



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

Estrategias de Comunicación Gubernamental (CG) y su incidencia en la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Chunchi, período enero – junio de 2016.

**AUTORA**

Gabriela Aguirre Tamayo

**TUTOR**

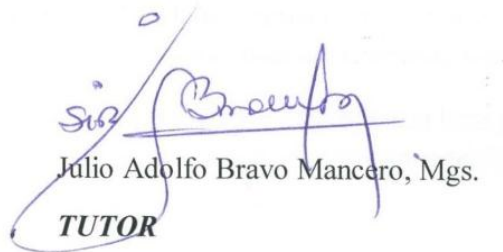
Mgs. Julio A. Bravo Mancero

**AÑO**

2017

## INFORME DEL TUTOR

En mi calidad de tutor, y luego de haber revisado el desarrollo de la Investigación elaborada por **Gabriela Aguirre Tamayo**, tengo a bien informar que el trabajo indicado, cumple con los requisitos exigidos para que pueda ser expuesta al público, luego de ser evaluado por el Tribunal designado.

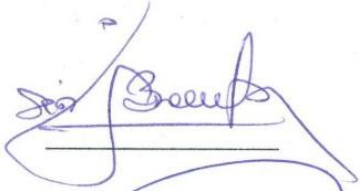
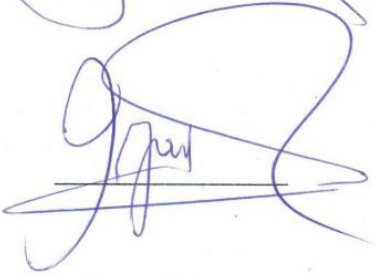
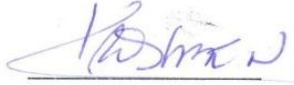


Julio Adolfo Bravo Mancero, Mgs.  
**TUTOR**

*Riobamba, febrero de 2017*

## CALIFICACIÓN DEL TRABAJO ESCRITO DE GRADO:

Nombres y Firmas del Presidente y miembros del Tribunal:

	Nota	Firma
Ms. Julio Bravo Tutor	<u>10</u>	
Ms. Marcelo Jijón Miembro del Tribunal	<u>10</u>	
Ms. Carlos Larrera Miembro del Tribunal	<u>10</u>	
Promedio	<u>10</u>	

## **DERECHOS DE AUTOR**

Yo, **Gabriela Aguirre Tamayo** soy responsable de las ideas, doctrinas, resultados y propuestas expuestas en el presente trabajo de investigación, y, los derechos de autoría pertenecen a la Universidad Nacional de Chimborazo.

  
Gabriela Estefanía Aguirre Tamayo  
0604886713

## **DEDICATORIA**

Esta tesis se la dedico a mi Dios quien supo guiarme por el buen camino, darme fuerza para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

Y mi mayor inspiración a mi pequeño hijo José Andrés quien me ha enseñado de la palabra luchar, mi fuerza para continuar mi más grande felicidad.

## **AGRADECIMIENTO**

El presente trabajo de tesis agradezco a Dios por guiarme y por permitirme llegar hasta el final.

A mis padres por convertirse en mi mayor apoyo durante los años de estudio.

A mis profesores quienes con sus conocimientos, experiencia y paciencia han contribuido en mi formación profesional.



## ÍNDICE

Portada	i
Informe del Tutor	ii
Hoja de Calificación del Tribunal	iii
Derecho de autor	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice General	xvii
índice de Tablas	ix
Resumen	x
Summary	xi
Introducción	xii
<b>CAPÍTULO I</b>	<b>1</b>
1. MARCO REFERENCIAL	1
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	1
1.3 OBJETIVO GENERAL	2
1.3.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	2
1.4 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA	2
<b>CAPÍTULO II</b>	<b>4</b>
2. MARCO TEÓRICO	4
2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	4
2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	4
2.2.1 COMUNICACIÓN	5
2.2.2 TEORÍA FUNCIONALISTA	6
2.2.3 ESTRUCTURALISMO	8



2.2.4 CRITICISMO	10
2.2.5 ANTROPOLÓGICA CULTURAL	13
2.2.6 COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO	16
2.2.7 DESARROLLO LOCAL	17
2.2.7 ¿QUÉ ES LA COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL?	17
2.2.7.1 CARACTERIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL	23
2.2.8 EL VALOR DE LA ESTRATEGIA EN LA TOMA DE DECISIONES	27
2.2.6 EL MITO DE GOBIERNO	28
2.2.9 COMUNICAR PARA GOBERNAR	28
2.2.10 JURISDICCIONES CANTONALES SEGÚN EL COOTAD	29
2.2.12 CANTÓN CHUNCHI	33
2.2.13 COMPOSICIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL ACTUAL	42
2.3 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS	42
2.4 HIPÓTESIS	43
2.5 VARIABLES	43
2.5.1 VARIABLE INDEPENDIENTE	43
2.5.2 VARIABLE DEPENDIENTE	43
<b>CAPÍTULO III</b>	44
3. MARCO METODOLÓGICO	44
3.1 MÉTODO	44
3.1.1 ANALÍTICO – SINTÉTICO	44
3.1.2 INDUCTIVO – DEDUCTIVO	44
3.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN	44

3.2.1 BIBLIOGRÁFICA	44
3.2.2 DE CAMPO	44
3.2.4 APLICADA	44
2.3 POBLACIÓN Y MUESTRA	44
2.3.1 POBLACIÓN	44
2.3.2 MUESTRA	45
2.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	46
2.5 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	47
<b>CAPÍTULO IV</b>	<b>58</b>
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	58
4.1 CONCLUSIONES	58
4.2 RECOMENDACIONES	59
<b>CAPITULO V</b>	<b>60</b>
5. MARCO PROPOSITIVO	60
5.1 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL PARA EL MEJORAMIENTO DE LA GESTIÓN DEL GADM – CHUNCHI	60
<b>REFERENCIAS</b>	<b>63</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>65</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Universo de estudio	44
Tabla 2	Técnicas e instrumentos de recolección de información	45
Tabla 3	Comunicación gubernamental	46
Tabla 4	Influencia de la Comunicación Gubernamental	47
Tabla 5	Estrategias de Comunicación Gubernamental	48
Tabla 6	Mito de gobierno	49
Tabla 7	Socialización del mito de gobierno	50
Tabla 8	Vínculo de la comunicación gubernamental	51
Tabla 9	Eje de planificación	52
Tabla 10	Comunicación gubernamental y gestión	53
Tabla 11	Construcción de imagen	54
Tabla 12	Comunicación gubernamental como eje de gestión	55
Tabla 13	Decisiones sobre la estrategia	60
Tabla 14	Construcción del mensaje	60
Tabla 15	Estructura	61
Tabla 16	El eje comunicacional	66
Tabla 17	La comunicación y la gestión	68
Tabla 18	El mito de gobierno	70
Tabla 19	Información municipal	72
Tabla 20	Nivel de confianza	74

## **RESUMEN**

El presente trabajo de titulación se realizó para determinar si las estrategias de comunicación gubernamental inciden o no en la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Chunchi.

Esta nueva arista de especialización reforzó la comunicación desde lo público sin ser un hecho reciente. La mirada de los nuevos profesionales hacia un estilo de comunicación más eficiente que vincule organización-personas obligó a tomar decisiones orientadas a que las acciones de gobierno lleguen a los diversos sectores como mecanismo de rendición de cuentas o de participación en la gestión. En el GADM de Chunchi no están alejados de este aspecto convertido en fundamenta para el desarrollo institucional.

Es innegable que las actividades de gestión tengan en la comunicación su soporte y ningún paso que se dé se aparte de ella. Esto obliga a una especialización de los comunicadores hacia un sector que tiene como punto de partida la planificación, pasa por la ejecución, encuentra asidero en el acompañamiento y se fortalece al momento de la evaluación.

Como metodología se desarrolló un estudio de campo de tipo descriptivo: una encuesta al personal administrativo del GADM, al alcalde y a los concejales. Los resultados indicaron que, si bien existe un fortalecimiento de la actividad, es necesaria una especialización de los comunicadores para la eficiente construcción de estrategias que apunten al fortalecimiento de la gestión de lo público.

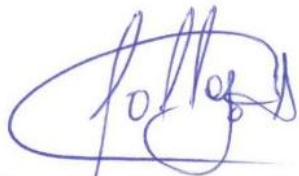
## Abstract

The present research was carried out to determine if the strategies of governmental communication influence or not in the management of the Autonomous Government Decentralized Municipal of Chunchi.

This new edge of specialization reinforced communication from the public without being a recent fact. The view of the new professionals towards a more efficient style of communication that links organization-people forced to make decisions oriented to that the actions of government arrive at the diverse sectors like mechanism of accountability or participation in the management. In the Chunchi GADM they are not far from this aspect turned into a foundation for institutional development.

It is undeniable that the management activities have in the communication their support and no step that is given apart from it. This forces a specialization of the communicators towards a sector that has as its starting point the planning, goes through the execution, finds support in the accompaniment and is strengthened in the evaluation.

As a methodology, a descriptive field study was carried out: a survey of the administrative staff of the GADM, the mayor and the councilors. The results indicated that, although there is a strengthening of the activity, it is necessary a specialization of the communicators for the efficient construction of strategies that aim at the strengthening of the management of the public.



Reviewed by: Msc. Geovanna Vallejo

Language Center Teacher



## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de titulación está dividido en cinco capítulos, desde los cuales se referencian los aspectos relevantes que debe considerar el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Chimborazo en la elaboración y aplicación de estrategias de Comunicación Gubernamental.

En el **primer capítulo** se identifican los aspectos que integran la problematización de esta investigación, los objetivos: general y específicos; así como, la justificación e importancia, efectuada por la investigadora como paso preliminar para el desarrollo del trabajo de titulación.

En el **segundo capítulo** se desarrolla la fundamentación teórica desde la perspectiva de la diversidad de autores especializados en Comunicación, Comunicación Gubernamental, Mito de Gobierno, Comunicación para el Desarrollo, COOTAD, gobiernos autónomos descentralizados y otros aspectos vinculados con el presente documento.

El **tercer capítulo** enfoca la metodología empleada para viabilizar la investigación, los instrumentos que se aplicaron, las técnicas para la recolección de la información, y la presentación de los resultados alcanzados. El lector debe poner particular énfasis en la relevancia que tienen las estrategias de Comunicación Gubernamental para el mejoramiento de la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Chunchi.

En el **cuarto capítulo** se establecen las conclusiones y recomendaciones a las que se llegaron en la investigación, y que están en función de los objetivos planteados en el Marco Referencial.

Y, en el **quinto capítulo**, se establece la propuesta que apunta a la resolución de los problemas de gestión que tiene la municipalidad chuncheña.

# CAPÍTULO I

## 1. MARCO REFERENCIAL

### 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Chunchi, como organismo seccional pretende satisfacer las necesidades de los habitantes a través del desarrollo de la Comunicación Gubernamental que a través de la planificación estratégica tiende puentes entre el organismo y los públicos.

La gestión de las autoridades se refleja en los niveles de percepción que los públicos tendrán de ésta, que permitirá genera conciencia de lo que el gobierno hace por ellos, y como se verán incluidos en las decisiones que tomen. Lógicamente es un camino que necesita tener doble vía para que la retroalimentación fortaleza e incluya a todos los sectores en la administración municipal de Chunchi. Sin un conjunto de estrategias que posibiliten lo enunciado, habrá un bloqueo en el nexo entre gestión y atención.

Sin embargo, se ha evidenciado que pese a contar el GADM – Chunchi con un plan de comunicación, concebido como el documento base que dirige los aspectos comunicacionales, las estrategias de Comunicación Gubernamental deben replantearse para que éstas redunden en una gestión efectiva que sea el soporte de la administración que se encuentra en el primer tercio del período.

Es necesario, por otro lado, desarrollar en el organismo seccional una cultura de comunicación gubernamental que sea la que soporte las decisiones y desde la que parta toda la acción comunicativa para que la gestión sea el vínculo, nuevamente, entre gobierno y los públicos.

La investigadora observó que las actividades que en el GADM – Chunchi se realizan son las básicas y se confunde Relaciones Públicas con Comunicación Gubernamental, cuando la primera es un campo más limitado que la segunda, y por lo tanto su alcance será menor e inevitablemente esto redundará en los niveles de gestión.

Si no se define a la Comunicación Gubernamental como el eje que mejorará la gestión en la municipalidad de Chunchi se afectará la gestión. Autoridades y público tiene que pensar en la comunicación no como una rueda de auxilio sino como un documento que recoja las políticas, las estrategias y las actividades que hagan un gobierno equitativo e incluyente para los habitantes.

## **1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo inciden las estrategias de Comunicación Gubernamental (CG) en la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Chunchi, período enero – junio de 2016?

### **1.3 OBJETIVO GENERAL**

- Determinar la incidencia de las estrategias de Comunicación Gubernamental (CG) en la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Chunchi, período enero – junio de 2016.

#### **1.3.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Analizar los sistemas de Comunicación Gubernamental que se utilizan en el GADM – Chunchi.
- Identificar de qué manera la Comunicación Gubernamental se realiza en el organismo seccional.
- Proponer estrategias de Comunicación Gubernamental que mejoren la gestión y el vínculo entre el GADM – Chunchi y sus públicos.

## **1.4 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA**

Este documento es importante porque le permitirá a la investigadora obtener el título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social, en la Universidad Nacional de Chimborazo; su relevancia se expresa en la posibilidad de análisis de la Comunicación Gubernamental como herramienta de gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Chunchi.



El aporte teórico va desde la concepción de la Comunicación Gubernamental como aporte a la gestión, desde la propuesta de autores contemporáneos expresados en documentos especializados (libros, revistas, tesis doctorales, artículos indexados).

El aporte práctico tomará como referencia la fundamentación teórica para la construcción de estrategias de Comunicación Gubernamental para mejorar la gestión del organismo público y encontrar respuesta en los públicos.

Esta investigación será de utilidad porque evidenciará el camino que se ha recorrido y que deber recorrerse para mejorar los niveles de gestión; la investigadora tiene autorización de los funcionarios del GAD- Chunchi para recibir información, tabularla e interpretarla lo que hace factible este trabajo.

## **CAPÍTULO II**

### **2. MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN**

Una vez revisada la biblioteca de la Universidad Nacional de Chimborazo y otras de instituciones de la provincia, no se encontraron investigaciones sobre esta temática o similares, por tanto, la presente se convierte en única.

#### **2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

A la comunicación gubernamental se le ha vinculado con las actividades que se desarrollan en el sector público que, en medio de su diversidad, tienden puentes gobierno - comunidad. Su esencia pasa por el apoyo de las áreas centrales de decisión y las de acción. En la actualidad, la gestión tiene en la comunicación su soporte y ningún paso que se dé, se aparta de ella.

Esta realidad ha obligado a pensar en programa de especialización en esta área, dirigidos a los comunicadores que trabajan en instancias de gobierno, que no solo mejoren su nivel profesional, sino que partiendo del intercambio de experiencias redireccionen la forma en la que se hace comunicación desde estos sectores.

Resulta necesario aclarar que la comunicación no es más importante que la gestión, pero no existe gestión sin ella; todo hecho de carácter político decanta en uno comunicacional. Toda buena gestión tiene un equipo que realiza el acompañamiento necesario de las acciones planificadas, que permanentemente deben ser evaluadas.

Un gobierno es visto desde todas las perspectivas posibles y esta circunstancia obliga al equipo de comunicación a hacerlo desde todos los enfoques necesarios para evitar tropiezos que puedan incidir en el nivel de preferencia. Una institución como un conglomerado de voluntades y circunstancias espera una adecuada proyección que le permita alcanzar los objetivos planteados. Los involucrados en el proceso deben asumir con entereza la misión encomendada y, sobre todo, desde lo comunicacional asumir los abordajes de una eficiente vinculación.

**2.2.1 COMUNICACIÓN:** La comunicación es un hecho social (Rizo, 2012), sinónimo de interacción, de significado, de retroalimentación y de afectos. Su dimensión tiene complejidad y su estudio distintas aristas desde las que los teóricos elaboran propuestas.

