunicacional en el GAD Municipal de Tena?

Gráfico 9. Ámbito comunicacional GADM de Tena.

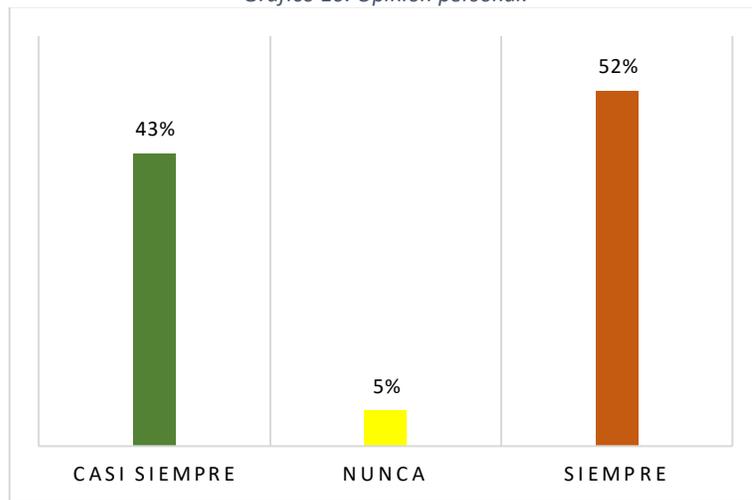


Elaborado por: Santamaría, J. (2022)

Según la opinión de los colaboradores del GAD Municipal de Tena, el 44 por ciento indica que se trabaja en mayor medida en el *rescate de las danzas culturales*, las respuestas coinciden pues se conoce que existe un Grupo de danza perteneciente al Municipio y en las diferentes parroquias también se promueve estas actividades culturales; el 40 por ciento asevera que es *la difusión de saberes* como el idioma, el manejo de la chacra, la preparación de comidas típicas entre otras, se ve plasmado en las ferias y exposiciones que se organizan periódicamente. De tal forma se considera la participación de grupos sociales en este tipo de eventos para que se den más visualización; el 16 por ciento sostiene que es el *trabajo en equipo* la elección para rescatar y difundir las acciones afirmativas en favor de mantener la comunicación orientada a la interculturalidad. Esto implica que una parte de las acciones que lidera el GADM sí se enfocan en difundir la cultura y tradiciones, la piedra angular sería la interacción entre las culturas y en lo que comprende la interculturalidad lo que les hace falta exteriorizar en la comunicación que se maneja, pues como se demuestra en el marco teórico de esta investigación; la interculturalidad abarca más que la difusión cultural es más implica lograr equidad e igualdad en todas las formas que se dan en una sociedad.

3. Considera usted que la comunicación emitida por el GAD Municipal de Tena toma en cuenta a la interculturalidad.

Gráfico 10. Opinión personal.

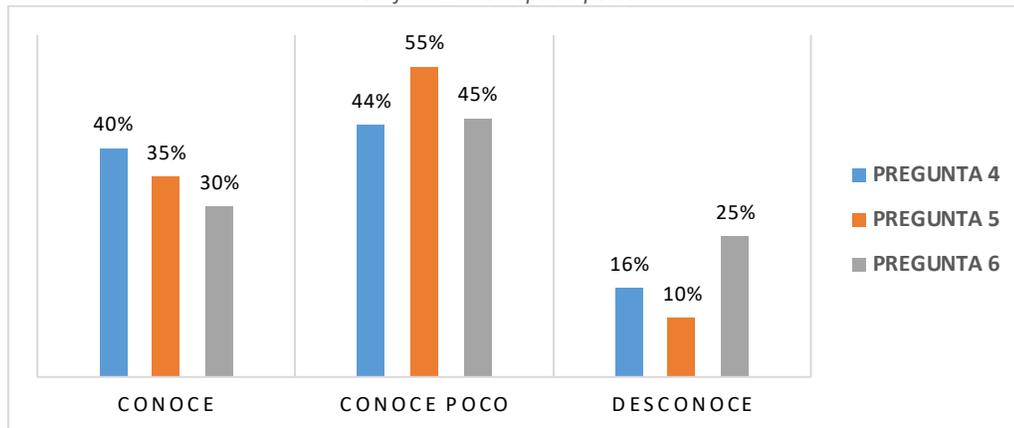


Elaborado por: Santamaría, J. (2022)

Los funcionarios públicos del GADM de Tena, en un 52 por ciento apuntan que *siempre* las acciones comunicacionales emitidas por el entidad toma en cuenta el tema de la interculturalidad, considerando que, como se analizó anteriormente la ciudad se compone predominantemente de dos culturas, no obstante, coexisten otras que son minoritarias y rara vez son incorporadas en la programación radial o eventos culturales; el 43 por ciento discurre que *casi siempre* se distinguen muestras de comunicación intercultural y se acentúa en gran medida a la cultura kichwa; el 5 por ciento manifiestan que *nunca* se publica otras cosas además de la formas de cultura kichwa y este punto comprarte el análisis similar a la pregunta anterior, pues la interculturalidad va más arraigado a la identificación y adecuación de las diferencias culturales en función de generar equidad e igualdad en contextos cotidianos y así recrear y poner en práctica lo que se conceptualiza como interculturalidad.

4. ¿Conoce usted que, si en el plan de comunicación que promueve el GAD Municipal de Tena, se incluye temas relacionados a la interculturalidad?
5. Sabe usted si en las actividades comunicacionales del GAD Municipal de Tena, se incluyen directrices para rescatar los valores culturales.
6. Sabe usted si la dirección de Comunicación trabaja en coordinación con el área de interculturalidad para difundir estos valores.

Gráfico 11. Percepción personal.



Elaborado por: Santamaría, J. (2022)

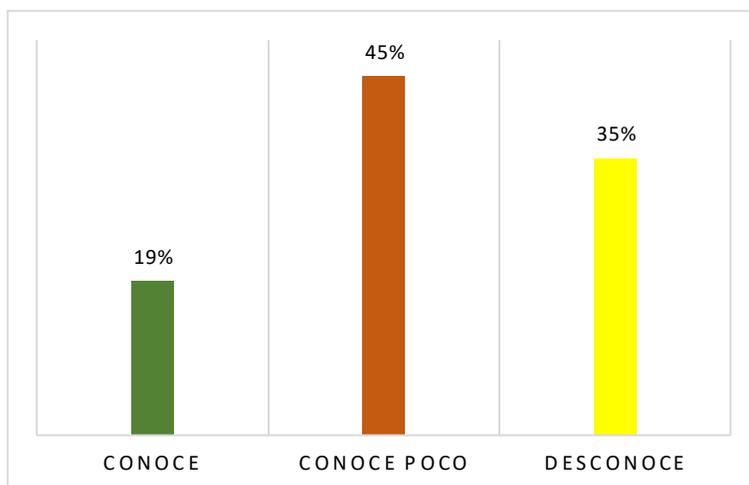
Para facilitar la interpretación se ha unificado tres preguntas que tienen alguna relación entre las mismas; en este caso los servidores del GAD Municipal de Tena, a la pregunta 4, en lo que corresponde a tener un plan de comunicación que incluye actividades relacionadas a la interculturalidad el 44 por ciento *conoce poco* si incluye estos temas, el 40 por ciento *conoce* lo suficiente y un 16 por ciento *desconoce*, ante estas respuestas se determina que el Área de comunicación del GAD Municipal de Tena si incluye en su planificación temas de interculturalidad.

En lo que corresponde a las preguntas 5 y 6 que tienen que ver con directrices para rescatar valores de la interculturalidad, el 35 y 30 por ciento respectivamente conocen; un 55 y 45 por ciento *conocen poco* y un 10 y 16 por ciento *desconocen*; en todo caso este último no constituye la mayoría, pero obviamente incide de alguna manera en la percepción de las personas y sobre todo porque son parte del Gobierno Municipal y por lo tanto deberían estar al tanto de esto; en los dos casos *conocen poco* entre 55 y 45 por ciento y es el grupo mayoritario, es decir que también no tienen una información suficiente para responder afirmativamente y entre el 30 y 35 por ciento, sí *conocen* sobre las directrices que se emiten desde las Autoridades la Dirección de Comunicación para el rescate de saberes y conocimientos en los temas de comunicación intercultural que es importante

para reducir y normalizar actitudes no discriminatorias entre los colaboradores del GADM y en consecuencia los habitantes del cantón.

7. Usted como servidor del GADMT, sabe si en el presupuesto anual se incluye un rubro para actividades de comunicación intercultural.

Gráfico 12. Distribución de activos.

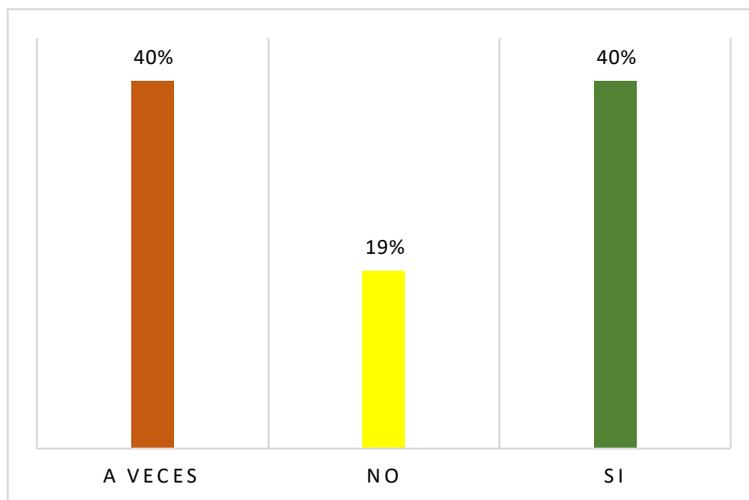


Elaborado por: Santamaría, J. (2022)

En el gráfico 12, se exteriorizan los resultados a la pregunta que indaga sobre si en el presupuesto anual del GAD Municipal de Tena se incluye una sección económica para actividades de comunicación intercultural; a lo cual el 45 por ciento responde que *conocen poco*, es decir que falta de divulgar el desglose del presupuesto Institucional y se complementa cuando el 35 por ciento dice que *desconoce*; y solamente el 19 por ciento *conoce*, es un grupo pequeño, en este caso la situación induce a pensar dos posibles en opciones: la insuficiente repartición del presupuesto o que efectivamente no se considera un rubro económico adecuado para fortalecer el tema de la interculturalidad en la ciudad de Tena. Que la cantidad de personas tanto que desconocen o conocen poco sea considerable al total de personas que tiene conocimiento al respecto. Refiere que, pese a encontrarse datos relacionados a informar sobre de uso presupuestario por medio de la página web del GADM es un grupo extenso el que no está al tanto del destino de los recursos públicos, que ayudaría en gran medida a en la construcción de productos comunicacionales de interculturalidad, teniendo en cuenta no sólo en hablar sobre la cultura en los medios de comunicación, sino de incidir en la equidad e igualdad que se pueden dar por medio de la comunicación.