“La variedad de abordajes genera redefiniciones conceptuales que impulsan hacia nuevas preguntas” (Borrat: 55). Recorrer itinerarios transdisciplinarios puede ser una manera de avanzar también en la exploración —interminable— de otras vías y en los procesos —siempre abiertos— de redefinición conceptual, insiste el autor.

César Ulloa Tapia (2007), señala que la comunicación ha sido subestimada “se han descartado visiones más amplias al momento de repensar la realidad en el imaginario público”. Comunicar bajo esa orientación es sinónimo de envío y recepción de mensajes”, insiste el comunicador.

Según Antonio Pasquali la comunicación ocurre cuando hay "interacción recíproca entre los dos polos de la estructura relacional (Transmisor-Receptor)" realizando la "ley de bivalencia", en la que todo transmisor puede ser receptor, todo receptor puede ser transmisor. "Es la correspondencia de mensajes con posibilidad de retorno mecánico entre polos igualmente dotados del máximo coeficiente de comunicabilidad".

La comunicación es el acto consciente de intercambiar información con una o más personas con la finalidad de transmitir y recibir información determinada sobre un tema. La Teoría Estructuralista nos dice que “La comunicación tiene poder, influencia y control; dependiendo de los resultados obtenidos se define la eficacia de la misma”.

Sabemos que los pasos básicos de la comunicación se componen de, la composición del mensaje, la codificación del mensaje, la transmisión de la señal, la recepción de la señal, la decodificación del mensaje y la interpretación del mensaje por parte de un receptor.

Según la Teoría de la comunicación humana nos manifiesta que “la comunicación no es un hecho voluntario, sino que estamos obligados a comunicarnos”. Es así que podemos decir que la comunicación ha formado parte de la vida diaria de cada ser desde sus inicios y nos ha permitido desarrollarnos en un entorno muchas veces desconocido. Permitiendo que muchas sociedades crezcan de manera tecnológica, social y política.

Los inicios de la comunicación política los encontramos en los orígenes de la civilización, cuando la vida social de las comunidades dependía de líderes y pensadores con grandes habilidades en el manejo de la retórica, la elocuencia y otras habilidades para comunicar sus ideas y sus propósitos.

### **2.2.2 TEORÍA FUNCIONALISTA**

Las ciencias sociales conciben a la sociedad como una estructura que debe permanecer "sana", debe progresar, evolucionar y crecer, donde su base ideológica es concebir a la sociedad como un sistema natural o un cuerpo orgánico, así como las ciencias biológicas conciben a los órganos de un cuerpo a partir de sus funciones y disfunciones, sus posibilidades de crecimiento y los "virus" o agentes exógenos que atentan contra él.

El funcionalismo, postura o corriente surgida en Inglaterra en los años 1930 en las ciencias sociales, especialmente en sociología y antropología social, propone una síntesis entre teoría y experimentación empírica que concibe la sociedad como un organismo en el cual los diversos componentes se caracterizan por la realización de funciones características, cuya implementación revierte en el equilibrio del sistema y en su correcto funcionamiento.

Esta teoría considera la sociedad como una totalidad fundamentada en el equilibrio y pregona la importancia de los medios en la estabilidad social, que se soporta de leyes y normas capaces de regular los conflictos y las irregularidades.

Su nombre se debe al etnógrafo polaco Bronislaw Malinowski que deriva el pensamiento del francés Émile Durkheim sobre cómo las culturas se presentan como un todo "integrado, funcional y coherente". Esta teoría describe lo que es el funcionalismo, es el conjunto de necesidades que existen en las masas y que deben ser satisfechos a través de las instituciones sociales las cuales serán un conjunto de medios relacionados entre sí con el fin de satisfacer las necesidades biológicas y culturales en la sociedad. Según la escuela de Parsons, se crea un mantenimiento de estabilidad social. Cada elemento aislado de la sociedad sólo puede analizarse considerando el conjunto. (Satz, 2009).

La sociedad es marcada por equilibrio de su total y los medios tienen una gran influencia en la base para dicho equilibrio. Hablándose en sí de los medios como un mecanismo

autorregulado de conflictos en base a los códigos de conducta preestablecidos en los individuos para formar así un solo organismo. Cada parte del conjunto tiene una función de integración y mantenimiento característico de su sistema.

Basándose en lo último podemos decir que la teoría funcionalista parte de la teoría de sistemas que establece al conjunto social como un ente que organiza y resuelve los imperativos fundamentales a la subsistencia (Adaptación, conservación y control de tensiones, persecución de la finalidad, integración) dentro de la misma organización del sistema social.

Dentro del enfoque de la comunicación, la introducción del funcionalismo surge con obras de diversos autores como Lasswell y Lazarsfeld. Las obras de los mismos, como ya se ha mencionado tratan sobre el poder y la influencia de los medios masivos de comunicación en la audiencia. Los medios siempre tendrán la intención de obtener una retroalimentación sobre el receptor, un efecto suasorio en el espectador partiendo de las preguntas fundamentales ¿quién? ¿Qué? ¿A quién? ¿A través de qué medio y con qué finalidad? Después se observan las repeticiones en el receptor en el cambio o influencia en su modo de vida. Eso sí, hablando de medios controlados por el Estado como un ente vigilante y regulador de los procesos cognitivos sociales. Algunos autores como M. McLuhan, Berelson y Charles Wright, consideran a los medios de comunicación social como un subsistema dentro del complejo sistema social.

El funcionalismo es caracterizado por el utilitarismo otorgado a las acciones que deben sostener el orden establecido en las sociedades, es una corriente teórica surgida en Inglaterra en los años 1930 en las ciencias sociales, especialmente en sociología y también de antropología social. La teoría está asociada a Émile Durkheim y, más recientemente, a Talcott Parsons, además de muchos otros autores como Herbert Spencer y Robert Merton. (Paoli, 1983).

A la vez estudia la sociedad sin tener en cuenta su historia (sincrónica); estudia la sociedad tal y como la encuentra, intentando comprender como cada elemento de la sociedad se articula con los demás, formando un todo y ejerciendo una función dentro de esa sociedad. Su principal influencia es el sociólogo francés Emile Durkheim que piensa que los hechos

sociales determinan los hechos culturales. Los funcionalistas insisten en que la cultura es un hecho social (es un conjunto de instituciones) con una función.

### **2.2.3 ESTRUCTURALISMO**

El estructuralismo se entiende como método o procedimiento de investigación que hace uso de concepto de estructura, a más de ello incorpora cierta tradición del Marxismo, propugna el desvelamiento de las coherencias internas ocultas de los textos y discursos, recurre a la idea de estructura como una totalidad autorregulada que fija y obedece sus propias reglas de transformación y evolución que rige de forma latente la coherencia interna de los procesos sociales de producción de significado, por lo tanto la estructura vendría así a ser una especie de ley o conjunto de leyes internas de los procesos sociales a la que se puede acceder investigando los productos significantes de esos procesos, es decir sus prácticas, sus ritos y sus textos.

Por ello se puede decir que en el estructuralismo la verdadera naturaleza de los procesos sociales se explicita en la producción de sentido, en la producción simbólica debido a que el texto es para los estructuralistas la ventana a la coherencia profunda de las estructuras significantes de una sociedad, pues a diferencia del funcionalismo esta corriente no recurre a una observación atenta y ordenada, y las unidades interrelacionadas no se consideran como un conjunto, sino como formas significativas.

Este enfoque considera que es necesario construir simulacros lógicos que nos permitan comprender los hechos que la vida social ha impregnado de significación. Estos simulacros son modelos estructurales a partir de la lingüística de Ferdinand de Saussure quien deseaba crear una ciencia que estudie la vida de los signos en el seno de la vida social a la cual se llamaría Semiología.

Para el estudio de la comunicación se revelan dos importantes binomios especialmente importantes: significante-significado y denotación-connotación. La lengua representa signos, cada signo un doble aspecto perceptible y audible, otro significante; el otro, contenido en el anterior, llevado por él, el significado.

Los estructuralistas afirman que los sentidos nos enseñan y que los medios de comunicación son solo modalidades de transmisión mediante las cuales se reestructuran determinadas

formas que enriquecen su fuerza de expresión; es decir, que son condicionantes para codificar o reforzar lo que en la sociedad tiene ya un sentido.

Dentro de esta teoría, la sociedad se constituye en la medida que tiene determinadas reglas o estructuras que producen el sentido de los acontecimientos, los cuales son producto de las normas que los hombres han asimilado en sociedad y les permite evocar en común los mismos significados.

Estructura, dentro del estructuralismo, significa un conjunto organizado de elementos subordinados a ciertas leyes. El universo de los símbolos, el de las señales y los sistemas de codificación, son áreas que han sido señaladas con precisión por esta corriente.

Por ejemplo: el modelo actancial, desarrollado por Greimas en su libro *Semántica Estructural*, en el cual el actante es un estereotipo de personas u objetos que cumplen con un rol determinado dentro de un género de relatos: por ejemplo, en una narración, siempre encontramos a los mismos actores tipo: el villano, el bueno, el príncipe, etcétera.

Estos actores siempre cumplen las mismas funciones: el bueno lucha contra el malo, el bien siempre gana, etc. Esta distribución de "papeles" y funciones no es casual, sino que se debe a la estructura.

Dentro de esta teoría, se puede hablar de información y comunicación como dos elementos distintos, pero no contradictorios, porque las reglas estructuran los datos, los informan, hacen que pueda evocarse en común pero no se señalan.

Es un movimiento cultural del que surge durante la primera mitad del siglo XX, se desarrolló principalmente en Europa, caracterizado por un método de comprensión que toma como modelo las ciencias exactas y aplica las estructuras lógicas y matemáticas al análisis del pensamiento y del comportamiento humanos, específicamente en el terreno de las ciencias humanas y sociales, considerándola como una ideología.

En el estructuralismo el hombre pasa de ser sujeto de la historia y de la cultura, a ser objeto que se conoce por la objetividad y la neutralidad científica, tienden a estudiar al ser humano desde fuera, como a cualquier fenómeno natural, y no desde dentro, como se estudian los contenidos de conciencia.

El estructuralismo se centra exclusivamente en los textos, a los que trata como objetos inmanentes y autosuficientes, sometiendo a las leyes del texto la significación de cualquier otro elemento de los procesos sociales.

La antropología estructuralista de Lévi-Strauss sienta las bases del papel que juegan los procesos de comunicación en las estructuras sociales como procesos de intercambio en tres niveles interrelacionados.

Por otro lado, Roland Barthes plantea la necesidad de analizar los procesos y productos de la cultura de masas como elementos desveladores de la coherencia profunda de la sociedad contemporánea en términos de coordinación entre intercambio de objetos e intercambio de significados.

Barthes distingue entre denotación y connotación, correlacionando la primera con el plano del contenido y la segunda con el de la expresión.

#### **2.2.4 CRITICISMO**

Marx (1875) menciona que en la medida en que el hombre se sitúa de antemano como propietario frente a la naturaleza, primera fuente de todos los medios y objetos de trabajo, y la trata como posesión suya, su trabajo se convierte en fuente de valores de uso, y, por tanto, en fuente de riqueza. Robert Holton y Bryan Turner (2010) apuntan que Marx entiende que lo prioritario en el hombre como parte del reino animal es su reproducción y mantenimiento, para lo cual, obviamente, ha de valerse de su interacción con el medio natural. Para Marx, cuando el hombre tenga una porción de la naturaleza y la explote con lo que esta ofrezca, el trabajo que empleó en el proceso es lo que le dará el valor. Por lo que, el hombre debe valerse de la naturaleza.

En la Crítica de la Razón Instrumental, Horkheimer (1973) distingue dos conceptos de racionalidad: la racionalidad instrumental y la «substantiva». Donde en la primera la concepción subjetivista es fundada y válida, por lo que el pensar no sirve para determinar si algún objetivo es de por sí deseable. En cambio, nuestras convicciones y todas nuestras últimas decisiones, llegan a depender de otros factores que no son la razón, y de eso es de lo que habla el substantivismo. Resalta además que, en ambos conceptos, han de ser asunto de elección y de predilección, por lo que pierde sentido el hablar de la verdad cuando se trata de decisiones prácticas, morales o estéticas.

Hay dos racionalidades en cuanto al Criticismo: la instrumental que señala que no es necesario pensar para desear algo; mientras que la substantiva apunta que la experiencia juega un papel importante al momento de pensar. Marriane Weber menciona en la biografía



póstuma de su esposo que, Max Weber escribió entre 1904 y 1905 las partes que luego agrupadas dieron vida a “La ética protestante y el espíritu del capitalismo”, uno de esos pocos libros que poseen la fuerza de conmover en su época y de mantener una atracción inextinguible hasta nuestros días, según ella. Puntualiza además que, en el fondo, la apuesta weberiana, más allá de su exactitud histórica, era un conato de edificar una sociología histórica basada en el papel determinante de las creencias e ideas de los agentes sociales en la vida institucional. Según Marriane, su esposo Max Weber buscaba demostrar que las creencias de los grupos dominantes dotaban patrones psicológicos, sociológicos y económicos como modelos: uno de ellos es el Criticismo.

En “Marxism and literatura”, Weber destaca la infinitud de los hechos sociales en las relaciones del hombre en el devenir histórico de la humanidad, por lo que entiende que es imposible establecer axiomas que puedan explicar en forma homogénea y universal el comportamiento humano. Estos comportamientos deben segmentarse para ser objeto de estudio a elección del científico. Weber sostiene que el hombre mantiene su comportamiento en base a sus relaciones con el resto, y que su comportamiento requiere de una ciencia especializada. Dentro del criticismo, implica la propagación del modelo/teoría en sí.

Marx manifestaba que lo básico de la actividad humana es el trabajo colectivo con el que puede construir su espacio vital, definiéndolo como: el carácter histórico de la existencia humana; Marx concibe a la sociedad humana estableciéndola en distintos niveles. El trabajo colectivo es lo que ha conservado la existencia de la especie donde la organización social ha permitido subsistir. Resultando al capitalismo como método de supervivencia social humana.

Con respecto al Criticismo como teoría desde el punto de vista de Kant, Maximiliano Hernández (1995) menciona que, hasta hace algunas décadas atrás, la acogida del pensamiento jurídico de Kant ha estado condicionada por el proceso neokantiano de la Doctrina del Derecho de 1797 (Rechtslehre) como un producto adulterado del criticismo en sí. Así, y en respuesta, Hermann Cohén difundió en su libro “Kants Begründung der Eihik nebsi ihren Anwendungen auf Rechí, Religion und Geschichte” (Trad. La justificación de Eihik de Kant en sus aplicaciones Rechí, religión e historia) que el filósofo Königsberg no había partido de la Jurisprudencia de su tiempo para la reflexión crítica sobre la moral, desde el punto científico; por lo que debido a esta omisión, la aplicación de la ética crítica racional

quedó empañada por la incorporación acrítica de contenidos doctrinales del naturalismo moderno. Emile Durkheim (1987) detalla en su obra, “La división del trabajo social” (Vol. 39), parte de la solidaridad. Oponiéndose a la organización de las sociedades arcaicas, según él, frente a la moderna y en relación con el espacio productivo que posean para su desarrollo. Como consecuencia la solidaridad de la colectividad es muy estrecha por lo que la conciencia colectiva prácticamente anula a la individual. En estas sociedades, incluso la religión es unificadora. Durkheim se opone a las clases sociales, señalándolas como individualismo perjudicial. El criticismo, en cambio, es una práctica social unificadora donde aumenta la producción.

El criticismo no se auto-concibe como una opción política, sino como un corpus teórico-normativo con la meta de incidir en la praxis contribuyendo a la ilustración de los miembros de la sociedad. Sin embargo, esta una observación crítica que, para él, no deja de tener sentido. Con otras palabras, El criticismo solo afecta a las políticas concretas y puntuales realizadas en el seno del modelo social y político democrático-liberal. Perona apunta al criticismo como base de la sociedad política, más no en otros campos sociales o antropológicos; pues, señala que el resto de modelos sociales son inmunes a la crítica.

En *De la démocratie en Amérique*, Alexis de Tocqueville (1985) consideraba la igualdad de condiciones como un hecho providencial plasmado en aquellas tierras con las bases del criticismo. Se preguntaba: “¿Se piensa que, después de haber destruido el feudalismo y vencido a los reyes, la democracia retrocederá ante los burgueses y los ricos? ¿Se va a parar ahora, cuando se ha hecho tan fuerte, y tan débiles sus adversarios?”. En cualquier caso, John Meyer y Francisco Ramírez (2010) añaden que la objeción más de fondo que ha de ponerse a la muy valiosa obra de D. Tröhler que, aunque inspirados de manera diferente en la señera obra de Max Weber sobre el influjo del protestantismo en el capitalismo, ambos autores olvidaron el segundo de los términos como factor co-explicativo del devenir de los sistemas educativos. En los dos casos serían las ideas o los lenguajes los motores: “La educación, en suma, es una institución construida culturalmente y no una respuesta a necesidades sociales”. Los autores manifiestan que Marx intentó abarcar todos los campos posibles para cubrirlos con el modelo marxiano, sin embargo, olvidó la educación y, por ende, no daría solución a los problemas sociales.

### **2.2.5 ANTROPOLÓGICA CULTURAL**

El comportamiento humano ha sido tema de investigación desde el surgimiento de la curiosidad por comprender cómo actúan las personas en la sociedad, considerando el acertado progreso que han tenido nuestros antepasados, es así que los evolucionistas de la historia en base a la información recolectada le dan realce a la observación para llegar así a un método comparativo y poder entender el proceder humano.

En un inicio la Antropología estuvo ligada a la filosofía, es decir era considerada un campo de estudio del hombre, pero fue en el siglo XIX cuando pasó a ser una ciencia, debido a la importancia de profundizar el avance de diferentes grupos sociales de forma independiente. Nace al despertar el interés por estudiar sociedades diferentes a la occidental y primitiva, ya que etimológicamente Antropología significa el estudio del hombre.

Es común que al relacionarnos con personas de otras culturas tendamos a satanizar sus costumbres y tradiciones, ya que implican un estilo de vida diferente al nuestro. Esto sucede debido a la posición etnocéntrica que presentamos al salvaguardar nuestra ideología por encima de las demás.

Es menester conocer que la metodología utilizada por los antropólogos debe ser exclusiva de campo, puesto a que en un ambiente controlado en un laboratorio no se va a poder adquirir todos los conocimientos que va a otorgar convivir en la zona que va a ser estudiada. Una teoría necesita ser contrastada y a su vez probada mediante el estudio de una cultura determinada y comparándolo con el estudio de otras culturas previas.

Esta teoría busca explicar la cultura y la civilización dentro de un asentamiento ecológico en específico, de la misma forma revela las conductas como formas de adaptación a ese medioambiente exclusivo donde viven.

La definición de modelo cultural según (Benedict, 1987). La cultura es el vaso propio en el que cada pueblo bebe la vida. Toda cultura tiene una originalidad temática, un perfil personalizado, en el que se manifiestan sus facciones y aspectos propios.

El inicio de cada fase se identifica por uno o varios descubrimientos o inventos decisivos que, según los evolucionistas, provocan una serie de nexos y correlaciones entre distintos aspectos de la vida humana: técnicos, económicos, sociales, políticos, religiosos, etc. Se capta, además, la previsible y relativa participación individual en la cultura a través del análisis de cómo se ejerce el rol social a través de la función específica que cada uno

representa -status- y que permite captar la dialéctica individuo-sociedad-cultura donde el individuo es sujeto pasivo y activo a la vez.

El estudio de sociedades diferentes nació con el nombre de antropología que significa etimológicamente el estudio del hombre, para comprender el desarrollo que este tiene en una sociedad inmersa en una cultura. En Estados Unidos, esta ciencia se la conoce como antropología cultural; en Inglaterra, se la llama antropología social y en Francia es conocida como etnología.

“Se llama antropología a la ciencia social que busca estudiar el funcionamiento y la evolución de otras sociedades diferentes a ella (culturas, pueblos, nacionalidades, etc.)” (Harris, 1995). Esta ciencia recoge la información por medio de la observación y la analiza con el método comparativo. Nace como campo en el siglo XV, desarrollándose a manera de ciencia a partir del siglo XIX y es una evolución anglosajona por el progreso que ha tenido en el mundo de habla inglesa.

La cultura es el conjunto aprendido de tradiciones y estilos de vida, socialmente adquiridos, de los miembros de una sociedad, incluyendo sus modos pautados y repetitivos de pensar, sentir y actuar (es decir, su conducta). Esta definición sigue el precedente sentado por sir Edward Burnett Tylor, fundador de la antropología académica y autor del primer libro de texto de antropología general.

“Una sociedad es un grupo de personas que comparten un hábitat común y que dependen unos de otros para su supervivencia y bienestar” según (Kottak, 2006). Debido al hecho de que muchas grandes sociedades están constituidas por clases, grupos étnicos, regiones y otros subgrupos significativos, frecuentemente conviene referirse a las subculturas y estudiarlas. Así, por ejemplo, podemos referirnos a la subcultura de los negros norteamericanos, la subcultura de los suburbios o la subcultura de los campesinos en Brasil.

Hay otro tipo de distinción entre social y cultural también bastante frecuente. Algunos sociólogos y antropólogos emplean el término social para designar la relación entre los distintos grupos de una sociedad. Para estos científicos sociales, la cultura se refiere a los estilos de vida de los miembros de una sociedad, pero no a la estructura grupal de ésta.

“Sus cuatro ramas principales son la antropología cultural o social, la arqueología, la lingüística antropológica y la antropología física” (Harris, 1995). El punto de vista que la distingue es su perspectiva global, comparativa y multidimensional. Aunque la mayoría de

los antropólogos se encuentran empleados en puestos académicos, hay un número cada vez mayor que se dedica a la antropología aplicada en una amplia variedad de campos de la conducta y las relaciones humanas.

Las culturas mantienen su continuidad mediante un proceso de endoculturación. Al estudiar las diferencias culturales es importante mantenerse en guardia frente al hábito mental llamado etnocentrismo, que surge como consecuencia de no apreciar los efectos de largo alcance de la endoculturación sobre la vida humana. Sin embargo, no puede explicar cómo y por qué cambian las culturas. Además, no todas las recurrencias culturales en diferentes generaciones son resultado de la endoculturación. “Algunas son el resultado de reacciones a condiciones o situaciones similares, mientras que endoculturación designa el proceso por el cual se transmite la cultura de una generación a la siguiente, la difusión designa el proceso mediante el cual se transmite la cultura de una sociedad a otra”, Franz en Harris (1995). La difusión, al igual que la endoculturación, no es automática y no puede ser por sí sola un principio explicativo.

Sociedades vecinas pueden tener tanto culturas muy semejantes como muy diferentes. La cultura consiste tanto en acontecimientos que tienen lugar dentro de la mente de las personas como en la conducta exterior de estas mismas personas. Los seres humanos pueden describir sus pensamientos y conducta desde su propio punto de vista. Por tanto, al estudiar las culturas humanas debemos dejar claro si es el punto de vista del participante nativo o el punto de vista del observador lo que se está expresando.

Dos enfoques en antropología. Los diversos pueblos que habitan la tierra, atrasados o evolucionados, van cambiando a lo largo del tiempo, y estos cambios deben ser descriptos, explicados y hasta anticipados si es que uno está decidido a investigar científicamente en antropología. A partir de aquí, los antropólogos podrán elegir entre dos enfoques distintos:

Un enfoque histórico, diacrónico o eminentemente descriptivo, que va mostrando los diferentes cambios producidos a través del tiempo para después, comparando distintas épocas y distintos pueblos entre sí, poder establecer generalizaciones del tipo "los cambios tienen tales o cuales características", o "los cambios tienden hacia una cierta regularidad", etc. Sin embargo, este enfoque no es el que primordialmente elegirá Lévi-S Trauss (1908) pues para él no es la comparación lo que funda la generalización sino al revés.

Un enfoque estructural, sincrónico ya histórico, que está más directamente emparentado con el análisis sistémico. Este planteo se propone comenzar por el estudio de una estructura, instancia universal e invariable en el tiempo, cuyas especiales leyes de funcionamiento permitirán explicar y hasta predecir las transformaciones operadas en los pueblos a través del tiempo.

Con el pasar del tiempo se ha producido un cambio cultural, desde el punto de vista teórico tienden a ampliar y profundizar la naturaleza del proceso de difusión y desarrollo cultural y a definir sus aspectos y características concretas.

Los encuentros culturales necesariamente deben ser analizados dentro de su modalidad, constancia entre culturas son estudiados en sus tiempos, modos, permanencia, en los cambios inducidos en una u otra de las culturas que se encuentran, en la totalidad de los procesos que favorecen la aceptación o despiertan el rechazo o exigen una reorganización, etc.

Como se ve, la antropología se eleva a un nivel interpretativo que excluye ya simplificaciones evolucionistas, funcionalistas, globalistas, y apunta hacia una comprensión y observación más cercana a la realidad concreta e histórica de las culturas que no se clasifican de acuerdo con unos clichés inmutables ni con unas definiciones inflexibles.

**2.2.6 COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO:** La Comunicación para el Desarrollo es un área específica de la Comunicación Social que requiere profesionales capacitados para desempeñarse en ella. Esta área articula, por un lado, los abordajes sobre el Desarrollo Sustentable (o la Cooperación Internacional) constituidos a lo largo de décadas de experiencia e investigación en diversas regiones del mundo, y por el otro, las prácticas de la comunicación en cuanto procesos de construcción identitaria y participación ciudadana.

**2.2.7 DESARROLLO LOCAL:** Para Morales (2006) las iniciativas de desarrollo local toman fuerza en la década de los años ochenta del siglo pasado, con el agotamiento del modelo fordista de desarrollo que, para esa época, no se ajustaba a las exigencias del desarrollo alcanzado por las fuerzas productivas.

### **2.2.7 ¿QUÉ ES LA COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL?**

El acto de Comunicación Gubernamental delimita los desafíos y determina escenarios de desenvolvimiento en medio de la emergencia por garantizar efectos de corto, mediano y largo plazo. Mejorar para perdurar, desde el componente político eleccionario; reelegirse es bueno

cuando se dijo algo nuevo cada día, es como una semilla que entregará frutos al final de una gestión que puede posicionarse como el principio de otra (Elizalde – Riorda, 2013).

Se define al territorio gubernamental como el espacio de acción sistémica y discursiva de un organismo en posición de coordinación social, que controla recursos públicos sobre la base de sus definiciones institucionales. Las posibilidades de la acción política desplegadas desde un territorio están determinadas por recursos normativos, estatutarios, humanos, de acción, materiales, informacionales y relacionales, asegura Irving Berlín (2007).

Los gobiernos locales tienen retos generales, como niveles de gobierno que sostienen relaciones intergubernamentales y particulares, la elaboración de políticas públicas para el desarrollo de zonas específicas del espacio público, entendido no ya como un territorio simbólico sino como espacio real donde la circulación y socialización de las personas se hace posible. En el campo de la comunicación, se construye el diseño de estrategias mediante acciones y discursos que impacten la vida cotidiana de los ciudadanos y de las organizaciones institucionales que les sirven de entorno.

Berlín (2007) afirma:

La comunicación gubernamental en los espacios locales reclama una definición operativa que no contradiga los fundamentos de la comunicación política y esté conforme con las características de los territorios gubernamentales y sus márgenes de decisión. Se define aquí comunicación gubernamental al conjunto de procesos mediante los cuales un organismo territorial de poder público selecciona - incluyendo y excluyendo- las decisiones de gobierno para intervenir en zonas de consenso o de conflicto de tal manera que coordine eficazmente la transformación social y la participación ciudadana mediante el diseño de estrategias y tácticas de acción política y discursiva. (p.97)

En este plano, primero, surge la estrategia para influir, afectar o activar a las personas. Ahí está la clave y la importancia de este acto. A la comunicación debe entenderse como teoría, doctrina o práctica. Nada funciona ni tiene efecto sobre los seres humanos, ni siquiera la estrategia que se considere de avanzada si no se la vincula con la comunicación. “Esto ha

sido algo más permanente que cambiante. La estrategia social, la que necesita afectar a las personas, no puede prescindir de la comunicación” (Elizalde – Riorda, 2013, p. 9). Si lo cotidiano de la vida gira en torno a la comunicación, las actividades públicas no pueden desvincularse. Si lo hicieran las organizaciones quedarían invisibilizadas y no trascenderían. A partir de seis ejes, el acto de CG delimita los desafíos y determina escenarios de desenvolvimiento para garantizar efectos de corto, mediano y largo plazo. Mejorar para perdurar, desde el componente político eleccionario; reelegirse es bueno cuando se dijo algo nuevo cada día, es como una semilla que entregará frutos al final de una gestión que puede posicionarse como el principio de otra.

Comunicación directa, actuación con partners o socios, mitos de gobierno, criterios de organización ágiles para el cambio, convergencia como paradigma, innovación y tecnología, microtargeting y comunicación como legitimación, son las aristas desde las que se trabaja con la intención de cimentar lo gubernamental.

La vinculación de lo institucional con la gente demanda una eficiente toma de decisiones, que solo es posible, cuando el Director de Comunicación (DirCom) ha desarrollado habilidades imprescindibles para ejercer su actividad. José Ramón Pin (2005) identifica tres principios que deben considerarse: primero, realizar análisis realistas y objetivos de la situación; segundo, definir problemas; y tercero, la capacidad de consejo.

Este autor añade:

El proceso de mejorar la capacidad comunicativa de las personas es muy importante, máxima si estas deben tomar decisiones basadas en ella o ejecutar las decisiones. No cabe duda de que una de las grandes facetas del Dircom es comunicar y, sobre todo, enseñar a comunicar. El Dircom se convierte en el coach de los directivos. (Pin, 2005, p. 23)

El eficiente liderazgo desde una dirección de comunicación mejorará la capacidad de recepción y respuesta de gente, como fin último de todas las decisiones que se tomen, máxime del involucramiento en una actividad reciente que volvió incluyente la gestión.

La contemporaneidad trajo la Nueva Teoría Estratégica (NTE), propuesta delineada por el profesor español, Rafael Alberto Pérez (2001); provocó siete cambios: el primero se da en el



paradigma central, como un paradigma integrador de la comunicación y lo complejo, sin lugar para la fragmentación; su misión reemplaza los viejos por nuevos mapas mentales que transforman la realidad física - social condicionada por las visiones del mundo proporcionadas por las teorías, modelos y paradigmas que tienen su génesis en la educación formal y no formal recibida. La sociedad reclama un giro y otros roles que dejen de lado las estrategias de forma dual, fragmentaria, unidimensional, estática, causal y lineal, ligada a lo cuantitativo. El segundo: en el sujeto; encasilla al hombre como un individuo relacional; las estrategias y las decisiones son tomadas por el individuo que para lograr sus metas necesita de otros. Todo tipo de aislamiento lo deja fuera. Recuperar lo humano le preocupa a la NTE. El tercero, es la organización; el hombre por sí solo no puede alcanzar sus metas, necesita asociarse y pasar de lo individual a lo colectivo. Esta unión les obliga a definir objetivos y metas de corto, mediano y largo plazo, la cooperación de todos es la base para la acción. ¿Y qué ha posibilitado? El surgimiento de otra concepción de organización: sistémica, co-evolucionista, innovadora, conectiva, significativa y socialmente responsable. No se trata de una organización ideal, sino de una posible.