8. A su criterio considera que las acciones que ha ejecutado el GAD Municipal de Tena, en el tema comunicacional, son relevantes para fortalecer el tema de la interculturalidad.

Gráfico 13. Acciones de fortalecimiento.



Elaborado por: Santamaría, J. (2022)

Los datos obtenidos de aplicar encuestas a los funcionarios del GAD Municipal de Tena, y que se presenta en el gráfico 13, son el 41 por ciento y razonan que *a veces* se dan acciones comunicativas en favor de la interculturalidad, claro que eso depende del tipo de evento y su argumento, de modo que no siempre es inclusivo; el 40 por ciento supone que *sí* y responde a que se escucha o evidencia por la radio, televisión o plataformas digitales contenido cultural, más no intercultural; puesto que de alguna manera en cada actividad comunicacional se toma en cuenta la composición de la población por etnias, tomando relevancia a la kichwa que es bastante representativa en el Cantón; un 19 por ciento indican que *no*, debe ser por desconocimiento debido a la insuficiente difusión por los medios de comunicación Institucionales. Esto figura que la concepción de cultura es confundida o interpretada como un igual a la interculturalidad y que sólo al tratar temas de cultura kichwa ya comprende un buen manejo de la comunicación intercultural; analizando a profundidad lo observado al momento de la aplicación de las encuestas, cabe resaltar que ciertos encuestados demostraron tener un sentimiento de obligación al responder este tipo de preguntas, es decir que dieron su opinión como individuos ajenos a la entidad pública, sin importar que no se solicitó colocar el nombre en la encuesta.

4.1.3. Entrevistas a Profundidad

Este epígrafe, demuestra la opinión y conocimientos de los expertos que respaldan la investigación, la selección de los mismo fue mediante la indagación sobre la experiencia en Comunicación Intercultural y Comunicación Organizacional que son los dos ejes entorno al estudio; adicionalmente, considerar la opinión de quién es el mayor experto de cómo se maneja el área dónde se construye comunicación en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena es sumamente esencial, esto para detectar los puntos débiles en la planificación de la comunicación; además, de los procesos comunicacionales entorno a la interculturalidad. En virtud que, permita al investigador contraponer dichas falencias con estrategias que generen cambios significativos en la Dirección de Comunicación por medio de la realización de un plan de comunicación, de ahí que se elijan los siguientes entrevistados.

Tabla 4. Matriz de Información General

Temas	Director de Comunicación de GADMT Diego Montenegro
<p>PLANIFICACIÓN COMUNICACIONAL</p> <p>Pregunta 1; 2</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Primero que nada, la interculturalidad tiene varios factores en la comunicación. Por ejemplo, nosotros en el área de comunicación tenemos dos personas kichwas que manejan el tema de la comunicación en el idioma kichwas. Esto nos ayuda a nosotros a fortalecer la comunicación institucional en las diferentes comunidades de nuestro entorno. Es decir, nosotros realizamos spots publicitarios, notas informativas en el idioma ancestral. Aquí, con esto creo que fortalecemos la comunicación de la municipalidad en los diferentes puntos en la que se conforma. 2. Los medios de comunicación actualmente hay que entender primero que en las comunidades del cantón Tena no existen en su totalidad en Internet. Esto es un factor negativo para nosotros como área de comunicación, pero manejamos lo que es contratación de radios y de medios radiales. Por ejemplo, el radio de la voz del Napo, la de Arcoíris, que tiene una buena señal en las comunidades. Adicional a esto, estos medios de comunicación manejan un 70% de lo que es el idioma kichwa, o sea, llega a la mayoría. De comunidades del cantón.
<p>RECURSOS</p> <p>Pregunta 3; 4</p>	<ol style="list-style-type: none"> 3. Nosotros realizamos una medición, primero que nada, en las redes sociales, en los puntos donde existe el internet, entonces se interactúa en los comentarios, a veces en mensajes internos, desde qué parte nos escriben. A veces nos informan, por ejemplo, que en alguna comunidad existe falta de mantenimiento vial o falta una obra de agua. Entonces, yo creo que por ese lado también medimos la interactividad, no lo que interactúan los compañeros de las comunidades, lo que se establece en la información que usted manifiesta.

	<p>4. El área de comunicación consta de siete personas: tenemos el coordinador, tenemos dos productores, tenemos dos camarógrafos, dos reporteros. En el área de comunicación siempre se tiende a realizar más actividades por cuanto la necesidad obliga, pero también hemos implementado algunas estrategias. Puede decirse que, nosotros, por ejemplo, hemos contratado al equipo de perifoneo para las comunidades en idioma quichua, en español, pero tenemos un camión contratado donde lleva los textos publicitarios, donde lleva la información turística; donde lleva para difundir todas las programaciones que tienen, todos los eventos, todas las obras que tiene la municipalidad. Ese es un factor importante para nosotros como comunicación.</p>
<p>LABOR Pregunta 5; 6</p>	<p>5. Nosotros aquí como entidad municipal tenemos cierto porcentaje de compañeros kichwas. Quizás también ha habido varias ocasiones en que algunos compañeros nos ayudan a traducir todo lo que queremos informar en el idioma kichwa, digámoslo así, para las comunidades del cantón. Ha habido compañeros que manejan muy bien y hasta han interactuado con nosotros en spots publicitarios, en actuar. Y creo que es un punto importante para nosotros, porque como le había mencionado anteriormente, tenemos dos personas que manejan el kichwa muy bien y ellos siempre nos colaboran, están prestos a difundir la información para todas las culturas que tenemos aquí en cantón Tena.</p> <p>6. Hemos implementado lo que es el perifoneo en las comunidades, ya que ya no tenemos señal de televisión. Nosotros manejamos los dos medios que dan señal a las comunidades, como la radio Voz de Napo, Radio Oriental y Radio Arcoíris también se suma, pero no en todos. Entonces, creo que sí nos hemos fortalecido para poder llegar a todos los puntos del cantón como comunicación estamos prestos y trabajar arduamente con el objetivo de dar a conocer a la ciudadanía todos los eventos, las obras que realiza la Municipalidad desde el área de comunicación siempre hemos venido trabajando. Y siempre se ha tratado de irse actualizando, siempre se ha tratado de ver la manera de cómo llegar a otro. Entonces creo que con estos equipos nos hemos ido actualizando. Es in situ el trabajo que realizamos un spot y enviamos a perifonear a un camión contratado que llega con su pantalla de video también. Entonces sí, sí, es una estrategia muy importante porque así llegamos. A todos los rincones del cantón Tena.</p>

Elaborado por: Santamaría, J. (2022)

Interpretación

El experto (Diego Montenegro, Tena, 15/10/2022) se enfocó en aspectos superficiales de cómo se compone la comunicación en la dirección. La pregunta 1 y 2 estuvo destinada a saber sobre la planificación comunicacional del GADM, se dedujo que la interculturalidad está siendo efectiva

un 50%, porque la información se traduce a los dos idiomas que predominan en el territorio Tenense, así lo son: el castellano y kichwa, claro que eso no se evidencia en todos los productos comunicativos; del mismo modo, la visión sobre zacear la sed de información en los públicos coexistentes es más orientado al grupo que habita la zona urbana, pues por la distancia es posible conocer y optimizar los problemas de comunicación en el público interno y externo; no obstante, las complicaciones de conectividad para llegar a las zonas rurales se las atienden con soluciones poco efectivas y la información es elegida según intereses económicos o políticos.

La segunda sección de la matriz de información general, engloba los recursos que se emplean y disponen para la elaboración de productos informativos, como lo recalca (Diego Montenegro, Tena, 15/10/2022) al decir se cuenta con un equipo de trabajo, específicamente que se tiene colaboradores kichwas que dominan los dos idiomas, es buena iniciativa porque es inevitable; entre tanto, el uso de plataformas digitales para la zona urbana es una opción viable siempre y cuando el mensaje sea bien construido; asimismo, el crear una red de contratación radial y hacer perifoneo no está siendo efectivo, esto según la opinión de los habitantes de las parroquias más lejanas de la capital del cantón. De esa forma, se asume el poco conocimiento en cuanto a las costumbres, formas de vidas y tradiciones que es esencial si se desea hacer y transmitir interculturalidad.

Por último, en el recuadro final de la tabla se le cuestionó sobre la labor para fortalecer la interculturalidad de forma total, es decir incluyéndose a los dos públicos, el interno y externo. El experto (Diego Montenegro, Tena, 15/10/2022) explicó partiendo de lo dicho anteriormente, del uso de recursos tanto de personal bilingüe, buscar apoyo en otras radios y la contratación de camiones que sirvan para hacer perifoneo. Desde el punto de vista de la investigadora que radica en la ciudad que fue objeto de estudio, no es suficiente las acciones que relata el mismo coordinador de la comunicación del GADM de Tena, pues si con dificultades se garantiza la participación en la planificación comunicacional, hablando de la población que está en el sitio con mayor desarrollo, qué se puede esperar de quienes viven pasando un río en lancha o viven a varios kilómetros de distancia. La importancia que se le da a los públicos es parcial y temporal.