El cuarto cambio: el enfoque; es pasar del conflicto a la articulación para perdurar. La NTE busca pasar de un enfoque conflictivo a otro más comprensivo y dialogante. El nuevo enfoque teórico revela conductas articuladoras, en las que escuchar - armonizar y reconducir a un cauce común se presentan como claves. Esta perspectiva señala el camino: reemplazo de la actuación singular por la plural. El quinto: la matriz de estudio; pasar de la economía a la comunicación y en la praxis la Estrategia se convierte en un campo de conocimiento que articula las cuatro anteriores y que se adapta a las exigencias que se encuentran en los entornos. Aquí la comunicación se convierte en un corpus teórico que ofrece una matriz social, relacional, sin más limitaciones que las humanas. Sirve para describir relaciones fácticas y aquellas posibles, imaginadas, las que se alojan en el pensamiento y deseo. No solo las interacciones simbólicas sino también otros espacios de hibridación y encuentro.

El sexto y séptimo cambio se abordan desde el método y la metodología; contrario a los paradigmas tradicionales sobre la base de la fragmentación la NTE busca un mundo fluido, complejo, a veces caótico, multidimensional y en red.

Pensar desde la estrategia es hacerlo desde el lugar de los otros; es anticipar las reacciones y cambios de decisión, de emoción y de acción; la fundamentación teórica cumple su rol y le entrega -al director de comunicación- el estatus de estrategia si aprovecha la oportunidad de la actividad. La autoridad y la asesoría de CG deben convencerse de que el proceso de intelección tendrá como efecto la premisa: no actúe solo, porque no lo está.

Jesús Galindo (2001) refirma que la Comunicación Estratégica se desenvuelve en medio de la emergencia. En ella (CE) toman partido varios jugadores y no uno en específico; las acciones desde lo institucional son de doble vía. Comparte objetivos comunes y para alcanzarlos debe definirse la audiencia, los contenidos de los mensajes y los medios que se utilizarán para difundirlos. Su elección está sujeta a la ejecución, control y evaluación, tres etapas presentes en todo acto de comunicativo con la gente como el eje sobre el cual gira todo.

La figura de pensamiento estratégico sigue ahí, pero con la mediación de la comunicación desde la inter-acción de los jugadores. Mientras más involucrados haya los resultados serán mejores. Es decir, diversificación e incremento de participantes garantiza el éxito. Está claro que la CG motivó el giro hacia la comunicación – consenso en detrimento de la información – conflicto. La clave está en multiplicar los participantes y en tender puentes para compartir no solo experiencias sino actitudes que contribuyan el cambio y mejorar los criterios de ciudadanía.

De nada sirven los pasos por caminar si no se mira el entorno; en él están los insumos para mejorar, avanzar y proyectarse al futuro. El equipo de trabajo tiene que comprender que la estrategia que se utilice, está condicionada por la presencia, las percepciones y las decisiones de otros jugadores cuya presencia es importante como agente regulador de actividades, significados, sentido y construcción de ciudadanía. Está, de la misma manera, en correlación por las orientaciones de la psicología y por el análisis sociológico.

Lo externo desde el hecho comunicacional es como un destino anticipador de conformación de redes; los integrantes de la organización tienen por misión desarrollar relaciones con actores -considerados claves- y todos ellos están en el entorno institucional. “La escucha

externa (a veces con retroalimentación) en consecuencia, comunicación para mantenerla y estimularla”, (Bartolie, 1992, p.101).

José Ignacio Bel (2005) dice que hoy, la comunicación externa en las organizaciones dejó de ser “una moda pasajera, limitada a obtener una presencia en los medios de comunicación”. (p.158)

Bel (1992) explica que en las organizaciones, sin importar su tamaño, la comunicación es un eje fundamental; todos los sistemas de comunicación externos están implícitos en cada una; a mayor proyección pública, mayor comunicación externa para posibilitar la identificación y posicionamiento; las relaciones organización – público se canalizan, de una forma o de otra, a través de medios o sistemas de comunicación externa; los responsables ejecutivos de las organizaciones deben conocer de comunicación e información: -a mayor responsabilidad en una organización mayor conocimiento del manejo comunicacional-; todo director de comunicación debe convencerse que no son sencillas las relaciones con los medios, ni con otros profesionales; en el manejo y dosificación de la información, las dos partes tienen un mismo interés: institución y ciudadanía; hoy los media no son el único mecanismo para llegar al público; la organización vive en el centro del público, de los medios y sus clientes; por eso necesita, cuidar los mensajes que emite.

Considera José Barroso (2013) que, para efectos de las estrategias de comunicación, es vital comprender las relaciones humanas como interacciones simbólicas en las cuales el diálogo posibilita la inter-comprensión, a la manera de juegos de suma distinta de cero: mediante el diálogo, es posible que los jugadores encuentren objetivos comunes y puedan lograr beneficios, que serían imposibles de lograr mediante la mera confrontación entre jugadores-luchadores.

Elizalde y Riorda et. al (2013) señalan que la estrategia puede ser un tipo de análisis involucrado de modo consciente o no en la toma de decisión. Las decisiones como pensamiento estratégico invitan a actuar desde dos abordajes: Las estrategias como percepciones, construidas con investigaciones complejas y especializadas; o propias del conocimiento intuitivo y sentido común; E, Influenciar en las percepciones de los demás solo con mensajes, usando alguna forma de comunicación, produciendo y expresando un mensaje.

“No existe ninguna manera de influir en los demás sin alguna forma de comunicación”. (Alonso, 1998, p. 37). Es a partir de este momento que la dimensión comunicativa reafirma su importancia, legitima la pertinencia y se posiciona en el lugar más importante de la institución aun compartiendo el nivel de dirección con otras. La diferencia en la praxis se encuentra en que el comunicador es el profesional que lidera procesos, que actúa colaborativamente con otros y les da la posibilidad de visibilizarse. Así redunde, el liderazgo en las comunicaciones es evidente y no pasa por la jerarquía sino por el resultado pragmático de la teoría en las decisiones adoptadas y por el efecto en las personas.

Víctor Manuel Mari (2004) argumenta que la participación, como categoría central, debe llegar a los modos de gestión y de organización de los nuevos medios ciudadanos o comunitarios (en párrafos anteriores Jesús Galindo referencia esta posición en el momento de elegir el dónde). A las metodologías empleadas para el diseño y evaluación de las prácticas sociocomunicativas impulsadas, con el fin de que se sitúen en la órbita de las metodologías participativas. En definitiva, la participación debe desbordar los límites del campo comunicativo y tecnológico, para impregnar el conjunto de prácticas sociales transformadoras que están vinculadas a las iniciativas comunicativas.

Cualquier tipo de comunicación emana de un poder. El hecho de tener la capacidad para hablar en nombre de la institución, de un sector o de una categoría de actores, es poder. Poder y comunicación están vinculados y “esto significa que el que informa o comunica puede, consciente o inconscientemente, utilizarla en su beneficio o perjuicio de un tercero”, (Bartolie, 1992, p.146).

### **2.2.7.1 CARACTERIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL**

La comunicación gubernamental: caracterización y objetivos Mayoritariamente la producción sobre la comunicación política parte de investigaciones, ensayos o referencias que tienen a la comunicación y el comportamiento político electoral como sus guías, asociando sin traslación, o extrapolando irresponsablemente, tópicos, postulados y/o resultados, a la gestión de la comunicación gubernamental.

La comunicación gubernamental necesita partir de un marco teórico de fuerte utilidad aplicativa para lograr estabilidad, dando cuenta de una condición de gubernamentalidad (governmentality) como pensamiento diferente (Crozier, 2004, p. 7), como el aporte de técnicas y racionalidad para los gobiernos, dado en el conjunto constituido por las instituciones, los procedimientos, análisis y reflexiones, los cálculos y las tácticas que permiten ejercer esta forma tan específica, tan compleja, de poder (Foucault, 1991). Es decir, se entiende por gubernamentalidad a las acciones que derivan en nodos transversales que, a modo de recomendación, permeen todas las dimensiones de un gobierno, con el objeto de obtener capacidad institucional y condiciones de gobernabilidad que doten de consenso a las gestiones.

La gubernamentalidad permite reducir las tensiones irresolubles entre las demandas de la ciudadanía y la posibilidad de respuesta de los gobiernos, al menos desde lo que la comunicación política puede aportar en beneficio de la gestión y, mucho más aún, de los ciudadanos. Ante lo expuesto es necesario pensar, investigar y ejecutar a la comunicación gubernamental como comunicación gubernamental. Es decir, con sus propias realidades y caracteres. Cuando se piensa un sistema político exitoso, se entiende idealmente que es aquel que resulta de dar cumplimiento a dos funciones de marcada centralidad: n La primera tiene que ver con la tarea de asignación de valores en una sociedad dada. n La segunda, con el intento de conseguir que la mayoría de dicha sociedad acepte esa asignación valorativa la mayor cantidad del tiempo posible (Easton, 1979).

Ello fundamenta que la racionalización y justificación que permita legitimar las acciones de gobierno son un instrumento insustituible, no exento de fuertes controversias, sin el cual el ejercicio del poder en tanto gobierno podría verse seriamente entorpecido y deslegitimado. De lo dicho se entiende que la comunicación gubernamental tiene un objetivo: generar consenso. Si la comunicación gubernamental no actúa bien, no hay consenso y si no hay consenso, no hay buena gestión (Riorda 2008, p. 27). Aunque no es imposible definir lo que es consenso, es dificultoso llegar a un análisis empírico de sus características, debido a la vaguedad, nivel de abstracción y ambigüedad de creencias efectivas sobre las que este se basa.

Sabiendo que el consenso es una condición determinada del sistema de creencias de una sociedad, existe cuando entre los miembros de una unidad social dada hay acuerdo, acerca de principios, valores, normas y también respecto de la deseabilidad de ciertos objetivos de la comunidad y de los medios aptos para lograrlos (Sani, 1998, p. 315). Si bien podría diferenciarse el consenso relativo a las reglas fundamentales que dirigen el funcionamiento del sistema (rules of the game) del consenso que tiene por objeto ciertos fines o instrumentos particulares (Sani, 1998, pp. 315-316). Y a pesar de que pueda sostenerse que el primer tipo de consenso es más importante para la supervivencia del sistema político, muchas veces el segundo se convierte en un elemento de acuerdo, ante la inestabilidad (o imposibilidad) del primero.

Ello cobra mucha más fuerza aún, al sostener que el consenso es menos visible en la superficie que el nivel de disensión, el que causa mayores niveles de noticiabilidad. Mario Riorda La comunicación gubernamental como comunicación gubernamental 98 Comunicación Política Así, de una manera casuística, debe entenderse el consenso, como contrafuerza frente a las potencialidades de división de intereses y creencias divergentes, y adaptado a cada circunstancia, tiempo y lugar. Entonces, solo importa aquí entender el consenso como ausencia de disensos inestabilizadores, que, aun existiendo solo para principios generales, sea concebido como un elemento que, a pesar de las tensiones, dote de adaptabilidad y de una considerable resistencia al sistema político.

Es decir que el consenso debe contribuir con las funciones de sostén del orden público: con la disminución de las probabilidades del uso de la violencia en la resolución de los desacuerdos; con el aumento de la cooperación no impulsada por el miedo al poder coercitivo del más fuerte; debe contribuir a limitar la intensidad emocional que se expresa en discrepancias y rigideces de la adhesión a los objetivos acerca de los cuales hay desacuerdo; debe impulsar la creación de una actitud favorable a la aceptación de medios pacíficos entre los que tienen cierto sentido de afinidad o identidad mutuas (Shils, 1977, pp. 48-51).

El consenso es entonces la búsqueda de acuerdos políticamente operantes centrados en la idea de que, si bien puede haber (y de hecho probablemente siempre existan) grupos en los márgenes del consenso, o bien fuera de este, las políticas de un gobierno deben ser aceptadas socialmente por la mayor cantidad de personas. Definido el consenso, se define entonces la

tarea, esencialmente como acción directa, de la comunicación gubernamental. Pero estando claro que la generación de consenso para un gobierno no es una empresa sencilla (Riorda 2006; Elizalde, 2006; Fernández Pedemonte, 2006), no está muy claro con qué instrumental argumental cuenta un gobernante para estimular estratégicamente la comunicación gubernamental, en especial, la comunicación que haga posible el acompañar y mejorar la eficacia de la gestión del Estado, es decir, el poder proyectar, desarrollar y hacer de modo eficaz y sistemática cierta cantidad de políticas públicas en las mejores condiciones posibles (Elizalde, 2006: 146).

Por ello es que desde la comunicación gubernamental se parte de la necesidad de adscribir a la línea del 'construccionismo', sosteniendo que la fundamental premisa que esta perspectiva invoca es que la realidad es un producto social, y que los primeros significados por los cuales la realidad es construida, pertenecen al lenguaje.

El enfoque construccionista ubica el énfasis sobre las ideas o los significados políticos y los procesos por los cuales la gente adquiere el sentido del mundo político. Pero además ese proceso es continuo y dinámico, y genera una espiral activa de interpretaciones y reinterpretaciones constantes, basándose siempre en lenguajes simbólicos que ponen en funcionamiento diferentes pensamientos o sentimientos. Se considera en este modelo que las emociones juegan un rol activo en la resonancia e interpretación de los mensajes (Crigler, 2001, pp. 1-10).

Esta visión del construccionismo escapa al planteamiento inicial centrado solo en medios, y se ubica preferentemente en el intento de construir sentido político desde el gobierno, en donde la idea de agenda-setting nunca está separada como si fuera un conflicto abstracto de ideas ajeno a la institución pública. Por el contrario, el modo de definir o redefinir un asunto es según cómo el asunto se quiera que sea (Rochefort y Cobb, 1994: 8-10). El construccionismo crea o enfatiza problemas para avanzar con sus políticas, o bien, muchos de los verdaderos problemas son construcciones simbólicas y políticas para justificar el accionar del gobierno (Edelman, 1991; Rochefort y Cobb, 1994: 1-27; Bosso, 1994: 201).

El construccionismo gubernamental es diferente pues no solo testea ambientes, los construye o al menos avanza en el intento, aunque este tiene una serie de características relevantes sobre

las que es prudente discurrir (Alger, 2001, pp. 67-68): 99 n Lazos de confianza: es decir algún sentido de identificación entre representante y representado. n Una narrativa que haga posible la transmisión de esos sentimientos que construyan esos lazos de confianza. Y esa narrativa debe contener coherencia.

El público no desarrolla una total comprensión de muchos asuntos o situaciones. n La comunicación debe ser construida con mucho cuidado en función de las tendencias a reaccionar negativamente por parte del público, evitando ofenderlo (este ítem está fuertemente relacionado a la publicidad negativa).

La comunicación política construccionista debe realizar un trabajo de ‘inoculación’, es decir debe fomentar la construcción de una imagen de manera temprana para evitar ataques posteriores (ver Johnson-Cartee y Copeland, 1997, pp. 37-48).

Dependencia de los valores más enraizados en el contexto social en el cual el mensaje social es diseminado (Graber, 2001: 213). Muchas veces es la búsqueda de una agenda de atributos (Charron, 1998: 82), más que de una agenda política mayor o integral de un proyecto. Es decir, temas que sirvan como parámetro de juicio. La comunicación gubernamental: imbricada y diferentes.

Este escrito parte con la pretensión de servir (junto a otros) como fundacional a los efectos de iniciar procesos más profundos, recurrentes y sistemáticos que permitan establecer que la comunicación política está ampliamente imbricada en sus diferentes manifestaciones, pero esa imbricación no hace iguales a cada modo en que aquella se presenta. Así, es necesario discurrir en las diferencias principales (de ninguna manera en todas) que se evidencian entre las principales formas en que la comunicación política se puede presentar: como comunicación gubernamental, electoral, de crisis y de riesgo (ver cuadro 1); así como aportar algunos caracteres específicos que definen a la comunicación gubernamental y el modo en que ella se presenta.

**Objetivos y destinatarios del mensaje:** Como antes se dijo, la idea genérica de la comunicación gubernamental es generar consenso en torno a un gobierno y, por ende, a la mayor cantidad de ciudadanos posibles. Hay una lógica de inclusión en el destinatario que no tienen los otros tipos de comunicación. El ejercicio gubernamental es una constante suma



variable, en donde no debiera primar un lenguaje de guerra, sino uno emparentado a la negociación, con el fin de construir coaliciones (Ornstein y Mann, 2000: p. 225). Claro que en la comunicación gubernamental también existe el deseo de generar conflictos por lo que se pueden generar divisiones o fracturas sociales calculadas, con el fin legitimante de separar visiones ideológicas enfrentadas, mermando así el caudal propio de consenso, pero intentando afirmarlo sólidamente contraponiéndolo a un sector con el cual se marca una diferencia explícita (mermando el caudal de consenso del otro). La comunicación electoral es solo una comunicación para un parte, es decir el propio segmento del electorado que votaría por una opción.

Pero no necesariamente amplía la lógica de su comunicación con el criterio de mayor inclusión posible, puesto que, así como no existe la unanimidad en torno al consenso, mucho menos todavía en la faz electoral. En su propia esencia la comunicación electoral es sesgada y parcial, no apuntando a todos. Una campaña electoral tiene una tendencia teórica (más allá de que en los hechos no funciona

### **2.2.8 EL VALOR DE LA ESTRATEGIA EN LA TOMA DE DECISIONES**

Lo externo desde el hecho comunicacional juega una suerte de destino anticipador de constitución de redes; los integrantes de la organización tienen la misión de desarrollar relaciones positivas con actores considerados claves y todos ellos se encuentran en el entorno institucional. “La escucha externa (a veces con retroalimentación) –en consecuencia, comunicación- para mantenerla y estimularla”, (Bartolie, 1992: 101).

### **2.2.6 EL MITO DE GOBIERNO**

El profesor Riorda (2013: 27) define al mito de gobierno como: “Un sistema de creencias, coherente y completo, que da sentido y orientación al gobierno y que ofrece la dirección estratégica y expresa el sentido último de la gubernamental”. Si casa adentro no se tiene clara su consistencia, los implicados en el manejo de lo comunicacional no estarán en la posibilidad de orientarlo hacia os demás y crearán barreras difíciles de superar que incidirán en la gestión del organismo.

La comunicación del mito de gobierno es clave para encausar las actividades internas (identidad) y las externas (imagen). Desde la reflexión de este documento es necesario un tercer nivel que permita operativizar ese vínculo con el interior y el exterior, y se llama comunicación corporativa, que permite transformar identidad e imagen para evitar el menor ruido posible en los públicos.

### **2.2.9 COMUNICAR PARA GOBERNAR**

Los gobiernos deben apartar la forma jerárquica y multilateral en su actuación, la legitimación y el consenso, son una suerte de piedra angular. Si no se comunica no habrá trascendencia y si no hay trascendencia los objetivos políticos no se alcanzan. “La comunicación ya no es para los gobiernos un ejercicio cotidiano, representa el vehículo indispensable, se puede y se debe transmitir su esencia” (Sánchez en Riorda, 2013: 47).

No es suficiente, insiste Sánchez, en ser honesto, distribuir el presupuesto en áreas sociales, manejar bien la retórica del discurso para ser valorado como un buen gobierno. El nuevo contexto obliga a efectuar el diagnóstico de las necesidades de la gente, que es básico para la toma de decisiones. Para cumplirlo es necesario: conocer la demanda ciudadana, definir el concepto de gobierno, los temas de coyuntura, conformar estrategias adecuadas para conducir la agenda pública, homogeneizar los mensajes oficiales y diseñar una estructura organizacional adecuada para los esfuerzos de comunicación social.

### **2.2.10 JURISDICCIONES CANTONALES SEGÚN EL COOTAD**

**Artículo 20.- Cantones.** - Los cantones son circunscripciones territoriales conformadas por parroquias rurales y la cabecera cantonal con sus parroquias urbanas, señaladas en su respectiva ley de creación, y por las que se crearen con posterioridad.

Artículo 28.- Gobiernos autónomos descentralizados. - Cada circunscripción territorial tendrá un gobierno autónomo descentralizado para la promoción del desarrollo y la garantía del buen vivir, a través del ejercicio de sus competencias. Estará integrado por ciudadanos electos democráticamente quienes ejercerán su representación política. Constituyen

gobiernos autónomos descentralizados: a) Los de las regiones; b) Los de las provincias; c) Los de los cantones o distritos metropolitanos; y, d) Los de las parroquias rurales.

**Artículo 53.- Naturaleza jurídica.** - Los gobiernos autónomos descentralizados municipales son personas jurídicas de derecho público, con autonomía política, administrativa y financiera. Estarán integrados por las funciones de participación ciudadana; legislación y fiscalización; y, ejecutiva previstas en este Código, para el ejercicio de las funciones y competencias que le corresponden. La sede del gobierno autónomo descentralizado municipal será la cabecera cantonal prevista en la ley de creación del cantón.

**Artículo 54.- Funciones.** - Son funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal las siguientes:

- a) Promover el desarrollo sustentable de su circunscripción territorial cantonal, para garantizar la realización del buen vivir a través de la implementación de políticas públicas cantonales, en el marco de sus competencias constitucionales y legales;
- b) Diseñar e implementar políticas de promoción y construcción de equidad e inclusión en su territorio, en el marco de sus competencias constitucionales y legales;
- c) Establecer el régimen de uso del suelo y urbanístico, para lo cual determinará las condiciones de urbanización, parcelación, lotización, división o cualquier otra forma de fraccionamiento de conformidad con la planificación cantonal, asegurando porcentajes para zonas verdes y áreas comunales;
- d) Implementar un sistema de participación ciudadana para el ejercicio de los derechos y la gestión democrática de la acción municipal;
- e) Elaborar y ejecutar el plan cantonal de desarrollo, el de ordenamiento territorial y las políticas públicas en el ámbito de sus competencias y en su circunscripción territorial, de manera coordinada con la planificación nacional, regional, provincial y parroquial, y realizar en forma permanente, el seguimiento y rendición de cuentas sobre el cumplimiento de las metas establecidas;
- f) Ejecutar las competencias exclusivas y concurrentes reconocidas por la Constitución y la ley y en dicho marco, prestar los servicios públicos y construir la obra pública cantonal correspondiente, con criterios de calidad, eficacia y eficiencia, observando los principios de universalidad, accesibilidad, regularidad, continuidad, solidaridad, interculturalidad, subsidiariedad, participación y equidad;

- g) Regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo;
- h) Promover los procesos de desarrollo económico local en su jurisdicción, poniendo una atención especial en el sector de la economía social y solidaria, para lo cual coordinará con los otros niveles de gobierno;
- i) Implementar el derecho al hábitat y a la vivienda y desarrollar planes y programas de vivienda de interés social en el territorio cantonal;
- j) Implementar los sistemas de protección integral del cantón que aseguren el ejercicio, garantía y exigibilidad de los derechos consagrados en la Constitución y en los instrumentos internacionales, lo cual incluirá la conformación de los consejos cantonales, juntas cantonales y redes de protección de derechos de los grupos de atención prioritaria. Para la atención en las zonas rurales coordinará con los gobiernos autónomos parroquiales y provinciales;
- k) Regular, prevenir y controlar la contaminación ambiental en el territorio cantonal de manera articulada con las políticas ambientales nacionales;
- l) Prestar servicios que satisfagan necesidades colectivas respecto de los que no exista una explícita reserva legal a favor de otros niveles de gobierno, así como la elaboración, manejo y expendio de víveres; servicios de faenamiento, plazas de mercado y cementerios;
- m) Regular y controlar el uso del espacio público cantonal y, de manera particular, el ejercicio de todo tipo de actividad que se desarrolle en él, la colocación de publicidad, redes o señalización;
- n) Crear y coordinar los consejos de seguridad ciudadana municipal, con la participación de la Policía Nacional, la comunidad y otros organismos relacionados con la materia de seguridad, los cuales formularán y ejecutarán políticas locales, planes y evaluación de resultados sobre prevención, protección, seguridad y convivencia ciudadana;
- o) Regular y controlar las construcciones en la circunscripción cantonal, con especial atención a las normas de control y prevención de riesgos y desastres;
- p) Regular, fomentar, autorizar y controlar el ejercicio de actividades económicas, empresariales o profesionales, que se desarrollen en locales ubicados en la circunscripción territorial cantonal con el objeto de precautelar los derechos de la colectividad;

- q) Promover y patrocinar las culturas, las artes, actividades deportivas y recreativas en beneficio de la colectividad del cantón;
- r) Crear las condiciones materiales para la aplicación de políticas integrales y participativas en torno a la regulación del manejo responsable de la fauna urbana; y,
- s) Las demás establecidas en la ley.

**Artículo 55.- Competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado municipal.** - Los gobiernos autónomos descentralizados municipales tendrán las siguientes competencias exclusivas sin perjuicio de otras que determine la ley:

- a) Planificar, junto con otras instituciones del sector público y actores de la sociedad, el desarrollo cantonal y formular los correspondientes planes de ordenamiento territorial, de manera articulada con la planificación nacional, regional, provincial y parroquial, con el fin de regular el uso y la ocupación del suelo urbano y rural, en el marco de la interculturalidad y plurinacionalidad y el respeto a la diversidad;
- b) Ejercer el control sobre el uso y ocupación del suelo en el cantón;
- c) Planificar, construir y mantener la vialidad urbana;
- d) Prestar los servicios públicos de agua potable, alcantarillado, depuración de aguas residuales, manejo de desechos sólidos, actividades de saneamiento ambiental y aquellos que establezca la ley;
- e) Crear, modificar, exonerar o suprimir mediante ordenanzas, tasas, tarifas y contribuciones especiales de mejoras;
- f) Planificar, regular y controlar el tránsito y el transporte terrestre dentro de su circunscripción cantonal;
- g) Planificar, construir y mantener la infraestructura física y los equipamientos de salud y educación, así como los espacios públicos destinados al desarrollo social, cultural y deportivo, de acuerdo con la ley;
- h) Preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón y construir los espacios públicos para estos fines;
- i) Elaborar y administrar los catastros inmobiliarios urbanos y rurales;
- j) Delimitar, regular, autorizar y controlar el uso de las playas de mar, riberas y lechos de ríos, lagos y lagunas, sin perjuicio de las limitaciones que establezca la ley;

- k) Preservar y garantizar el acceso efectivo de las personas al uso de las playas de mar, riberas de ríos, lagos y lagunas;
- l) Regular, autorizar y controlar la explotación de materiales áridos y pétreos, que se encuentren en los lechos de los ríos, lagos, playas de mar y canteras;
- m) Gestionar los servicios de prevención, protección, socorro y extinción de incendios; y,
- n) Gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de sus competencias.

### **2.2.11 Gestión y desarrollo local**

Gestión y desarrollo local, entendido como construcción de capacidades y derechos de las personas. En este sentido, el desarrollo local lo entendemos como un proceso concertado de construcción de capacidades y derechos ciudadanos en ámbitos territoriales político-administrativos del nivel local (municipios = territorio) que deben constituirse en unidades de planificación, de diseño de estrategias y proyectos de desarrollo en base a los recursos, necesidades e iniciativas locales.

Este proceso incorpora las dinámicas del desarrollo sectorial, funcional y territorial, que se emprendan desde el Estado, las organizaciones sociales y la empresa privada en el territorio. El desarrollo local es integral; es decir, incorpora en el diseño de sus planes al conjunto de dimensiones presentes en el territorio: social, económico, ambiental, etc. Por ello, iniciar un proceso de desarrollo local debe permitir favorecer el crecimiento económico, la democracia política y el progreso social, de modo que se vaya alcanzando el desarrollo humano sostenible. En la medida que es un esfuerzo organizado de toda la sociedad local será necesario un fuerte liderazgo que deberá asumir el gobierno local (la municipalidad). Tradicionalmente se ha considerado a los gobiernos locales como empresas de servicios (orientadas a la ejecución de obras e infraestructuras), limitando las posibilidades de actuación de los alcaldes y funcionarios públicos en la promoción e impulso de un desarrollo integral de sus territorios.

Afortunadamente, esta visión está siendo superada en la mayoría de nuestros países que están inmersos en un proceso de descentralización territorial que, entre otros, provee a las municipalidades y gobiernos regionales de las herramientas formales necesarias para asumir adecuadamente un mayor grado de autonomía en la gestión y distribución de los recursos.

## **2.2.12 CANTÓN CHUNCHI**

### **POBLACIÓN ORIGINARIA**

La zona empezó a ser habitada por tribus de procedencia Cañari, evacuadas por la alarma que ocasionó la Conquista Incásica dirigida por Tupac Yupanqui. La máxima jerarquía de estos grupos humanos estaba representada por el hombre más anciano y diestro en el arte de la guerra, debido a que era un pueblo que vivía en constantes conflictos guerreros con sus vecinos. La mujer estaba dedicada al cuidado del hogar, cultivo de la tierra y crianza de animales domésticos, siendo sus principales productos: maíz, patatas, zapallos, ocas, mellocos y ají. Esta producción era de subsistencia y, eventualmente, se compartía en fiestas y banquetes.

La presencia del perro como animal doméstico, cuyo nombre genérico era “ashco”, era una constante en los hogares nativos.

Algunos restos arqueológicos en cerámica como: cerros, serpientes, piedras jaspeadas y otros objetos llamativos, testimonian la dinámica sociocultural de este pueblo. En su cosmovisión de religiosidad adoraban una laguna de Culebrillas, cerca de Zigzig, y al monte Huacayñan (Camino de Llanto)

Las casas eran de forma circular o triangular, construidas con paredes de barro y piedra, sin ventanas y cubiertas de paja. Las camas para dormir eran montículos de paja, además, entre sus enseres domésticos poseían una piedra de moler granos y un cántaro para preparar y almacenar la chicha. Su vestimenta, usualmente de diseños largos, se confeccionaba con lana de llama y de algodón.

Al describir los pueblos de la tenencia de Alausí, Juan de Velasco afirma que los indios de Pomallacta, desde 1725, habían sacudido en parte el yugo de los españoles. Los pomallactas, escribe, “salen a pagar fielmente sus tributos; más no permiten estable a ningún español ni mestizo, sino solamente de paso al que va de correo de Quito a Lima...”

Un vecino del asiento de Alausí, Esteban Rodríguez de Egüez, pretendía el reconocimiento a su favor de tierras que compró con “justo título” ante un juez privativo del ramo; pero, los indios de Guasuntos, bajo el mando de Gaspar Lema, se amotinaron e impidieron tal

apropiación indebida. Guasuntos en la época contaba cerca de 4000 indios e incluía 11 anejos, entre ellos: Pomallacta, Lasuay, Zumid, Shuy y Totoras. (Merizalde, J. 1957. citado en Moreno, S. 1978) Este levantamiento indígena en contra de los colonizadores europeos, devino en una etapa de conflicto que demostró la cohesión existente entre el grupo dirigente los caciques y el resto de la comunidad.

Aparece claro que el origen de esta serie de tumultos no se debió a la tributación, sino que fue un intento de defender las tierras comunales ante el avance de los terratenientes blancos.

Sin embargo, posteriormente, el proceso de dominación española adoptó una serie de estrategias encaminadas a perpetuar su dominio, principalmente a través de la dependencia de los indígenas a las haciendas, grandes latifundios e iglesia con obligaciones de tributación muy fuertes, como el pago de diezmos, la entrega gratuita de mano de obra, y más obligaciones impuestas desde la colonia.

El propósito fundamental del poder colonial y luego republicano fue destruir la fuerte cohesión social, étnica y cultural de los pueblos precolombinos con la principal idea de facilitar la explotación y el aprovechamiento de las riquezas existentes en los sectores habitados por pobladores indígenas o campesinos. Bajo este afán, en todas las comunidades de indios, los conquistadores y posteriores colonizadores se vieron obligados a reestructurar los patrones y relaciones sociales de las sociedades nativas, con el fin de integrarlas al sistema dominante de producción orientado, básicamente, a la extracción de excedentes en beneficio de sus propios intereses. La zona de Chunchi, por lo visto en su historia próximo anterior, ha experimentado un proceso de vinculación a este modelo de dominación y explotación que repercute hasta la actualidad.