Tabla 5. Matriz de Información General

Temas	Comunicador Organizacional	Comunicador Intercultural
	Nadia Zurita	José Parco
<p>EFFECTOS</p> <p>Pregunta 1</p>	<p>Qué pasa si a alguien no le llega cierta información; evidentemente no va a ser poseedor de cierto conocimiento que se vuelve. Entendiendo la globalización se vuelve un elemento común e importante para todos los grupos de la sociedad. Es decir, si estamos hablando de un gobierno seccional y tú no estás logrando llegar a todos los grupos, por ejemplo, sólo llegas a la zona urbana y no llegas a la zona rural, entonces estás excluyendo y nuestra Constitución es súper clara. Nuestra Constitución dice que tienes que ser inclusivo y eso implica en todo y la comunicación como un eje trascendental debería ser uno de esos primeros elementos que lleguen para que los otros derechos se puedan cumplir.</p>	<p>Si en realidad hay que entender la interculturalidad desde el principio, porque son conceptos que hacen ver como algo, algo superficial, pero al mismo tiempo tiene que ver mucho en este aspecto, al menos desde la parte histórica, se ha considerado que la interculturalidad es justamente para, sobrellevar.</p> <p>En esa perspectiva, siempre la cultura indígena era vista como inferior y lo superior era la cultura europea, el dominante, el que tenía la cultura; en sí, los demás solamente eran pueblos o eran naturales, nativos, etnias o indígenas, hasta las que hicieron desde la parte del estudio sociológico, antropológico; entonces, eso es lo que no permitía avanzar hacia la igualdad. Internamente y externamente tiene que haber la igualdad, equivalencia de las culturas y que la cultura kichwa en este caso, es parte del Tena, el pueblo kichwa que predomina. Entonces ellos también deben tener la misma equivalencia el conocimiento, la apertura, la participación, en tanto en los códigos de comunicación de la convivencia, la relación, el mismo, el diálogo, deben tener la misma equivalencia; así como tiene una sociedad mestiza.</p>
<p>EXPERIENCIA</p> <p>Preguntas 2; 3</p>	<p>Tienes que empezar por estos elementos más básicos, como el lenguaje. Tú no puedes permitirte, como tenense, a no pensar como amazónico, no conocer qué porcentaje de tu población habla otro idioma. Entonces nosotros entendiendo eso, entendiendo que un gran número de nuestra población habla otro idioma, tiene como lengua materna otro idioma distinto, por ejemplo, como tú puedes permitirte no hablarles en ese lenguaje, en ese idioma es imposible. Todavía a través de la educación bilingüe, todavía existen</p>	<p>Más que rescate, al menos en la Amazonía veo que es bien fortalecido a nivel de la cultura. Yo algunas veces cada día he participado, más bien es la visibilización. Están invisibles, tienen toda la sabiduría, el conocimiento e incluso la forma de protocolario recibimiento a la comunidad; la forma de comunicación.</p> <p>Hay que teorizar eso desde la práctica, la práctica vivenciada de ellos hay que teorizar. Y ese es el trabajo de las universidades, en esa perspectiva la visibilización es fundamental. Ciertas cosas posiblemente habrá que rescatar que ya no lo existen. Eso lo que habrá que hacer, y cómo lo visualizamos, y ahí está la parte</p>

	<p>estos grupos que tienen otro idioma que tienen mejor entendimiento, sobretodo porque no es que no hablen español.</p> <p>Yo empezaría con el tema del lenguaje, pero también es importante hablar con los canales, los medios a través de los cuales se llega a más gente. Si en la zona programada no tienen Internet, tú tienes que entender que quizás las redes sociales no son el medio donde trabajas y tienes que recurrir a otras instancias.</p> <p>Tradicionalmente se ha utilizado muchísimo aquí la radio A.M. Hace seis años aproximadamente se perdió la última frecuencia que había en nuestra localidad. Qué nos toca hacer a los comunicadores; caminar por el terreno como el político, pero nosotros ahí para llegar y para entender cuáles son los medios a los que tienen acceso. Si yo quiero llegar a Talag, por ejemplo, yo tengo que saber que no hay internet y tengo que saber además si es que, si hay Internet en esa población, a través de qué ven, si lo ven, si van por Facebook, si ven por Twitter, si escuchan radios, qué canales tienen. Porque tenemos que pensar siempre en que la comunicación se presenta no solo en redes sociales o sólo en televisión y radio, sino que todavía funciona la prensa escrita. Y existen otros mecanismos.</p>	<p>cultural, el arte y una apuesta a la cuestión de las coreografías de la danza. Otra es la cuestión del idioma en los spots, las radios, desde cuando hacen un mensaje no solamente debe ser en español, también tiene que ser en kichwa y qué más se puede hacer en un evento cultural. Además, tiene que ser participe de las comunidades con voz y voto, de igual manera, en la formulación de proyectos tiene que haber la participación de ellos y ellas. Entonces ahí se está visibilizando y ese es el trabajo que permite ir construyendo una sociedad intercultural, una comunicación intercultural de manera horizontal, no de una manera vertical.</p> <p>Entonces si no es así estamos cayendo a una cuestión de comunicación vertical, hacia arriba, hacia abajo y los de abajo, no tienen opinión y se queda con la recepción. Ahí no hay esa, esa dualidad, ese complemento de que el receptor también responde, pero la comunicación institucional para que funcione tiene que haber de ida y de vuelta.</p>
	<p>Y es que el recurso humano es lo más importante; la comunicación no se da si no hay un tú y yo que pueda mantener un diálogo. Y no hay nada mejor. Hasta hoy en día, en comunicación, el boca a boca. No hay máquina en el mundo que supere la interacción que podemos tener dos seres humanos que se entienden, que hablan el mismo lenguaje que llegan y que a través de eso pueden llegar a acuerdos.</p>	<p>Ahora, si yo quiero hacer una dirección de comunicación bilingüe, necesitamos personal que sepa los dos idiomas, sea kichwa o sea shuar o español, si es de habla trilingüe, mejor. En cuanto a los recursos humanos se debe tener el conocimiento en lo que es el ámbito de comunicación, al menos desde el ámbito de social, de la parte sociológica o de la parte comunicacional. La tecnología es útil para poder difundir hacia fuera. Internamente se va a comunicar me imagino a través de la radio, de trípticos de información, de la página interna, qué</p>

	<p>El mejor recurso que tenemos es el humano. Pero de ahí yo añadiría otras cosas importantes. Ya lo decía el mismo lenguaje, pero hablemos de los canales, que también es importante los canales y los formatos. Con esto de los canales adecuados de entender el contexto situacional de la gente para yo, según eso, ver qué canal utilizo.</p> <p>Pero no solo es el canal, sino también es el qué formato utilizo. Va a depender mucho del canal que elijas, pero también tienes que elegir el canal entendiendo qué formato va a recibir mejor a la audiencia. Pasa algo muy curioso aquí y es que, por ejemplo, en la misa de los domingos también se dan anuncios comunicacionales. Y me parece súper curioso porque la población, a través de su cultura y a través de sus tradiciones tiene momentos específicos. Para la gente que va a misa, que tú ves un comunicado ahí es impactante porque estaba en un momento de fe, en un espacio de confianza.</p> <p>Entonces va a ser información que tal vez se adopte como cierta. Tampoco podemos creer o pretender que la gente es ignorante o que es tonta. No podemos creer todavía en sus teorías, en algún tipo de limitación de información. La gente es muy crítica, es esa misma capacidad de ser crítico y de cuestionar todo lo que nos piden que como comunicadores forzar a innovar los formatos, a innovar los canales. Entonces, qué implica que un domingo en misa a las 06:00 sea una buena idea para comunicar algo, que evidentemente está relacionado a la población en una situación.</p>	<p>herramientas de comunicación se puede utilizar.</p> <p>Pero hacia afuera se puede ir a comunicar lo que son las plataformas virtuales. Entonces ahí se puede decir que el Gobierno cantonal de Tena es una administración bilingüe. Se puede plantear si era el gobierno cantonal de Tena, es un gobierno bilingüe y además deben recoger lo que es el concepto del conocimiento de cada una de las culturas, se podemos plantear ya una comunicación intercultural donde están las culturas juntos y se pueden aprender las culturas.</p> <p>Y para eso también tiene que haber la misma equivalencia en el ámbito de la cultura, porque si tengo un grupo mestizo debe haber uno de la nacionalidad kichwa también.</p> <p>No solamente radica en lo que son las herramientas comunicacionales, sino también son mucho más amplias en la comunicación. Y no solamente es hacer boletín de prensa o hacer el spot radial o televisivo o sacar la fotografía. Las dos se juntan y se hacen una fusión de la interculturalidad. Los dos comparten el mismo escenario, el mismo espacio. Uno. Están cantando en shuar y la orquesta. El ritmo está también de la melodía. Pero con los instrumentos modernos de la ciudad. Entonces ahí es una construcción de la interculturalidad y ahí nosotros la herramienta de comunicación podemos decir aquí está la interculturalidad.</p>
<p>SOLUCIONES Preguntas 4; 5; 6</p>	<p>Algo que nosotros desde la institución hemos buscado. Lo primero es aprovechar el recurso humano. Hay mucha gente que quiere que haya comunicación intercultural, pluricultural, diversa.</p>	<p>Se ha criticado fuertemente todas las teorías de la comunicación son de escuelas de Frankfurt, son de todas las teorías, son de Europa. Por ejemplo, en la parte del marketing electoral todas las estrategias de comunicación son norteamericanas.</p>