Estas masas sociales campesinas en franca contraposición al sistema dominante pasaban poco a poco a fragmentarse étnicamente y posiblemente a engrosar las filas de los migrantes con oficios o negocios en las urbes. Con el propósito de alimentar los sentimientos y actitudes arribistas de algunos sectores y resquebrajar más las débiles y casi inexistentes redes de identidad étnica local, algunos individuos fueron eximidos de los tributos en base a su ascenso social a cholos o mestizos, convertidos en campesinos comunes. Esto era de



esperarse ya que un mestizo era liberado tanto de las cargas de trabajo como de los pagos de tributos, pero continuaban permaneciendo dentro de las sociedades indias.

### **FUNDACIÓN ESPAÑOLA**

La cultura española llegó a estas comarcas en el siglo XVI, junto con los primeros encomenderos de procedencia quiteña, azuaya, y lojana. Chunchi pertenecía al Corregimiento de Alausí, jurisdicción de Cuenca, según consta en el censo de los contribuyentes. La organización urbana de Chunchi coincide con la llegada de los sacerdotes católicos en la etapa de colonización.

Hacia el año 1.800 el sabio alemán Teodoro Wolf, al contemplar la singular belleza de Chunchi, exclamó: “Chunchi, sillón andino construido por las manos del Creador”. La exuberancia de sus tierras muy pronto lo convirtieron en un importante centro productor de cereales, ubicándolo en un primer lugar de provisión de alimentos.

### **FUNDACIÓN REPUBLICANA**

Chunchi adquiere la categoría de parroquia del cantón Alausí mediante decreto de la Ley de División Territorial expedida por la Convención Nacional del 29 de mayo de 1.861.

En 1918, llegó el tren a Chunchi, cuyo acontecimiento facilitaba la conexión de la sierra con los pueblos de la costa. La continuación de la construcción de este medio de comunicación generó fuentes de trabajo y prosperidad a numerosas familias de la región, así como, momentos de dolor para cientos de trabajadores, quienes tuvieron que pagar con sus vidas el precio del progreso, en los fatídicos años de 1931 – 1953, debido a enormes derrumbes y crecidas del río Chanchan.

### **CANTONIZACIÓN**

La cantonización de Chunchi fue gestionada en el año 1.944, en el gobierno de José María Velasco Ibarra, por una comisión de notables locales: Francisco Tamariz Palacios, Miguel León Bermeo Pinos, Bolívar Chiriboga Toledo, Celso Bermeo Pinos, Rafael Layedra, entre otros. La petición de cantonización, fue dirigida por el Señor Joel Efraín Trujillo en nombre de los moradores chuncheños, al Presidente de la República.

## **DECRETO DE CANTONIZACIÓN**

Chunchi fue erigido a categoría de cantón, el 4 de julio de 1944, mediante Decreto No. 268, publicado en el registro oficial No. 28, página 185, expedido por el Presidente de la República Dr. José María Velasco Ibarra. En cumplimiento de este cuerpo legal se anexaron a Chunchi las parroquias: Sevilla, Gonzol y Pistishí, ordenándose crear las comunas de Capzol y Compud.

## **PRIMER CONCEJO CANTONAL**

Con Decreto Ejecutivo N0. 311 del 10 de Julio de 1944, se organizó el primer Concejo Cantonal de Chunchi. El 21 de Julio de 1944 tuvo lugar la sesión inaugural en la casa del Miguel León Bermeo Pinos, a las 18H30, en la que fue nombrado como Presidente del Concejo el señor Joel Efraín Trujillo Campoverde. Asistieron al acto las, primeras autoridades del Cantón: Carlos Ullauri Sacoto, Jefe Político; Miguel León Bermeo, Comisario Nacional; Dr. Manuel Estrella, Párroco del lugar. El inicio de su gestión no contó con recursos financieros para su ejercicio. El señor Alonso Flores Gortaire, ejerció el cargo de Tesorero de la municipalidad.

Una de las primeras preocupaciones del Concejo fue la educación de su población, mediante la concesión de becas a los mejores estudiantes de comunidades, recintos y cabecera parroquial, para que puedan cursar estudios en las ciudades de Quito, Cuenca, Riobamba.

La administración del señor Trujillo, terminó en agosto de 1944, fecha en la cual, presentó su renuncia para posesionarse del cargo de Notario Público del Cantón; reemplazándolo en la concejalía el señor Bolívar Chiriboga. El 1 de febrero de 1945 llegaba a Chunchi un telegrama de la Secretaría de la Honorable Asamblea Nacional haciendo conocer que la Comisión de Emergencia ha resuelto someter a plebiscito la nueva anexión de las parroquias de Gonzol, Sevilla y Pistishí al cantón Alausí, y al de Chunchi las zonas de Joyagshí, Santa Rosa y Llagos.

El plebiscito se realizó en junio de 1945. Chunchi resolvió, en aras de la paz y concordia provincial, aceptar la delimitación sancionada por la Asamblea Constituyente, con decreto del 10 de marzo de 1945 y artículo 2 del decreto del 15 de noviembre de 1946, con los que

fijan los linderos definitivos, anexando a Chunchi las zonas colindantes con Cañar, en recompensa de Sevilla y Pistishí. La parroquia Llagos se anexó el 11 de septiembre de 1947, previo convenio entre los cantones Alausí y Chunchi.

## **LAS ADMINISTRACIONES MUNICIPALES**

El segundo Alcalde, Alonso Flores G., sentó las bases para futuras administraciones, realizando obras absolutamente necesarias, entre las que sobresalen la creación de las parroquias de Capsol y Compud y la reconstrucción de la casa municipal, la que funcionó hasta 1975.

En la administración del Sr. Carlos Ullauri, se realizan las siguientes obras: carretera Chunchi – Chanchán, canalización de las calles de la ciudad, postería del alumbrado público de Chunchi, entre otras. En 1954, diez años después de la cantonización, el entonces Presidente de la República José María Velasco Ibarra envió parte del Regimiento Militar 21 Cayambe, con 200 efectivos aproximadamente, a asentarse en Chunchi, quienes se acuartelaron, por dos años, en el establecimiento de la antigua escuela “Fernando Pons”.

El 1 de enero de 1961, en la administración de Aurelio Santacruz, se emprende en la implementación del sistema de abastecimiento de agua potable, se compra los terrenos y se construye el Estadio Municipal.

Durante la administración de Benjamín Bermeo, en el período 1964-1966, se adoquina las principales calles de Chunchi y se instala el servicio médico del Seguro Social. En la administración de José Tamayo, 1969-1972, se firma el contrato para la construcción de palacio municipal, se compra los terrenos y aprueba la construcción del hospital, se amplía el convenio para afiliados al Seguro Social Campesino.

Durante la administración de Luis Coello, 1972, se realiza la reapertura del Colegio María Auxiliadora. Posteriormente, en la administración de Leopoldo Aguirre, en 1974, se dieron hechos sangrientos de Magna, pero el cantón alcanzó logros importantes: en junio de 1974, la construcción y funcionamiento del Hospital “Miguel León Bermeo”, en julio del mismo año, inauguró sus servicios el Banco Nacional de Fomento.

En el gobierno municipal de Rodrigo Bermeo, en el período 1975-1978, los principales adelantos en esta administración fueron: la terminación del camal municipal, construcción del nuevo sistema de alcantarillado sanitario, del parque infantil y del nuevo cementerio municipal.

En el gobierno de Ángel Miranda Aguirre, 1979 – 1983, se realizan las siguientes obras: iluminación de toda la ciudad con lámparas de sodio y mercurio, donación de un terreno para la construcción de IETEL y electrificación rural, entre otras.

## **MIGRACIÓN**

Según los datos estadísticos de 1990, existían 13.490 habitantes, un 7.9% menos de lo que existía en 1982 cuando los habitantes contabilizaban 14.646. Siendo la población actual de 12.450 (Censo 2001) se puede inferir que la población ha decrecido en un 7,71% con respecto a la población del año 1990. El sistema económico neo-liberal, el mal manejo de los fondos del estado, la corrupción y una mala distribución de la riqueza han sido las causas para el surgimiento de este problema. Se estima que habitan en Nueva York 15.000 chuncheños cuya población sobrepasa significativamente a la población actual de todo el cantón. España e Italia son los destinos preferidos, después de Estados Unidos, de los migrantes de Chunchi.

## **AGRICULTURA**

Chunchi es un cantón que se caracteriza por ser eminentemente agrícola. Del total de hectáreas de tierra cantonal, un 80%, se la considera para la actividad pecuaria, y el restante 20 % se la destina para la agricultura. En la actualidad se ha comenzado una diversificación de la producción con la implementación de invernaderos y la utilización de tecnología mejorada, como es la implementación en el cantón de una empresa productora de brócoli para la exportación, que ha generado empleo para la población joven.

En la zona baja existe una diversidad de productos. En general, el cantón se orienta a la producción de maíz, pepino, tomate, zanahoria, col, lechuga, pimienta, arveja, cebada, trigo, papas y frutales. Sin embargo, a nivel de unidades productivas familiares indígenas - campesinas, la agricultura se mantiene bajo el sistema tradicional, se produce para el consumo familiar con pocos excedentes para el expendio, centrándose básicamente en: maíz,

papas, habas, trigo, cebada, frutas de clima subtropical como duraznos, cítricos etc. El promedio de tenencia de la tierra en las comunidades indígenas campesinas es de 3,9 hectáreas por familia.

En la parroquia Gonzol la producción agrícola se cultiva: trigo, cebada, maíz, lenteja, arveja, papas, mellocos, ocas, habas. La mayoría de los granos se comercializa en Chunchi y Riobamba.

En la jurisdicción parroquial de Compud la agricultura es la base de la economía de los hogares, se basa en la producción de diversos productos, entre los más importantes: maíz, trigo, arveja, fréjol, que son comercializados en la feria de Chunchi, o son llevados a los molinos de granos para obtener productos procesados.

En Capsol, los principales productos que se cultivan son: pepino, maíz, papa, trigo, arveja, fréjol, lechuga, col, frutales, entre otros. En la actualidad se están implementando invernaderos para la producción hortícola diversa y permanente. En Llagos se produce: maíz, lenteja, arveja, papas, mellocos, habas, que se comercializan en la feria de los días viernes en Joyagshí.

## **PECUARIA**

En las zonas altas el uso actual del suelo está orientado al establecimiento de pasturas mejoradas mediante el aprovechamiento de las aguas de los ríos Launa y Picay. Este sector de la producción demuestra mayor crecimiento, debido al mejoramiento genético del pie de cría en el ganado vacuno y pasturas, como es el caso de las ganaderías de las haciendas Charrón y Seteleg, entre otras, Lo que se revierte en mayor producción de leche y carne. La crianza de ganado de lidia es un rubro de importancia económica en algunas haciendas empresariales.

Se calcula que se produce, aproximadamente, entre 10 y 12 mil litros de leche / día, a nivel cantonal, lo que ha generado la aparición de microempresas de elaboración de derivados de la leche: quesos, mantequilla, etc. (MAG –Chunchi. 2.002)

La producción de otras especies domésticas, porcinos, ovinos, caprinos, aves, cuyes, conejos, se la realiza en pequeñas cantidades, dirigidas al autoconsumo y en caso de necesidades cíclicas (educación, fiestas, etc.) a la comercialización en escalas menores en el mercado de la cabecera cantonal.

Con el propósito de incentivar la inversión de las remesas monetarias de los migrantes, en proyectos productivos generadores de empleo, se está organizando una empresa privada de industrialización de derivados lácteos, que iniciará su gestión en el año 2.003, la misma que pretende procesar 5.000 litros diarios de leche cruda, distribuida de la siguiente manera: 2.000 litros de leche pasteurizada, 1.500 litros para quesos y 1.500 litros para la elaboración de yogurt y helado. Los estudios técnicos respectivos se encuentran elaborados y se pretende invertir \$ 240.000, con el aporte de 8 socios a \$ 30.000 cada uno. El mercado seleccionado en los estudios es, básicamente, la ciudad de Guayaquil.

En la parroquia Gonzol, se produce en pequeñas cantidades: ganado vacuno, ovino, caprino, caballar; especies menores como aves de corral, cuyes y conejos. Tiene 250 hectáreas aproximadamente de tierras comunales, en las que se desarrolla un proyecto de ganado bravo para las corridas taurinas populares.

En la jurisdicción parroquial de Compud existen grandes pastizales aptos para la ganadería que no son técnicamente aprovechados, por lo que es necesario una política de capacitación a los campesinos del lugar.

En Capsol, la principal fuente generadora de ingresos para la mayoría de los habitantes, es la actividad agropecuaria. En la actualidad se está mejorando forrajes y la genética del ganado, debido a que la ganadería está tomando mayor importancia. Todos estos productos son comercializados en la feria que se realiza en la cabecera cantonal, los días miércoles y domingos, y en las provincias del sur.

En Llagos la ganadería es la fuente principal de ingresos, gran cantidad de leche sirve para procesar quesos, dulces y manjares; una de las queseras más importantes es la fábrica de quesos particular “Lácteos del Campo”, ubicada en Joyagshí.

## **ARTESANÍA**

Es casi inexistente, pero existen potencialidades productivas como la elaboración de artesanías en base a la elaboración de cestería y otras manufacturas en paja de páramo. En años recientes, la Fundación ESQUEL realizó un concurso de proyectos a nivel nacional, resultando ganadora la Asociación San Judas Tadeo, de la parroquia Gonzol.

## **MINERÍA**

El subsuelo de algunas localidades del cantón tiene un potencial minero significativo, debido a la existencia comprobada de minas de yeso, azufre y hierro, aún no explotadas por falta de capitales de inversión y tecnología. La Federación de Organizaciones Campesinas de Chunchi (FORCACH), organización de segundo grado en proceso de legalización, se encuentra empeñada en la conformación de una empresa comunitaria para la explotación minera del hierro.

### **2.2.13 COMPOSICIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL ACTUAL**

**Alcalde:** Dr. Carlos Aguirre Arellano

**CONCEJALES:** Frantz Joseph, Alexandra Díaz, Fredy Ortiz, Cristo Loja, Segundo Sauce

### **2.3 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS**

**Comunicación:** estudia la transmisión de un mensaje directa o indirectamente de un emisor a un receptor, a través de medios personales o técnicos, usando un sistema de signos convencionales.

**Desarrollo:** lo que se evidencia como mejoría de las condiciones de vida de los integrantes de un grupo de individuos. Casi siempre se la vincula con las obras de infraestructura; sin embargo, existen aspectos intangibles que tienen mayor valor.

**Gestión pública:** La *relación entre poder y función* marca la esencia de la administración pública, donde a través de ésta se pone en práctica el ejercicio del poder, mediante un gobierno en beneficio de la sociedad.

**Gobierno:** El *Gobierno es esencialmente la acción por la cual la autoridad impone una línea de conducta*, un precepto, a las personas que forman parte de una colectividad, sea esta nacional, regional o local.

**Necesidades:** requerimientos que una persona o un conglomerado necesita satisfacer para tener una vida digna.

**Paradigma:** es un modelo a seguir por una o varias personas dentro de un conglomerado social.

**Plan de mejoramiento:** esquema que le permite el mejoramiento de las condiciones de vida de una localidad.

**Participativo:** es la construcción que le permite a un grupo de personas conseguir un objetivo medible y cuantificable, en función del mejoramiento de las condiciones de vida propias.

**Sociedad:** grupo de personas que comparten o no sus tradiciones, religión, política, economía.

## **2.4 HIPÓTESIS**

Las estrategias de Comunicación Gubernamental (CG) inciden en la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Chunchi, período enero – junio de 2016.

.

## **2.5 VARIABLES**

### **2.5.1 VARIABLE INDEPENDIENTE**

Estrategias de Comunicación Gubernamental

### **2.5.2 VARIABLE DEPENDIENTE**

Gestión del GADM Chunchi



## **CAPÍTULO III**

### **3. MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1 Método**

**3.1.1 Analítico – Sintético:** La investigadora analizó cómo la comunicación gubernamental fue utilizada como instrumento para mejorar la gestión en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Chunchi.

**3.1.2 Inductivo – deductivo:** a partir del análisis del fundamento teórico del objeto de investigación, se determinó que la comunicación gubernamental enlaza gestión con eficiencia en la atención a los públicos.

#### **3.2 Tipo de investigación**

**3.2.1 Bibliográfica:** porque del fundamento teórico se extrajeron los contenidos de libros, revistas, páginas electrónicas, portales especializados en comunicación gubernamental y para el desarrollo como base para la construcción del Marco Teórico.

**3.2.2 De campo:** Mediante la aplicación de la encuesta se determinó que la comunicación gubernamental incide en la gestión del GADM – Chunchi.

**3.2.4 Aplicada:** Vinculando la teoría con la práctica, a partir de la fundamentación de autores especializados en Comunicación para el desarrollo, se definieron estrategias de comunicación gubernamental dirigidas al GADM – Chunchi.

## **2.3 Población y muestra**

### **2.3.1 Población**

Para la presente investigación se trabajará con seis autoridades (un alcalde y concejales) y 36 administrativos del GADM – Chunchi. En consecuencia, la población asciende a 42 personas de la institución.

**TABLA 1. Universo de estudio**

Autoridades	6
Administrativos	36

- **Elaborado por.** Gabriela Aguirre Tamayo

### **2.3.2 Muestra**

Al ser manejable la población no es necesaria la aplicación de la fórmula para el cálculo de la muestra, por lo que se trabajará con los 42 funcionarios del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Chunchi.

## 2.4 Técnicas e instrumentos

**TABLA 2. Técnicas e instrumentos de recolección de información**

Encuesta	Cuestionario
Entrevista	Cuestionario
Observación	Ficha de observación

Elaborado por. Gabriela Aguirre Tamayo

### 2.4.2 Técnicas

**2.4.2.1 Encuesta:** esta técnica se aplicará a los funcionarios del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Chunchi.

**2.4.2.2 Entrevista:** su aplicación permitirá conocer a la investigadora el nivel de importancia que tiene la comunicación gubernamental como herramienta para el mejoramiento de la gestión.

**2.4.2.3 Observación:** la observación visibilizará los aspectos inherentes al manejo de la comunicación gubernamental y los niveles en los que se desenvuelve.

### 2.4.3 Instrumentos

**2.4.3.1 Cuestionario:** responderá las preguntas relacionadas con las estrategias de comunicación gubernamental y su incidencia en la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Chunchi.

## 2.5 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

### 1. ¿Conoce si el GADM – Chunchi emplea la comunicación para fortalecer la gestión?

**TABLA 3. Comunicación gubernamental**

Sí	29	69%
No	13	31%
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>

Elaborado por. Gabriela Aguirre Tamayo

### ANÁLISIS

El 69 por ciento de personas que respondieron el instrumento considera que el uso de la comunicación, fortalece las actividades en el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Chunchi. Mientras tanto, el 31 por ciento considera que lo comunicacional no incide en el fortalecimiento institucional.

### INTERPRETACIÓN

La mayoría de personas (69%) que contestaron el instrumento que se aplicó en el GADM Chunchi, están consciente, de que en efecto la comunicación sí es una herramienta fundamental que puede utilizarse para encontrar el fortalecimiento institucional y apuntalar todas las actividades que se realicen casa adentro y la proyección para el público externo. Mientras el 31 por ciento dice que la comunicación no es un componente que le permite fortalecerse como institución.

**2. Si su respuesta anterior fue afirmativa ¿cómo cree que influye la comunicación en la gestión del GADM – Chunchi?**

**TABLA 4. Influencia de la Comunicación Gubernamental**

De manera positiva	21	72%
De manera negativa	8	28%
<b>TOTAL</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por.** Gabriela Aguirre Tamayo

### **ANÁLISIS**

El 72 por ciento de encuestados consideraron como muy positiva la manera en la que la comunicación gubernamental influye en las actividades que desarrolla el GADM Chunchi frente al 28 por ciento afirmaron que la influencia se realiza de manera negativa, esto denota que sí existe una identificación del eje comunicación en el gobierno seccional de la provincia.

### **INTERPRETACIÓN**

Para responder esta pregunta se tomaron en consideración solamente a las personas que respondieron positivamente la anterior; la lectura es importante porque existe conocimiento entre las personas que trabajan en el área administrativa de gobierno municipal, de la importancia e influencia de la comunicación en el fortalecimiento de la gestión y lo que ella puede hacer a favor de los habitantes de la población que se encuentra en el límite con la provincia de Cañar.

### 3. ¿Ha participado en actividades tendientes al establecimiento de estrategias de comunicación gubernamental?

**TABLA 5. Estrategias de Comunicación Gubernamental**

<b>Sí</b>	<b>9</b>	<b>21%</b>
<b>No</b>	<b>33</b>	<b>79%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por.** Gabriela Aguirre Tamayo

#### **ANÁLISIS**

El 79 por ciento de encuestados dijeron que nunca han participado en eventos de capacitación sobre formulación de estrategias de comunicación gubernamental; el 21 por ciento respondió que sí han intervenido en eventos organizados sobre este eje de la comunicación que permite una gestión eficiente para llegar de mejor manera a los pobladores de la población.

#### **INTERPRETACIÓN**

La pregunta arrojó información importante para el desarrollo de la presente investigación; de lo observado en las dos primeras preguntas, se identifica a la comunicación como un eje que influye en la gestión, sin embargo, solo el 21 por ciento participó en actividades de capacitación organizadas sobre la temática -ninguna en el GAD Chunchi-. Vale la aclaración que el alcalde, Dr. Carlos Aguirre y la persona encargada del Departamento de Comunicación, intervinieron en un ciclo de conferencias sobre la temática organizado por la Carrera de Comunicación Social, de la Universidad Nacional de Chimborazo, en octubre de 2014.

#### 4. ¿Sabe en qué consiste el mito de gobierno?

**TABLA 6. Mito de gobierno**

Sí	2	5%
No	40	95%
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por.** Gabriela Aguirre Tamayo

#### **ANÁLISIS**

El mito de gobierno es uno de los ejes importantes en los organismos públicos, que, sin embargo, es confundido porque a sus partes se les ha considerado de manera individual y no como un cuerpo; esto incidirá a futuro en el conocimiento que tenga la ciudadanía sobre su importancia. El 95 por ciento no saben en qué consiste y solo el 5 por ciento saben de lo que se trata.

#### **INTERPRETACIÓN**

No es un inconveniente para las autoridades y funcionarios del GADM Chunchi que no conozcan en qué consiste el mito gobierno, también lo es que no distinguen los elementos que lo constituyen y que los miren por separado cuando son la columna vertebral de la institución. El mito de gobierno desde la teoría son los aspectos vinculados con la ideología de la institución y es importante que cada adentro lo conozcan y luego poder socializarlo puertas afuera.

## 5. Ha participado en jornadas de socialización del mito de gobierno

**TABLA 7. Socialización del mito de gobierno**

Sí	2	5%
No	40	95%
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por.** Gabriela Aguirre Tamayo

### **ANÁLISIS**

El 95 por ciento de funcionarios y autoridades del GADM Chunchi sostuvo que jamás participaron en una jornada o en un evento de capacitación con una temática que responde al mito de gobierno; y el 5 por ciento dijo que sí lo hicieron, pero una institución distinta a la suya.

### **INTERPRETACIÓN**

En la relación que tiene esta pregunta con la anterior, se evidencia la importancia que tiene para esta institución la socialización y comprensión de lo que el mito de gobierno representa. Que el 5 por ciento desconozca de lo que se trata es un hecho que merece ser considerado y colocado en la agenda del GADM Chunchi. Al tratarse de la filosofía institucional (misión, visión, valores, principios, objetivos estratégicos, etc.) debe pasar por la decisión política para que haya un empoderamiento de los elementos y se reflejen en las acciones que desarrollen.



## 6. A su criterio en qué área es más importante la comunicación gubernamental

**TABLA 8. Vínculo de la comunicación gubernamental**

Administración	7	17%
Participación ciudadana	11	26%
Desarrollo Social	24	57%
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>

Elaborado por. Gabriela Aguirre Tamayo

### ANÁLISIS

Con relación a esta pregunta, el 17 por ciento señaló que es importante la comunicación gubernamental para el área administrativa, el 26 por ciento para la participación ciudadana y el 57 por ciento para el eje de desarrollo social. Se consideraron estos tres componentes municipales ya que en ellos se desenvuelven los organismos seccionales, por la atención e interacción con cada uno de los públicos que poseen.

### INTERPRETACIÓN

La comunicación gubernamental debe convertirse entre el nexo entre la institución y sus públicos. Pero para objeto de la presente investigación, la CG vincula tres ejes considerados como el pilar fundamental para los organismos descentralizados municipales: administración, participación ciudadana y desarrollo local. Es importante que las estrategias que se propongan tiendan a complementarse con acciones que fortalezcan los procesos y alcancen los objetivos propuestos.

**7. ¿Cree que la comunicación debe ser el eje de planificación de la gestión del GADM – Chunchi?**

**TABLA 9. Eje de planificación**

Sí	42	100%
No	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por.** Gabriela Aguirre Tamayo

**ANÁLISIS**

Esta interrogante ofrece un detalle clave de la institución. El 100 por ciento le encasilla como un eje clave de planificación para el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Chunchi; es por esta razón que los aspectos comunicacionales deben manejarse a partir de un Plan Estratégico de Comunicación en cuyo interior consten estrategias de CG.

**INTERPRETACIÓN**

La Comunicación Gubernamental es el eje que le permitirá a la institución crecer hacia adentro y hacia afuera, sin embargo, la respuesta en la interrogante pide que en efecto se convierta en el eje que guíe la planificación. De esta forma se garantizará que todas las actividades previstas se cumplan, tengan un seguimiento y al final se realice una evaluación para establecer los niveles de adelanto y lo que quede pendiente pueda reprogramarse.

## 8. ¿La comunicación gubernamental para la gestión del GADM – Chunchi es?

**TABLA 10. Comunicación gubernamental y gestión**

Buena	38	90%
Mala	3	7%
Regular	1	3%
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por.** Gabriela Aguirre Tamayo

### **ANÁLISIS**

El 90 por ciento de encuestados consideran que la comunicación gubernamental es buena para la gestión, el 7 por ciento mala y apenas el 3 por ciento regular. Es un imperativo por tanto fortalecerla.

### **INTERPRETACIÓN**

Para que esta repuesta tenga coherencia con la necesidad que se evidencia dentro de la institución, considerar un 90 por ciento del GADM Chunchi que la comunicación gubernamental es buena para la gestión requiere de un plan que: primero, comprometa a los funcionarios a cumplir las estrategias trazadas; segundo, establecer plazos para la acción; y tercero, que la evaluación de lo implementado es permita retroalimentar siempre pensando en mejorar la interacción y la interrelación entre la entidad y sus públicos.

## 9. ¿La comunicación gubernamental ayuda a la construcción de una imagen positiva del GADM – Chunchi?

**TABLA 11. Construcción de imagen**

Sí	32	76
No	10	24
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>

Elaborado por. Gabriela Aguirre Tamayo

### ANÁLISIS

El 76 por ciento considera que la comunicación gubernamental sí ayuda a construir una imagen positiva del GADM Chunchi; y el 24 por ciento señala que no. Como nos damos cuenta este criterio apunta a la construcción de un plan cuyo portafolio de intervención contenga actividades tendientes al mejoramiento de la imagen de la institución.

### INTERPRETACIÓN

La imagen es un aspecto que debe considerarse como un elemento clave dentro de una organización, del tipo que fuere. Más aún, si se trata de instituciones que sirven a la colectividad ésta no puede mirarse sobre el hombro y por el contrario planificar acciones para corroborar el criterio expresado por el 76 por ciento de personas encuestas que consideran que la comunicación gubernamental ayudará a construir la imagen positiva de la institución.

## 10. ¿La comunicación gubernamental debe convertirse en un eje central de gestión?

**TABLA 12. Comunicación gubernamental como eje de gestión**

Sí	35	83%
No	7	17%
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>

Elaborado por. Gabriela Aguirre Tamayo

### ANÁLISIS

El 83 por ciento de funcionarios y autoridades del GADM Chunchi dijo que la comunicación gubernamental sí es un eje que de construcción de una eficiente gestión; al 17 por ciento lo considera irrelevante y le da lo mismo que esté presente o no como indicador de gestión.

### INTERPRETACIÓN

Como antes se dijo, la idea genérica de la comunicación gubernamental es generar consenso en torno a un gobierno y, por ende, a la mayor cantidad de ciudadanos posibles. Hay una lógica de inclusión en el destinatario que no tienen los otros tipos de comunicación. El ejercicio gubernamental es una constante suma variable, en donde no debiera primar un lenguaje de guerra, sino uno emparentado a la negociación, ahí radica la importancia de que se convierta en un eje importante para construir una gestión que vaya acorde con los requerimientos de la comunidad, como lo señaló ese 83 por ciento de encuestados.

## **2.6 COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS**

Para el desarrollo de la presente investigación planteó como **Hipótesis**: Las estrategias de Comunicación Gubernamental (CG) inciden en la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Chunchi, período enero – junio de 2016.

Una vez revisados los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los 42 funcionarios del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Chunchi se cumple la hipótesis planteada, por la comunicación gubernamental sí incide en la gestión de la institución.

## CAPÍTULO IV

### 4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 4.1 CONCLUSIONES

- La comunicación gubernamental en el GADM Chunchi, en términos de argumentos, tópicos y elementos de impacto, no tiene antes porque en concreto no se ha realizado nada en este eje. Todo lo que se haya dicho, hecho o tenga significancia antes de un mandato, tendrá impacto en el propio mandato y será evaluable por la gente en cada escalón que deban subir institución - colectividad. De igual manera, tampoco tiene fin una vez que la gestión finalice, porque las acciones que se emprendan deben dejar huella para que puedan perdurar y demostrar que el gobierno es eficiente en el servicio a la colectividad.
- En Chunchi, a la comunicación gubernamental, si bien los resultados de las encuestas afirman que es un eje que posibilitará el desarrollo local, que mejorará los indicadores de gestión y construirá una imagen positiva puertas afuera, necesita una planificación completa que esté compuesta por una política clara, estrategias y actividades que vinculen institución con los públicos, y así cumplir los objetivos propuestos.

## 4.2 RECOMENDACIONES

- La comunicación gubernamental en el GADM Chunchi debe empezarse a aplicar sobre la certeza de estrategias que vinculen lo institución con lo externo para que de esta manera se cumplan los objetivos estratégicos. Las acciones no deben concluir cuando la gestión de las autoridades municipales finalice, sino elaborar un documento de largo plazo cuyas líneas sean la base de una gestión cada vez más exigente.
- En Chunchi lo aspectos inherentes con la imagen institucional y la posibilidad de vincular gestión con la gente debe considerarse, sobre la base de este documento como una herramienta que unifique criterios, vincule a los públicos y consiga los objetivos. Aquí radica la importancia de los resultados obtenidos en esta investigación.



# CAPITULO V

## 5. MARCO PROPOSITIVO

### 5.1 Estrategias de Comunicación Gubernamental para el mejoramiento de la gestión del GADM – Chunchi.

Esta propuesta tiene como fundamento la teoría que consta en el Capítulo II y que recoge los criterios de autores vinculados a la comunicación gubernamental CG, sus objetivos y su finalidad. Sin embargo, todo conjunto de estrategias responde a la definición de lo que se denomina como **Política General de Comunicación**, que es: la herramienta fundamental de acción que sobre la base de estrategias y actividades informa a la población sobre los actos e gobierno e incide en la gestión de lo institucional.

- ❖ **Política General de Comunicación para el GADM Chunchi:** El GADM y todas sus dependencias informarán y comunicarán, con oportunidad y eficiencia, sus acciones en función de su mito de gobierno, como mecanismo para vincular la institución con sus públicos.