	<p>¿Cómo lo hacemos? Generamos nexos, lazos, entonces, por ejemplo, nosotros firmamos hace poquito un convenio con una compañía. ¿Con qué intención que ellos nos ayuden? Es cierto, pero tengo recursos humanos nuevos de los que quieres ser parte. Entonces algo tienes que convivir con el conocimiento. Y ellos me están ayudando con la traducción de ciertos formatos, de ciertas piezas comunicacionales que evidentemente sí no van a ser, como te decía yo, como la aguja hipodérmica que crea un lazo es mucho más fuerte.</p>	<p>Entonces no hay una reconstrucción o actualización de una comunicación intercultural como país, como Ecuador, mucho más basado en lo que son la cosmovisión de los pueblos. Habrá documentos pequeños, pero son como una especie de declaratoria. Hacer la traducción del kichwa al español. Eso es lo único, eso es lo que dicen es la comunicación intercultural. Y eso no li es, es una cuestión de una comunicación bilingüe, posiblemente. Por ejemplo, las ordenanzas, las reuniones. No está dirigido en kichwa, todo está manejado en el español. Y también del entendimiento de cada cultura. Entonces de allí se pueden plantear estrategias de comunicación o plan de comunicación para cada una de las nacionalidades desde las diferentes áreas. Entonces toda esta parte es el trabajo que se puede recomendar.</p>
	<p>Entonces es importante tener una visión bastante globalizada, pero a la vez estar muy al tanto de las tendencias tecnológicas, muy al tanto de la coyuntura política, de la coyuntura socioeconómica. Tiene que estar muy al tanto de cómo se mueve el poder, porque mucho de lo que uno hace es trabajar a algo alineado a la coyuntura política. Además de sus características y de conocer el entorno, tiene que ser una persona muy polivalente, muy polivalente, porque un cargo de dirección tiene a la vez si te vas a dedicar a comunicación interna y comunicación externa, entonces la comunicación interna piensa tienes que saber todo lo que tiene que ver con cultura organizacional. Tienes que estar pendiente de todos los medios tradicionales, todo el tema de redes sociales, todo el tema de página web, programación SEO, que te digo, el posicionamiento mediático, pero también el tener esa capacidad. El contacto es muy personal esto es importantísimo para</p>	<p>Mínimo debe manejar un idioma. En este caso. Y ese equipo hablante tiene que de esa población tiene que manejar. Sin eso, por más que tenga intencionalidad, no se puede. Sí puede, pero no va a haber una eficiencia de poder entender una comunicación intercultural. Un requisito debe ser eso, ser bilingüe o trilingüe, además del español o un idioma de esa nacionalidad, de cualquier nacionalidad que pertenezca. En este caso, como es de Tena, tiene que ser kichwa. Y el otro, de hecho, tiene que tener el conocimiento de esa cultura para poder llegar a transmitir y tener esa vinculación. La experiencia también de haber trabajado con pueblos y nacionalidades.</p>

	<p>dar un seguimiento y una atención personalizada.</p>	
	<p>Una estrategia comunicacional tiene que ver con la infraestructura y dotación de servicios básicos. Porque más cobertura, más clientes. Yo haría que esto ocurra como estrategia más política que comunicacional, porque si tú tienes más antenas y más señal, tienes más cobertura y quizás tienes más inclusión de todos a esta globalización que tiene la Internet. Ahora, sin intención de cambiar netamente la cultura, definiría primero un complemento en un plan comunicacional que defina sus estrategias. Una investigación de campo, caminaría y le preguntaría a la gente cómo te enteras de las cosas. Nosotros vivimos todavía en un territorio en el que la gente vive al diario y si no trabaja no come, se va a cazar, a pescar al bosque, a recolectar frutos. Entonces ver la forma de que se incluya a nuestros medios o adaptar la comunicación a su estilo de vida. En medio de eso, usaría papeles en las paradas de buses, y no te estoy hablando de datos de propaganda de asientos en carretera, porque esas cosas son visibles; pero con información que pueda ser útil para el usuario.</p>	<p>Contar con la voluntad política de la autoridad, en este caso de la Alcaldía. Si no hay esa voluntad, simplemente cualquier plan o estrategia que se realiza se queda ahí. Se tiene que haber también el interés de construir una comunicación pese cualquier problema o dificultad. Para eso tiene que haber una reunión de trabajo de más que diagnóstico, trabajo de socialización o de recabar la información de cada una de las culturas, al menos con los delegados de las organizaciones de ese territorio. El otro aspecto considero que tiene que ser esta, esta estrategia de comunicación al menos hecho en dos idiomas, dependiendo de cuál población sea mayoritaria o por ejemplo si es kichwa, o también español. Y la otra parte se debe armar un equipo técnico de Comunicación Plural. Eso implica que tiene que haber un equipo multidisciplinario y también que manejen diferentes idiomas. Esos cuatro elementos le permiten hacer una estrategia de comunicación acorde para ese cantón. Pero si no tomamos en consideración eso, simplemente van a invalidar y muchas veces no llega a la población y se queda simplemente un documento escrito.</p>

Elaborado por: Santamaría, J. (2022)

Interpretación

Es interesante analizar las posturas de los expertos que, desde su conocimiento y entorno laboral tienen ideas un tanto opuestas a las preguntas que se les aplicó; mismas preguntas y perspectivas reveladoras y diversas. La Matriz de Información General fue dividida en tres categorías: Efectos, en la que se cuestionó a sobre las repercusiones al no incluirse temas de interculturalidad a los públicos que dispone el GADM; Experiencia, la misma que parte del conocimiento de los expertos y su desenvolvimiento laboral; Soluciones, abarca las propuestas que los expertos consideran importantes para que el GAD de Tena pueda mejorar la comunicación intercultural.

Efectos: La experta (Nadia Zurita, Tena, 11/10/2022) deja en claro lo que ella considera son las consecuencias de no llevar una correcta comunicación intercultural, pues menciona que quien no logra acceder a la información o lo hace de forma parcial, está siendo excluido; por tanto, el GADM de Tena está yendo en contra de la Constitución en donde se precisa que debe haber inclusión de todos los grupos sociales hasta los geográficamente lejanos. Por otra parte, (José Parco, Riobamba, 05/11/2022) empieza desde lo histórico, ya que de esto radica que aún haya comportamientos racistas o de marginación, añadiendo que desde décadas atrás se conceptualiza a la interculturalidad como algo superficial, y así se lo pone en práctica. El problema de la mala delimitación de lo que abarca la interculturalidad hace que perdure la opinión de autores de otros sitios que no conocen a cabalidad las culturas, y rijan lineamientos poco favorecedores para ejecutarla. Otra situación es que no se toma la importancia requerida para visibilizar como un igual a las demás culturas dentro de un territorio. En consecuencia, no se afirma la coexistencia con otras culturas y no se permiten conocer sobre su cosmovisión, creencias y características sociales.

Experiencia: El experto (José Parco, Riobamba, 05/11/2022) explica que, si se desea incluir a la interculturalidad dentro de un plan de comunicación en este caso de un gobierno municipal, es fundamental permitir la participación de las otras culturas desde la construcción de contenidos, proyectos o planificación; no se los debe incluir solamente como receptores sino quienes propongan ideas a llevar a cabo. Reitera sobre visibilizar los conocimientos, costumbres y tradiciones de los demás pueblos o nacionalidades; por tanto, que la producción de comunicación debe darse de la práctica continua para así reestructurarlo y fortalecerlo donde haga falta, creando así directrices reales que tenga datos obtenidos de los lugares a los que se espera llevar.

Continuando, (Nadia Zurita, Tena, 11/10/2022) lo resume en que es elemental el trabajo de campo, el uso del lenguaje y tener conocimiento del entorno y de las características de los habitantes de esas parroquias. Porque si no se dispone de aquello, es complicado seleccionar y utilizar los recursos idóneos para forjar comunicación y mucho menos una comunicación transversal como la intercultural. Parece poco, pero si no se parte de lo básico no se pueden desarrollar una red de comunicación efectiva.

Soluciones: En este apartado los expertos dieron opiniones fuera del ambiente laboral donde actualmente se desenvuelven, pues la intención es recapitular información que permita al investigador adecuarlas a la realidad del objeto de estudio y sea un generador de cambio. Las

estrategias que propone (Nadia Zurita, Tena, 11/10/2022) desde su conocimiento en comunicación organizacional son: el uso de lenguaje el mismo que se refiere adecuar al idioma de la cultura a la que se dirige, siempre al disponer información; crear nexos y buscar colaboración con otras entidades; el recurso humano; una buena opción es crear publicidad y propaganda de contenido de calidad adecuándola a todo tipo de canal y formato, por más primaria que pueda resultar, como por ejemplo, dar mensajes importantes en la misa del domingo. Enfocarse no sólo en pueblos o nacionalidades, también temas de género, diversidad social, política; hacer la comunicación de todos; revalorizando las formas de vidas de otros grupos sociales.

Las características de un director de Comunicación son significativas para los procesos comunicacionales entorno a la interculturalidad y (Nadia Zurita, Tena, 11/10/2022) lo percibe como un puesto de servicio, la cabeza de una red de trabajo, debe ser quien motive y esté al tanto de todo como: la audiencia, canales, formatos, entorno, cómo se mueve el poder y trata de ser polivalente. Desde la posición de Directos se pueden redoblar fuerzas para dar más cobertura a las zonas alejadas, indagar sobre los públicos y todo lo relevante a ellos, pues toda acción comunica y se debe considerar.

Asimismo, (José Parco, Riobamba, 05/11/2022) indica que, el director tiene que ser bilingüe para entender de primera mano las cosas a realizar, también tener la intención de construir comunicación intercultural, contar con un fuerte equipo de trabajo, y sobre todo tener amplio conocimiento o discernir a través de la investigación en el área lo que se puede mejorar en la comunicación que receptan los habitantes de todos los rincones del cantón.

Para facilitar el tema comunicacional referente a la interculturalidad en el GADM de Tena para (José Parco, Riobamba, 05/11/2022) primero se necesita saber lo que implica la interculturalidad desde conocimientos propios, porque los resultados de otras las escuelas del conocimiento se rigen a diferentes circunstancias que podría ser de ayuda hasta determinado punto, porque se es diversos y hay que tenerlo presente. Justamente para ello, se tiene que armar un equipo técnico de Comunicación Plural o un equipo multidisciplinario, además de integrar en cada parte del proceso y áreas a personas que pertenezcan y conozcan la cultura que también predomina en el cantón, así poder elaborar estrategias coherentes. Y, darle la importancia que por derecho tiene el visibilizar e incluir a los pueblos y nacionalidades.

4.2. Discusión de resultados

A continuación, en este epígrafe se debaten los resultados conseguidos en el proceso de elaboración de la investigación, mediante dos encuestas la que se enfocó: En los pobladores de las parroquias del cantón Tena; y en los funcionarios públicos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena. Adicionalmente, entrevistas a profundidad realizadas a dos expertos en comunicación intercultural y comunicación organizacional; el tema del estudio requirió la intervención del director de Comunicación del Municipio de Tena.

a) Encuestas

De acuerdo con los datos derivados de la investigación, se establece que es necesario reforzar los procesos comunicativos que se construyen desde la Dirección de Comunicación del GADM de Tena, pues de allí parte la comunicación que llega a los públicos internos y externos a la entidad pública, de manera que se evidencia el poco impacto en los públicos antes descritos, siendo esto una limitación para desarrollar mayor integración social y cultural en el territorio. López Gómez, J. T. (2013) explica lo importante que es la comunicación dentro de una institución, ya que ahí se configuran canales “interconectados, concebida para importar, seleccionar y analizar la información procedente del entorno y para exportar mensajes procesados de la organización al medio externo.” (p. 2)

Los procesos comunicacionales son tan importantes como necesarios para una institución de relevancia para todo un cantón como lo es el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena. Por tanto, la comunicación e información que se emiten del mismo debe ser mejor construido; porque este se la debe entender como un elemento básico que necesita ser complementado con investigación y planificación para el impulso de relaciones humanas y por lo mismo, está obligado a ser preciso y adecuado, así tener como resultados que la interculturalidad sea practicable en el ambiente laboral como en lo percibido en el usuario y crear un mejor impacto en todos los aspectos sociales y culturales. Se recalca que: “...cuando la comunicación es fluida, los procesos de intercambio se asignan, se delegan funciones y se establecen compromisos en todos los niveles”. (Rivera, A. B., et al.; 2005 p. 35).

La interculturalidad está siendo manejada como un igual de la cultura, de forma que se invierten todos los recursos hacían la difusión cultural a través de eventos culturales, populares, productos

audiovisuales y demás. Esto hace parte de la concepción de interculturalidad, no obstante, ésta va más orientada a la igualdad y equidad de condiciones en aspectos sociales cotidianos; por consiguiente, Diez, M. L. explica que: “La construcción de los proyectos interculturales debe ser entendida relacionándola con estrategias políticas contextualizadas. No puede pensarse en la interculturalidad desde una lógica instrumental, que propicia la extensión o universalización de un modelo transcultural con buenas intenciones” (2004; p. 195)

Recapitulando la Dirección de Comunicación está dirigiendo sus recursos y objetivos a llegar a la zona urbana del cantón, pues los pobladores de sectores rurales no están siendo parte de la organizacional y esto no porque se le excluya, sino que no se tiene las mismas condiciones de hacer comunicación en una zona donde si tiene señal e internet como otras muchas que lo disponen en menor medida o simplemente no lo tienen. Falta conocer más de las poblaciones que son usuarios directos a la Municipalidad, en función que al elaborar el plan de comunicación de la institución se plasmen objetivos reales y factibles para que la comunicación hacia los públicos ya sea interno o externo sea más eficaz y partiendo de allí se haga un mejor trabajo al difundir interculturalidad.

b) Entrevistas a Profundidad

Analizando la entrevista al director de Comunicación del GAD Municipal de Tena, se buscó entender lo que son las estrategias comunicacionales a este respecto: Riofrio, M. (2017) justifica que “es un conjunto de actividades puntuales en el proceso donde se ejerce la comunicación a fin de ganar aceptación y establecer una imagen posicionada en la mente del público, con la ayuda de técnicas de comunicación externas”. (p. 28) De acuerdo al mismo autor, están planteadas con la finalidad de cumplir el principal objetivo de las organizaciones, indistintamente si estas son de carácter social, cultural o económico.

En la última parte se remarcó el tema cultural o interculturalidad, que es la parte central de la investigación, considerando que Tena tiene la mezcla de dos culturas que sobresalen la mestiza y la kichwa, entre las dos se inserta la Waorani que siendo limitada su población, tiene una gran connotación a nivel nacional e internacional. Según las respuestas del Servidor Público, existen estrategias para resaltar el tema de la interculturalidad en la comunicación, pero es insuficiente, dada la importancia de lo que se le da a la Interculturalidad en la Constitución de la República; en sus respuestas no menciona si se tiene un presupuesto específico para comunicación intercultural,

claro si dice que en su equipo cuenta con dos personas kichwas, que tratan de llegar al sector rural por medios radiales, considerando indica que hay limitaciones con la conectividad.

Es decir que las estrategias están centralizadas a la parte urbana del Cantón Tena y muy poco se llega a los sectores rurales en donde está la mayor cantidad de población kichwa y waorani, por lo que es necesario contar con mayor presupuesto y trabajar con mayor interés en el territorio rural del Cantón Tena para fortalecer la interculturalidad en los procesos comunicacionales.

Ahora en base a las afirmaciones de la Comunicadora Organizacional y el Comunicador Intercultural, los dos coinciden en que las estrategias comunicacionales deben tener objetivos de horizontalidad, resaltando lo que es la no discriminación a los grupos sociales y culturales y tratando mejor por medio de varias estrategias de recuperar la interculturalidad, se retomó las cosas reafirmando que en el sector rural esta la mayor riqueza intercultural y que se deben generar estrategias apropiadas para potenciar esos componentes que se insertan en un Plan comunicacional, se dice que no solamente es importante que existan comunicadores de otra cultura sino que hablen y conozcan mucho de las culturas y tradiciones de las poblaciones autóctonas y de esta manera en las estrategias comunicacionales se pueda resaltar y que inclusive sea como parte del proceso comunicacional.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- Al discutir sobre la vinculación entre la teoría frente a la praxis que se desarrolla en el GADM de Tena, se constató los conceptos de los ejes principales de la investigación. Es así como, la comunicación organizacional de acuerdo a Andrade, H. (2012) hace referencia a un proceso complejo de significados, construcción de sentido y negociación de normas creadas por las personas implicadas en la consecución de objetivos de una organización. Además, de ser un sistema que se divide en el aporte técnico que figuran los medios para enviar la información; y el humano quienes comunican entre sí directamente. Guzman, V. (2012) Una vez establecido lo que responde a la comunicación organizacional se contraponen con los resultados obtenidos, pues esta se relaciona mediante la planificación comunicacional, los recursos y la labor que justifica el director de comunicación del GADM, es quien dispone del recurso humano, tecnología y relaciones públicas; en función de elaborar directrices dentro como fuera de la institución con la finalidad de cumplir con los objetivos del área de comunicación y el GADM.
- Se estableció a lo largo del estudio mediante encuestas y entrevistas a expertos las formas en las que se gestionó la comunicación orientada a la interculturalidad desde el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena hacia sus públicos; de tal forma, los eventos comunicativos se ven más enfocados en el ámbito cultural; las acciones comunicativas son desapercibidas por una parte considerable de la población; las estrategias se han utilizado en buena parte en eventos culturales y en menor medida en los programas radiales, y estos deberían tener mayor impacto en los habitantes pues se tiene conocimiento de la falta de conectividad de varias zonas del cantón; las actividades consideradas necesarias para resaltar la interculturalidad son: las visitas de campo; uso de medios alternativos; buscar apoyo en comunicadores populares, esto en función a crear lazos más directos con las necesidades de los públicos; la gestión comunicativa se ve respaldada por comunicadores bilingües, equipo tecnológico y trajes típicos. Sin duda, la herramienta más importante que se dispone en el GADM es la aprobación y apoyo en que se difundan temas de interculturalidad. Sin embargo, los esfuerzos en generar comunicación intercultural efectiva

hacia los públicos tanto internos como externos se restringe ya sea por falta de recursos humanos, económicos o de tiempo; el comunicador tiene a disposición el conocimiento para dirigir los esfuerzos que se tienen a la mano para alcanzar de mejor manera con los objetivos de la institución y hacer comunicación para todos.

5.2. Recomendaciones

- Es importante que los conceptos de interculturalidad, estrategias comunicacionales y comunicación organizacional tengan sentido o se oriente a facilitar el trabajo y la Misión Institucional en lo que es el rescate de la interculturalidad en todos sus aspectos, puesto que en muchas ocasiones se confunden los conceptos y es responsabilidad de los investigadores presentar resultados claros que sean entendibles a los lectores y personas que esperan continuar una investigación tomando como punto de partida la ya existente. Las conceptualizaciones e ideas que se expongan deben ser entendibles para otras personas, por eso es importante que en las investigaciones se tengan las ideas bien claras e inclusive se recomienda incluir un componente de lo que es marco conceptual resaltando los términos más relevantes y que son poco conocidos.
- Se recomienda tener un presupuesto definido, generar estrategias para visualizar las estrategias comunicacionales del GAD Municipal de Tena, porque si existe las personas encuestadas mismo afirman, pero muchos desconocen, lo que quiere decir que no se está considerando actividades para visualizar a través de los medios de comunicación y por ejemplo las redes sociales, la importancia de esta recomendación se fundamente en la distribución de la población por etnia y si se revisa las estadísticas más del 50% son kichwas en relación a otras etnias y culturas que habitan en el territorio. Es insuficiente el trabajo con las comunidades que es en donde se genera los productos comunicacionales relevantes vinculados a la interculturalidad, de ahí que se recomienda trabajar fuertemente en este proceso y además incluir recursos financieros que son necesarios para cumplir indicadores y metas comunicacionales.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

PLAN PARA RESCATAR LA INTERCULTURALIDAD EN LOS PROCESOS COMUNICACIONALES EN EL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN TENA

INTRODUCCIÓN

En el Tena se concentran grupos sociales con características individuales. La institución que debiese estar al tanto de dichas diferencias y velar por la ciudadanía en general es el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena. Por la misma razón, la comunicación es importante para mejorar la convivencia de los seres humanos; se añade el concepto de interculturalidad como forma más específica de discutir sobre la relación de personas y grupos que no necesariamente son distintas, pero si están sometidas a realidades de desventaja; entonces a través de la comunicación se busca dar efecto a la equidad de condiciones que se insiste con la interculturalidad.

Es probable que antes las propuestas al cambio, forzar el diálogo entre los grupos o sobre posibilidades de colaboración pueden ser poco prometedores, en uno de esos intentos se estrecharán los caminos donde alguna vez existió rivalidad y desencuentro, así es debatir e implementar la interculturalidad en un espacio social. Velázquez G. M.; Argueta V. A. (2013)

Como se puede visualizar Tena, es un territorio multicultural en donde habitan colonos de diversas provincias, kichwas, huaoranis, afroecuatorianos entre las principales acepciones culturales que se han identificado habitando el territorio de esta ciudad, ubicada en el centro de la Amazonía ecuatoriana. Esta caracterización étnica y cultural, hace que la planificación del desarrollo y ordenamiento territorial de la ciudad considere aspectos culturales, considerando que el 56% de la población es kichwa y que tiene otras maneras de vivir, a pesar de que la aculturización, debido a la presencia de colonos va modificando algunas costumbres de la población autóctona de este lugar.

Una de las actividades que tiene mucha importancia para el rescate y la difusión de las costumbres, tradiciones de la población ancestral del Cantón Tena es la comunicación, la misma que tiene responsabilidades, pero siempre direccionada desde la Autoridad y el grupo de concejales que

conforman el cuerpo edilicio, quienes disponen las acciones y estrategias que se deben ejecutar para promover la interculturalidad a través de la comunicación.

JUSTIFICACIÓN

Se analizaron con detenimiento los resultados de las encuestas aplicadas a los dos públicos, ubicadas en las parroquias rurales y urbana de Tena, además de los servidores del GAD Municipal de Tena y entrevistas a profesionales como el director de Comunicación del Municipio, una experta en Comunicación Organizacional y un Comunicador Intercultural. Esto en función a decidir las mejores estrategias que signifiquen la practicidad de la interculturalidad en los procesos o actividades comunicacionales que ejecuta la Entidad.

De hecho, para cumplir estos objetivos debe partir de la voluntad política de la autoridad de turno y sus concejales, quienes deben asignar el presupuesto para que se puedan implementar estrategias encaminadas a que la interculturalidad se visualice a través de las actividades y medios de comunicación. Esta es la razón y justificación para que la investigadora considere apropiado proponer la elaboración de un Plan de Comunicación, como el conjunto de líneas gruesas que mejoren las prácticas comunicacionales que actualmente, y beneficie no solo a la Autoridad sino a la población en general.

La toma de correctivos a tiempo hace que las actividades comunicacionales como elemento central, promuevan y resalten la cultura de los pueblos y nacionalidades especialmente el kichwa y huaorani que son los más representativas en la zona y que de esta manera se pueda difundir al país esta riqueza cultural valiosa, que dinamiza la actividad turística y por consiguiente la economía del cantón, sobreponiendo siempre el respeto, la aceptación y la equidad.

OBJETIVOS

Objetivo General

- Proponer un Plan de Comunicación para apropiar la interculturalidad en los procesos comunicacionales del GAD Municipal de Tena y su público interno y externo.

Objetivos Específicos

- Diagnosticar las debilidades que se presenta en el tema de la interculturalidad en los procesos comunicacionales en el GAD Municipal de Tena.
- Determinar actividades y estrategias que favorezcan la comunicación intercultural del GAD Municipal de Tena y sus públicos.
- Presentar la propuesta del Plan de Comunicación del GAD Municipal de Tena.

DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN COMUNICACIONAL

El diagnóstico de la situación comunicacional, es el resultado de la investigación realizada en campo utilizando las técnicas de la entrevista y las encuestas, tanto al público, servidores del GAD Municipal entre los cuales está el director de Comunicación, al mismo que tiempo se le entrevistó, una experta en comunicación organizacional y un comunicador intercultural, para determinar justamente las falencias en lo que es la interculturalidad en los procesos comunicacionales.

Procesos de Comunicación

Los procesos comunicacionales en el GADM se ven limitados por la falta de personal que realice trabajo de campo, para que se investigue más sobre los canales por donde llega la información a las parroquias rurales, pues la percepción ciudadana es que sólo en etapa de elecciones políticas se da importancia en llegar a tener contacto con los moradores; y que la información que conocen es por escuchar la radio o por lo que dicen los vecinos que van a vender o comprar productos en la zona urbana. El mensaje dirigido al público urbano sólo abarca temas de: turismo, propaganda política y festividades. Por la misma razón, se debe construir otro tipo de comunicación, menos sectorizada que demuestre la misma atención que otros grupos más cercanos a la municipalidad.

Añadiendo, la interculturalidad no es sinónimo de cultura solamente y si el enfoque es ese, el área de comunicación no está haciendo comunicación intercultural. La percepción que tiene el GAD Municipal es la misma que tiene la mayor parte de la población y esa es el motivo de reestructurar el concepto de interculturalidad en la institución, desde la Dirección de Comunicación se podría fortalecer relaciones con las otras Direcciones a cargo del Municipio con la misma intención de estrechar los lazos en la comunicación interna y externa; así como resultados se obtendría una

mejora en la imagen de la institución como un lugar de puertas abiertas que se preocupa y cumple con su misión y visión como entidad pública.

Target (Público objetivo)

- Comunidades
- Autoridades
- Comunicadores sociales.
- Turistas.
- Visitantes.

ACTIVIDADES

Coordinación de procesos comunicacionales con los GAD Parroquiales rurales

- Visita previa
- Reunión de trabajo
- Identificación de grupos de interés
- Elaborar cronograma de actividades
- Valoración de la estrategia por parroquia

Coordinación con las Comunidades representativas

- Visitas a las comunidades
- Reuniones con los Dirigentes
- Reuniones con los grupos culturales
- Rescate de vivencias y productos culturales
- Promoción inicial dentro de la Comunidad

Inserción del tema de la interculturalidad en los procesos comunicacionales.

- Sistematización y organización de la información recabada en campo
- Promover talleres con los actores para facilitar y aprobar los elementos que vinculan a la cultura.
- Realizar eventos públicos utilizando canales de comunicación incluyendo como partida la interculturalidad.

- Difundir a través de medios físicos y digitales la comunicación intercultural y sus valores

Estructura interna de la Dirección de Comunicación

- Incluir en el Plan anual de actividades del tema de interculturalidad en los procesos comunicacionales.
- Definir un presupuesto y gestionar para la aprobación de la partida presupuestaria
- Tener en el equipo personal kichwa hablante
- Promover reuniones internas que resalten la interculturalidad en la comunicación

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Plan de Comunicación

El plan de comunicación pretende dar respuesta al dilema de qué decir y cómo decirlo. Se establece como una herramienta para la organización y es esencial para la preparación de la institución. Debe tener una existencia formal, una definición documentada y establecerse a lo largo del tiempo en papel. (Navarra, 2022) El principal medio de difusión de información estratégica para incentivar el desarrollo efectivo de la organización. Es la entrada para que todos y cada uno de los colaboradores realicen sus tareas con eficacia, lo que ayuda a avanzar en la identidad, reputación y cultura de la organización. (Chávez, 2016)

Para Pacheco, J. (2016) el plan de comunicación dentro de una institución es de una herramienta que ayuda a identificar y distinguir los distintos requisitos y logros de la asociación de los compañeros de equipo. Además, desarrolla numerosas técnicas de motivación para el personal teniendo en cuenta sus demandas de un entorno de trabajo sin estrés. Cumple el propósito de la comunicación organizativa al generar e intercambiar información mediante esfuerzos tanto grupales como individuales. (Unila, s.f.).

Los autores (Tur-Viñes & Monserrat-Gauchi, 2014) explican que dentro de las características tiene el contextualizar, sistematizar y concretar la planificación estratégica de la comunicación en el entorno actual, este documento recopila los principales esfuerzos en curso y ofrece una recomendación específica para su aplicación. Trabajar con objetivos, estimar los gastos y recursos necesarios y motivar la selección de los enfoques de comunicación más eficaces es posible gracias a la comunicación estratégica, que es la herramienta que perfila las dificultades de comunicación

que la empresa pretende asumir y elige cómo abordarlas. Se basa en la investigación, tanto al principio (diagnóstico) como al final (evaluación).

Procesos Comunicacionales

Desarrollándose dentro de un sistema de sentido que, una vez adquirido, es difícil de descartar. Debido a que el significado se hereda, y las personas adecuan dichos significados en sus entornos.

Quintero, R. (2014) Los procesos de comunicación tanto dentro como fuera de la institución necesita la aplicación de una herramienta conocida como un plan estratégico que puede ser dirigida a mejorar en cuestiones externas e internas, por medio de ese plan se seleccionan los canales e instrumentos precisos para fortalecer los procesos de comunicación. Boj Galdo, N. E. (2016) Para García Villa, M. J. explica que “los procesos comunicacionales de las Instituciones Públicas están ligados a un proceso lineal, sistémico, trayendo consigo falencias comunicacionales tanto internas como externas, dañando el ambiente laboral y la imagen institucional” (2019 p.59)

Interculturalidad

La comunicación intercultural va a ser uno de los temas más importantes en los próximos años, en la actualidad hay bastantes indicios que apuntan que el interés por la comunicación intercultural va en aumento. En primer lugar, hay muchas culturas para las que no está próximo un nuevo milenio, la medición del tiempo es una convicción cultural. Es posible que el lector esté pensando que los teóricos siempre nos complicamos la vida innecesariamente.

La autora (Allende, 2022) menciona en su investigación que la interculturalidad tiene un amplio abanico de ventajas. Por un lado, si vemos la interculturalidad como un contacto, descubrimos ventajas como el aprendizaje de diferentes visiones del mundo, formas de pensar, sentir y actuar, lo que seguramente ayuda a ampliar y enriquecer nuestro cerebro. El desarrollo del respeto va más allá de la tolerancia. Indagar en nuestros propios pensamientos, emociones y comportamientos ayuda a desarrollarnos como personas y como comunidad. Las ventajas de entender la interculturalidad como modelo de integración, ya sea de una sociedad, organización, modelo educativo, etc., son numerosas y variadas. Entre ellas destacan la mejora de la convivencia y el respeto, la cohesión, la creatividad y la innovación, la mejora en la toma de decisiones y el aumento del talento y la productividad.

Según los autores (Alberdi, Medici, Coria, & Magaldi, 2010) uno de los beneficios de la interculturalidad es que esta es una forma única de aprendizaje experimental porque se concentra en los pensamientos de los participantes y los desafía a modificar su visión del mundo poniéndolos en la posición del otro participante que viene de una cultura diferente.

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Se considera la estrategia de comunicación como el conjunto de acciones y actividades que permiten la aplicación de ciertas herramientas y técnicas conducentes al cumplimiento de los objetivos determinados.

En este caso para resaltar la interculturalidad en los procesos comunicacionales del Gobierno Autónomo Descentralizado de Tena, se deben ejecutar algunas acciones que deben ser ordenadas, planificadas y ejecutadas en base a una planificación en tiempo, espacio y contando con una asignación económica.

Es importante trabajar en estas estrategias tratando de ser inclusivos, considerando que la ciudad de Tena es multi-étnica y especialmente dándose cuenta de que la población kichwa es en porcentaje mayor que la colona.

Productos

- Se puede crear un logotipo que identifique a la interculturalidad en los procesos comunicacionales.
- Spots radiales resaltando la interculturalidad
- Elaboración de trípticos para difundir el tema de la interculturalidad
- Presentación para exponer en charlas y reuniones sobre los temas de la interculturalidad vinculado a los procesos comunicacionales del GAD Municipal de Tena.

Campaña

Objetivo

Difundir a través de estrategias comunicacionales la interculturalidad y resaltar la imagen de las etnias y su riqueza cultural como parte de los procesos de comunicación del GAD Municipal de Tena.

Mecanismo operativo

- Dinamizar el personal del equipo de comunicación del GAD Municipal de Tena
- Insertar los temas de la interculturalidad en los procesos comunicacionales
- Ser inclusivo en programas y eventos comunicacionales

Participantes

- Alcalde de Tena
- Concejales
- Director de Comunicación
- Equipo de la Dirección de comunicación
- GAD Parroquiales rurales
- Comunidades
- Medios de comunicación locales

Actividades para los diferentes actores

Objetivo General

Definir actividades y responsabilidades para cada uno de los actores que intervienen en el Plan de Comunicación del GAD Municipal de Tena.

Objetivos específicos

- Definir los roles de cada uno de los actores en lo que es la interculturalidad en los procesos comunicacionales.
- Asignar responsabilidades y modelos de acción, con estrategias adecuadas para visualizar la interculturalidad en los procesos comunicacionales.
- Hacer seguimiento y retroalimentación a las estrategias que se promueven para identificar la interculturalidad en los procesos comunicacionales.

Alcalde y concejales

- Aprobar el plan de comunicación propuesto
- Asignar los recursos necesarios
- Complementar con otras estrategias para actualización permanente del plan
- Apoyo logístico permanente

Director de Comunicación del GAD Municipal de Tena

- Trabajar con un equipo multidisciplinar
- Elaborar con su equipo el cronograma para ejecutar el Plan de comunicación
- Asignar responsabilidades específicas
- Recomendar la inserción de comunicadores bilingües en el equipo
- Gestionar asignación presupuestaria
- Coordinar acciones con los GAD Parroquiales

Equipo de comunicación

- Ejecutar las estrategias propuestas
- Visitar las comunidades
- Hacer actividades comunicacionales con las comunidades
- Procurar la mejora y actualización continua

GAD Parroquiales

- Brindar apoyo al equipo de comunicación del GAD Municipal de Tena
- Asignar recursos complementarios
- Vincular a las comunidades representativas
- Tener un representante para eventos comunicacionales con orientación a la interculturalidad.

Comunidades

- Rescatar sus propuestas culturales
- Apoyar al equipo de trabajo externo
- Proponer nuevas ideas para que se conviertan en estrategias comunicacionales

Medios de comunicación

- Coordinar acciones con la Dirección de comunicación del GAD Municipal de Tena
- Insertar en sus programas la interculturalidad como parte de los procesos comunicacionales
- Rescatar vivencias y componentes de la interculturalidad e insertar en los procesos comunicacionales que se emiten al público.

COSTOS APROXIMADOS

Producto	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Subtotal
Spots radiales	Anual	5	400	2.000
Trípticos	Unidad	5000	1,25	6.250
Eventos comunicacionales interculturales	Anual	12	2500	30.000
Visitas a Comunidades	Logística	250	100	2.500
Equipos y otros elementos	Unidad	5	1500	7.500
TOTAL				\$ 48,250

Elaborado por: Jasiel Santamaría (2022)

Referencias

- Alfaro, M. (2018). *Bantaba*. Obtenido de https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjO5qf-m7H5AhVrZTABHWafAdMQFnoEACAcQAQ&url=http%3A%2F%2Fwww.bantaba.ehu.es%2Fformarse%2Fficheros%2Fview%2FLA_COMUNICACION%25C3%2593N_COMO_RELACION%25C3%2593N_PARA_EL_DESARROLLO.pdf%3Fprevi
- Alvarez , A. (2014). *Interculturalidad: concepto, alcance y derecho*. México: Ediciones mesa directiva .
- Alberdi, C., Medici, J. D., Coria, J. I., & Magaldi, P. (2010). Beneficios e impacto del aprendizaje intercultural mediante educación no formal. *Director*, 1-13.
- Allende, I. (12 de 04 de 2022). *La interculturalidad y sus beneficios*. Obtenido de Global equitas: <https://www.globalequitas.es/BLOG/LA-INTERCULTURALIDAD-Y-SUS-BENEFICIOS/index.php/>
- Andrade, H. (2012). *Comunicación organizacional interna: procesos, disciplina y técnica* . México: Red Tercer Milenio.
- Arias, F. (2016). *El proyecto de investigación*. Bogotá: Laurence.
- Brandolini, A., González, M., & Hopkins, N. (2009). *Comunicación interna: claves para una gestión exitosa* . Buenos Aires : Editorial DIRCOM.
- Briones G. (2002). *Metodología de la investigación cuantitativa en las ciencias sociales*. Bogotá: Instituto Colombiano para el fomento de la Educación Superior.
- Boj Galdo, N. E. (2016). *Gestión de los procesos comunicacionales internos: Caso Hotel Bonaro* (Doctoral dissertation).
- Bronstrup, C., Godoi, E., & Ribeiro, A. (2007). *Comunicación, lenguaje y comunicación organizacional*. Sao Leopoldo: UNIrevista.
- Casas, J., & Repullo, J. (2003). *La encuesta como técnica de investigación*. Madrid : Departamento de planificación y economía de la Salud.
- Centro de estudios de opinión. (2008). *Diseños de investigación experimental y no experimental*. Antioquia: Universidad de Antioquia.
- Chávez, P. (2016). *El plan de comunicación como estrategia organizacional*. Quito : Universidad Politécnica Salesiana.
- Chávez, P. (2016). *El plan de comunicación como estrategia organizacional*. Obtenido de Space, 1- 63: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/12543/1/UPS-QT09448.pdf>
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la Administración*. McGraw Hill.

- Collado , C. (2009). *La comunicaci{on en las organizaciones* . Guadalajara: Trillas.
- Consejo de desarrollo de las nacionalidades y pueblos del Ecuador. (2011). *Interculturalidad* . Quito: CODENPE.
- Cuza, E. (Noviembre de 2011). *Eumed*. Obtenido de www.eumed.net/rev/cccss/15/
- Enguix, B. (2014). *Cultura, culturas, antropología*. Catalunya: UOC.
- Espina , A. (1996). *Manual de antropología cultural*. Quito: Ediciones ABYA-YALA.
- Fábregues, S., Meneses, J., Rodríguez, D., & Paré, M. (2016). *Técnicas de investigación social y educativa*. UOC.
- Favaro, D. (2006). *Comunicación organizacional*. Buenos Aires : Creas.
- Fedor, J. (2016). La comunicación. *Scielo*, 1-2.
- Fonseca, S. (2000). *Comunciación Oral Fundamentos y práctica estratégica*. México: Pearson Educación.
- GAD del canón Tena. (15 de 03 de 2022). Historia. Tena, Napo, Ecuador.
- Galindo, L. (1998). *Técnicas de instegicación en sociedad, cultura y comunicación*. México: Logman.
- García , N. (2016). Diferentes, desiguales y desconectados, mapas de la inteculturalidad. *De raíz diversa*, 3(6), 261-267.
- Gobierno de Colombia Mineducación. (2018). *Interculturalidad*. Bogotá: Gobierno de Colombia Mineducación.
- García Villa, M. J. (2019). *Análisis de los procesos comunicacionales internos y su incidencia en el comportamiento organizacional del Ministerio de Cultura y Patrimonio* (Bachelor's thesis, Quito: UCE).
- González, M. (2009). *Comunicación interna* . Buenos Aires : La cirujía Ediciones.
- Guisasola, M. (Agosto de 2006). *FLACSO*. Obtenido de [file:///C:/Users/FUNCIÓNARIO/Downloads/LFLACSO-04-Guisasola\(1\).pdf](file:///C:/Users/FUNCIÓNARIO/Downloads/LFLACSO-04-Guisasola(1).pdf)
- Guzman , V. (2012). *Comunicación organizacional* . Tlalneplantla: Red Tercer Milenio S.C.
- Harris, M. (2000). *Antropología cultural*. Estados Unidos.
- Harris, M. (2012). *Antropología Cultural*. México: papers.
- Hernández, G. (2017). *Método Analítico*. México: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
- Kottan, C. P. (2010). *Introducción a la antropología cultural*. México: McGRaw Hill.

- Lamb , C., Hair, J., & Mc, D. (2006). *Marketing*. International Thomson.
- Lopera, J., Ramírez , C., Zuluaga, M., & Ortiz , J. (2015). El método analítico como método natural. *Revista crítica de ciencias naturales y jurídicas*, 25-32.
- Lopera, J., Ramírez, E., & Ortiz, J. (2016). El método analítico como método natural. *Revista crítica de ciencias sociales y Jurídicas*, 23-34.
- Lopez, N. & Sandoval, I. (2009). *Métodos y técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa*. México: UNISON.
- Maliza, S. (Octubre de 2013). *Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana*. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/6474>
- Martin, M. V. (2007). Planificación de comunicación: tres aproximaciones a su finalidad en las organizaciones. *Razón y Palabras*(5), 9.
- Navarra. (2022). *¿CÓMO PLANIFICAR LA COMUNICACIÓN DESDE UNA INSTITUCIÓN PÚBLICA?* Obtenido de Gobierno de Navarra: <http://www.navarra.es/nr/rdonlyres/5fbd54a1-d7cf-4eaf-9ec3-43ad2fcd3a9e/0/guiaparaelaborarunplandecomunicacion2012x.pdf>
- Pacheco, J. (2016). *Importancia de la comunicación organizacional*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/importancia-la-comunicacion-organizacional/>
- Nanda , S. (1987). *Teoría y método de la Antropología cultural*. México: Grupo Editorial Iberoamérica .
- Ortega, G. (2016). *La Comunicación publicitaria*. Barcelona: Pirámide.
- Paoli, A. (1985). *Comunicación e información*. México: Trillas.
- Perez, A. (2020). *La Cultura escolar en la sociedad neoliberal*. Madrid: MORATA.
- Ramos , E. (2016). *Métodos y técnicas de investigación*. Academia .
- Riofrio, M. (2017). *Análisis de la planificación y gestión de la comunicación organizacional en le GAD Municipal de Playas*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Sabino, C. (1992). *El proceso de investigación*. Caracas: Cid Editor.
- Sabino, C. (2017). *Proceso de investigación*. Lima: Perú sur.
- Segredo, A. (2016). *Comunicación organizacional como dimensión necesaria para medir el clima en las organizaciones en la salud pública* . La Habana: Revista UJAT.
- Segundo, M. (Octubre de 2013). *Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana*. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/6474>
- Soria , R. (2008). *Cominucación organizacional: un modelos aplicavle a la microempresa*. Iztapalata : Universidad Autónoma Metropolitana .

- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de Marketing*. México: McGraw Hill.
- Tur-Viñes, V., & Monserrat-Gauchi, J. (2014). El plan estratégico de comunicación, Estructura y Funciones . *Razón y Palabra*, 1-19.
- Tamayo , M. (2003). *El proceso de la investigación científica* (cuarta ed.). México: Limusa.
- Thompson, I. (2008). *Definición de comunicación* . México: Promonegocios.
- Uranga, W. (2011). *Para pensar las estrategias en la planificación desde la comunicación* . Quito.
- Unila. (s.f.). *Y tú, ¿conoces la importancia de la comunicación organizacional?* Obtenido de Universidad Latina: <https://www.unila.edu.mx/importancia-comunicacion->
- Velázquez G. M.; Argueta V. A. (2013). INTERCULTURALIDAD Y EDUCACIÓN SUPERIOR: CONOCIMIENTOS, SABERES Y ENSEÑANZA. Colección Cuadernos de Trabajo No.1; p. 37

ANEXOS

▪ Anexo 1

INSTRUMENTO - ENCUESTA

Formulario de encuestas sobre: La interculturalidad en los procesos comunicativos en el gobierno autónomo descentralizado municipal de tena, 2021

La realización de esta encuesta tiene el objetivo de recabar datos en los que se proyecte la percepción sobre el manejo del eje de la interculturalidad en los procesos comunicacionales del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena, que va *dirigida al público externo* correspondiente a la población de las diferentes parroquias del cantón Tena; esto como parte del proyecto de titulación en la Licenciatura de Comunicación. Muchas gracias por su colaboración.

1. Género

- Masculino
- Femenino
- Otro
- Otro. Describa.....

2. Rango de edad

- 15 - 25 años
- 26 -35 años
- 36 – 45 años
- 46 – 55 años
- Más de 55 años

3. Parroquia a la que pertenece

- Tena
- Pano
- Tálag
- Puerto Napo
- Misahualli
- Ahuano
- Chonta Punta

4. Identificación étnica

- Blanco
- Mestizo
- Indígena
- Afrodescendiente
- Otro
- Otro. Describa.....

5. ¿Sabe usted si el GAD Municipal de Tena, propone acciones para difundir la interculturalidad en la comunicación?

- Siempre
- Casi siempre
- Nunca

6. ¿Ha asistido a algún evento en el que se plasme interculturalidad en los eventos

comunicativos organizados por el GAD Municipal de Tena?

- Siempre
- Casi siempre
- Nunca

7. ¿Las propuestas de eventos de comunicación popular, toma en cuenta?

- Ámbitos sociales
- Ámbito Político
- Ámbito cultural

8. ¿Considera usted que en la planificación de la comunicación promueve el GAD Municipal de Tena, se debería incluirse los temas inherentes a interculturalidad?

- Siempre
- Casi siempre
- Nunca

9. ¿Qué estrategias según su opinión son necesarias para posibilitar la interculturalidad de manera general?

- Eventos populares
- Eventos culturales
- Programas radiales de difusión cultural

10. ¿Usted como ciudadano ha notado algún tipo de discriminación por el tema de interculturalidad en la comunicación del GAD Municipal de Tena?

- Siempre
- Casi siempre
- Nunca

11. ¿De las siguientes actividades cuáles consideran importantes para resaltar la interculturalidad?

- Utilizar medios alternativos comunitarios
- Realizar visitas de campo a comunidades
- Buscar apoyo con otros comunicadores populares.

12. Para ejecutar actividades comunicacionales en el que se rescate la interculturalidad, el GAD Municipal de Tena, ¿cuenta con?

- Comunicadores bilingües
- Trajes típicos de interculturalidad
- Equipos de comunicación popular.

13. ¿Usted apoya para que el tema de la interculturalidad se difunda por los canales de comunicación del GAD Municipal de Tena?

- Siempre
- Casi siempre
- Nunca

▪ **Anexo 2**

Formulario de encuestas sobre: La interculturalidad en los procesos comunicativos en el gobierno autónomo descentralizado municipal de Tena, 2021

La realización de esta encuesta tiene el objetivo de recabar datos en los que se proyecte la percepción sobre el manejo del eje de la interculturalidad en los procesos comunicacionales del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena, que va *dirigida al público interno* que concierne a los empleados públicos de GADM Tena; esto como parte del proyecto de titulación en la Licenciatura de Comunicación. Muchas gracias por su colaboración.

1. Género

- Masculino
- Femenino
- Otro

2. Rango de edad

- 26 -35 años
- 36 – 45 años
- 46 – 55 años
- Más de 55 años

3. Parroquia a la que pertenece

- Tena
- Pano
- Tálag
- Puerto Napo
- Misahualli
- Ahuano
- Chonta Punta

4. Identificación étnica

- Blanco
- Mestizo
- Indígena
- Afrodescendiente
- Otro

5. ¿Sabe usted si el GAD Municipal de Tena, se ejecutan acciones afirmativas en favor de los grupos étnicos?

- Conoce
- Conoce poco
- Desconoce

6. ¿Cuáles de las siguientes acciones afirmativas son consideradas en el tema comunicacional en el GAD Municipal de Tena?

- Difusión de saberes
- Rescate de danzas culturales
- Trabajo en grupo

7. ¿Considera usted que la comunicación emitida por el GADM de Tena, toma en cuenta a la interculturalidad?

- Siempre

- Casi siempre
- Nunca

8. ¿Conoce usted que, si en el plan de comunicación que promueve el GADM de Tena, se incluye temas relacionados a la interculturalidad?

- Conoce
- Conoce poco
- Desconoce

9. ¿Sabe usted si en las actividades comunicacionales del GAD Municipal de Tena, se incluyen directrices para rescatar los valores culturales?

- Conoce
- Conoce poco
- Desconoce

10. ¿Sabe usted si en la Dirección de Comunicación, trabaja en coordinación con el área de interculturalidad para difundir estos valores?

- Conoce
- Conoce poco
- Desconoce

11. ¿Usted como servidor del GADMT, sabe si en el presupuesto anual se incluye un rubro para actividades de comunicación intercultural?

- Conoce
- Conoce poco
- Desconoce

12. ¿Desde su punto de vista considera que la Autoridad y los Concejales, se preocupan por el rescate de la interculturalidad desde el del GAD Municipal de Tena?

- Siempre
- Casi siempre
- Nunca

13. ¿A su criterio considera que algunas de las acciones que ha ejecutado el GAD Municipal de Tena, en el tema comunicacional, son relevantes para fortalecer el tema de la interculturalidad?

- Si
- No
- A veces

14. ¿Usted considera que existen eventos públicos en los que se difunda el tema de la interculturalidad?

- Siempre
- Casi siempre
- Nunca

▪ **Anexo 3**

GUÍA DE ENTREVISTA – EXPERTO 1

1. ¿Qué importancia se le da a la interculturalidad dentro de la planificación comunicacional del GADM?
2. ¿Cuáles son los medios de comunicación que emplea el GAD para llegar a las zonas rurales, y cuáles las considera efectivas para difundir la interculturalidad?
3. ¿Cómo establece usted si la comunicación que realiza el GAD llega a las parroquias rurales y a la zona urbana?
4. De los siguientes recursos: ¿Cuáles tiene a disposición y en qué momento se las pone en acción?
1) Utiliza medios alternativos comunitarios; 2) Realiza visitas de campo a comunidades; 3) Busca apoyo en otros comunicadores populares.
5. ¿Desde su espacio cómo aporta Usted y su equipo para fortalecer el tema de la interculturalidad en el territorio del Cantón Tena?
6. ¿Qué estrategias ha propuesto usted, con relación al tema de comunicación intercultural para abarcar en su totalidad en las siete parroquias rurales del Cantón Tena?

▪ **Anexo 4**

GUÍA DE ENTREVISTA – EXPERTOS 2 & 3

1. ¿Qué repercusiones considera usted que se pueden dar si no se incluyen temas de interculturalidad en la comunicación interna y externa del GADM; y en la interacción de los grupos étnicos que existen en el cantón?
2. ¿Cómo se incluyen temas de interculturalidad y de rescate de valores culturales dentro del plan de comunicación de una entidad pública?
3. ¿Qué recursos se pueden disponer para el buen manejo de la comunicación intercultural?
4. ¿Cuáles son sus propuestas ante la problemática que tiene la comunicación intercultural debido a la poca efectividad para llegar a las zonas rurales?
5. Desde su opinión: ¿Qué características debe tener un Director de Comunicación de una institución pública en un cantón que abraza varios grupos étnicos y gran riqueza cultural?
6. ¿Qué estrategias propondría usted, para que se trabaje desde el GAD Municipal de Tena para facilitar el tema comunicacional referente a lo intercultural?

▪ **Anexo 5**

ENTREVISTA – EXPERTO 1

Diego Montenegro – Director de Comunicación del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tena – 15 de octubre de 2022.



▪ **Anexo 6**

ENTREVISTA - EXPERTO 2

Nadia Zurita – Directora de Comunicación de la Universidad Regional Amazónica Ikiam – 11 de octubre de 2022



▪ **Anexo 7**

ENTREVISTA - EXPERTO 3

José Parco - Directora de Comunicación de la Universidad Regional Amazónica Ikiam - 05 de noviembre de 2022



▪ Anexo 8

APLICACIÓN DE ENCUESTA