Ahora bien, es necesario partir del pensamiento estratégico como una reflexión y análisis de las distintas formas de actuar para conseguir un fin, algo específico a corto o largo plazo (**como primer nivel**). Definir una estrategia no se realiza apartándose de los fines que realmente se persiguen, los medios necesarios para alcanzarlos y que efectos se pretenden o no. Cuenta también la aclaración de que, las estrategias no solo dependen de la solución a un problema en un contexto de asilamiento; quien está encargado de lo estratégico desde lo comunicacional tiene que permanecer en constante interacción y convencido que siempre habrá otros jugadores (stakeholders - involucrados), que responden o reaccionan a las decisiones adoptadas.

Cuenta también la aclaración de que la estrategia que sigue alguien para conseguir algo está condicionada por la presencia, las percepciones y las decisiones de estos jugadores (**segundo nivel**). Aquí cabe conocer qué piensan los otros -con los que interactuaremos- para preveer las reacciones y os cambios de decisión, de emoción y de acción.

La estrategia es un tipo de análisis involucrado de modo consciente o no en tres formas de situaciones de interacción humana.

**TABLA. 13. Decisiones sobre la estrategia**

<b>La toma de decisión</b>	<b>Decisiones en relación con las que otros van a tomar</b>	<b>El cálculo de las decisiones y acciones</b>
<p>Cuando se tiene un problema en el que somos los únicos que tenemos que actuar.</p> <p>Para el caso del GADM de Chunchi es el organismo encargado de inter-relacionarse con la gente con el fin de satisfacer sus necesidades.</p>	<p>Se debe tomar en cuenta las expectativas de otros sobre nuestras acciones y expectativas.</p> <p>Inter-relacionarse con otros organismos como el GADP Chimborazo y las secretarías de Estado para la atención prioritaria de necesidades (según las competencias de cada uno).</p>	<p>Cuando frente a nosotros están otros jugadores que no son cooperativos o que sabemos que actuarán en contra de nuestras intenciones, objetivos y decisiones.</p> <p>Sobre la base de una planificación estructurada.</p>

Elaborado por. Gabriela Aguirre Tamayo

Con la referencia expresada en la tabla anterior, se determinan los aspectos generales del contexto estratégico para el GADM Chunchi, como el mito de gobierno como punto de partida. A saber:

- ❖ **El mensaje:** partirá de los intereses mutuos del Gobierno y de los habitantes del cantón, considerando:

**TABLA 14. Construcción del mensaje**

<b>EJE</b>	<b>ESTRATEGIA</b>
<b>Intereses como objetivos permanentes</b>	Empoderar los funcionarios del GADM de los principios y valores, unidad, equidad, compromiso social, por ejemplo, para servir de mejor manera.
<b>Objetivos intermedios para alcanzar los intereses</b>	Evidenciar una imagen positiva de la institución.

<b>Acciones para alcanzar los objetivos</b>	Utilizar la comunicación discursiva para difundir lo que el GADM Chunchi realiza a favor de los habitantes, a través de medios masivos y no tradicionales.
<b>Mensajes que busquen que los funcionarios se conviertan en proactivos</b>	Fortalecer la convivencia de los funcionarios en la institución para que su servicio se eficiente y de calidad.

Elaborado por. Gabriela Aguirre Tamayo

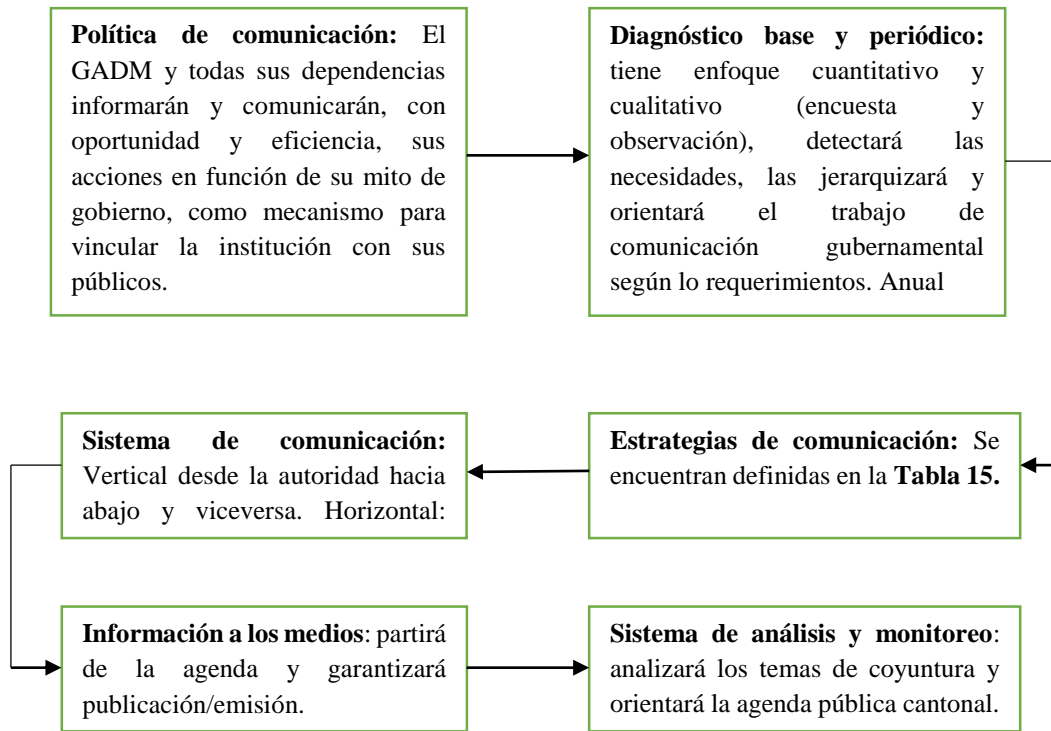
- ❖ **Estructura de recursos y de decisión:** tiene que definirse con claridad los siguientes aspectos:

**TABLA 15. Estructura**

<b>Vocería</b>	El vocero principal del GADM Chunchi es el Alcalde o a quién éste delegare, dependiendo de la coyuntura.
<b>Encargado de medios</b>	Departamento de Comunicación
<b>Encargado de Relaciones</b>	Director de Comunicación
<b>Responsable de los contenidos</b>	Funcionarios del Departamento de Comunicación, sujeto a revisión antes de su emisión
<b>Responsable de inter-relación con la comunidad</b>	Gestión social, Dirección de Comunicación

Elaborado por. Gabriela Aguirre Tamayo

❖ **Modelo de comunicación gubernamental basado en seis ejes estratégicos:**



## REFERENCIAS

- Barroso Gómez, José (2013). *De la disyuntiva a la articulación. Análisis de algunas apuestas científico-prácticas de la comunicación ante la complejidad*. Documento electrónico. Fecha de consulta: 21/04/2016.  
[http://www.razonypalabra.org.mx/N/N83/M83/04\\_Barroso\\_M83.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N83/M83/04_Barroso_M83.pdf)
- Barthes, R (1972). *Elementos de semiología*. Ed Tiempo Contemporáneo- Buenos Aires.
- Bartola, Aníbe (1992). *Comunicación y organización*. Paidós. Barcelona – España.
- Bel, José Ignacio (2005). *Comunicar para crea valor*. 2da. Ed. Ediciones Universidad de Navarra. España.
- Benedict, Raúl (1971). *El hombre y la cultura*, Edhasa, Barcelona.
- Berlín, Irving (2007). *Comunicación gubernamental en los espacios locales. Documento electrónico*. Estudio de caso: el ayuntamiento de Mérida, Yucatán, México, durante el periodo (2001-2004). Fecha de consulta: 21/04/2016.  
<ftp://tesis.bbtk.ull.es/ccssyhum/cs428.pdf>
- Concha, M (1994). *Estructuralismo lenguaje, discurso, escritura*. Ed Montesinos Valencia-Barcelona.
- Costa, Joan (1999). *La comunicación en acción*. Paidós. Barcelona – España
- Costa, Joan (2007). *El Dircom hoy*. Grafo Graneleras. Barcelona – España
- COOTAD. [http://www.ame.gob.ec/ame/pdf/cootad\\_2012.pdf](http://www.ame.gob.ec/ame/pdf/cootad_2012.pdf). Consultado: 23-10-2016; 10:50
- Elizalde, Luciano – Riorda, Mario (2013). *Comunicación Gubernamental 360*. Crujía Ediciones. Buenos Aires – Argentina.
- Frenette, N. L. (s.f.). *Las teorías funcionalistas de las clases sociales*. España Editores.
- Galindo, Jesús (2001). *Comunicación Estar ética e Ingeniería en Comunicación Social*. Documento electrónico. Apunte analítico crítico sobre el libro Estrategias de Comunicación (Rafael Alberto Pérez, Ariel Comunicación, Barcelona, 2001. Fecha de consulta: 21/04/2016.  
[http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/monotematico\\_75/17\\_Galindo\\_M75.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/monotematico_75/17_Galindo_M75.pdf)
- Harris, Marvin (1995). *Antropología Cultural*. Paidós. Madrid – España.
- Mari, Víctor Manuel (2004). *El enfoque de la comunicación participativa para el desarrollo y su puesta en práctica en los medios comunitarios*. Documento electrónico. Fecha de consulta: 21/04/2016.  
[http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/27%20MARI\\_REVISADO.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/27%20MARI_REVISADO.pdf)
- Marx, Karl (1979). *Crítica al Programa de Gotha*, Ediciones en Lenguas Extranjeras, Pekín (Beijing), República Popular China,
- Massoni, Sandra (2009). *FISEC-Estrategias - Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora*. Documento electrónico. V1, Año V, Número 12, (2009), pop 3- 24. Fecha de consulta: 21/04/2016.  
[http://cienciared.com.ar/ra/usr/9/254/fisec\\_estrategias\\_n12\\_m1pp3\\_24.pdf](http://cienciared.com.ar/ra/usr/9/254/fisec_estrategias_n12_m1pp3_24.pdf)
- Mattelart, Armand – Michelle (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Edit. Urape. Barcelona España.
- Merey, F (1990). *Estructuralismo y proceso estructurante*. Ed Reichenberger.

- Paoli, Antonio (1997). *Comunicación e Información*. Edit. Trillas. México D. F.
- Pérez, Rafael (2012). *Mediaciones Sociales*, N° 10, I semestre 2012, pp. 121-196. Documento electrónico. ISSN electrónico: 1989-0494. DOI: Fecha de consulta: 21/04/2016.
- Piaget, J (1995). *El estructuralismo*. México, D.F. CP 03910.
- Rizo, Martha (2012). *Imaginarios sobre la comunicación*. Instituto de la Comunicación. Barcelona – España
- Satz, M. (2009). *Manual de comunicación para estudiantes universitarios*. Recuperado el 12 de octubre de 2016 de [http://fernandovallejos.udem.edu.ni/wp-content/uploads/2014/11/MANUEAL\\_DE\\_COMUNICACION.pdf](http://fernandovallejos.udem.edu.ni/wp-content/uploads/2014/11/MANUEAL_DE_COMUNICACION.pdf)
- Scheinsohn, Daniel (2015). *Comunicación Estratégica*. Ediciones Macchi. Buenos Aires – Argentina.
- Tello, Edgar (2007). *Las tecnologías de la información y comunicaciones (TIC) y la brecha digital: su impacto en la sociedad de México*. Documento electrónico. Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC). Vol. 4, n.º 2. UOC. Fecha de consulta: 21/04/2016. <http://www.uoc.edu/rusc/4/2/dt/esp/tello.pdf>
- Tocqueville, Alexis de (1985), *De la démocratie en Amérique*, París.
- Ulloa Tapia, César (2007). *Comunicación, cultura y desarrollo*. Intiyán. Quito – Ecuador.
- Valle, Mónica (2005). Ed. Quipus – Ciespal. Quito – Ecuador.
- Veliz, Fernando (2014). *Comunicación Organizacional*. Intiyán. Quito – Ecuador.

## **ANEXOS**

### **ANEXO 1**

#### **ENCUESTA A LOS HABITANTES DEL SECTOR URBANO DEL CANTÓN CHUNCHI**

En este apartado, la investigadora y el tutor dejamos constancia que, aunque no consideramos pertinente para el presente trabajo de titulación la aplicación de instrumentos al público externo del GADM Chunchi, porque este trabajo evidencia otro enfoque se respeta la decisión de la Comisión de Tesis y se incluyen las respuestas a cinco interrogantes que se entrelazan con el instrumento aplicado entre los servidores del organismo seccional.

La encuesta se aplicó durante la primera semana de enero de 2017. Se tomó como referencia los habitantes de la cabecera cantonal, que según el INEC 2010 asciende a 9.354. Fue necesario aplicar una fórmula estadística para establecer la muestra: 384 personas a ser encuestadas.

Las respuestas obtenidas se detallan, a continuación:

**1. ¿Ha recibido información sobre la importancia de la comunicación para fortalecer la gestión en su GADM?**

**Tabla 16. El eje comunicacional**

<b>Sí</b>	69	22%
<b>No</b>	315	78
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Gabriela Aguirre Tamayo



**ANÁLISIS**

El 78 por ciento de habitantes encuestados evidencian desconocimiento del proceso comunicacional al interior de su GADM como mecanismo para fortalecer la gestión administrativa, Frente al 22 por ciento que afirmó sí estar al tanto de lo que se hace en el organismo seccional.



## **INTERPRETACIÓN**

De los resultados obtenidos en el instrumento se desprende el interés que tienen los habitantes de Chunchi porque sus temas pendientes sean solucionados, Entre la información cualitativa encontrada en esta interrogante apareció que a ellos les preocupa más el tiempo que se demoran en los trámites, que si los funcionarios utilizan la comunicación como una fortaleza de gestión.

2. Si su respuesta fue afirmativa ¿cree que la comunicación puede fortalecer los procesos de gestión del GADM – Chunchi?

**Tabla 17. La comunicación y la gestión**

<b>Sí</b>	63	91%
<b>No</b>	6	9
<b>TOTAL</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Gabriela Aguirre Tamayo



### **ANÁLISIS**

El 91 por ciento de personas creen que, en verdad, con la comunicación se mejorarían los procesos, se garantizaría una mejor calidad y calidez en la atención. Tan solo el 9 por ciento no considera que la comunicación puede contribuir para el servicio integral que se brinda a los usuarios se convierta en una fortaleza.

## **INTERPRETACIÓN**

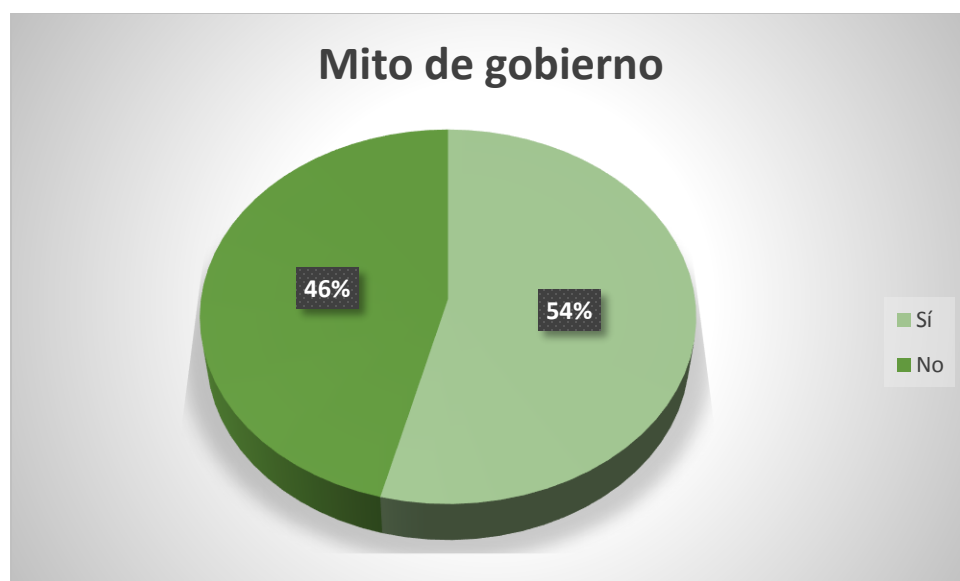
Es decisivo el planteamiento de los habitantes de Chunchi. La respuesta afirmativa a considerar al eje comunicacional como la manija de los procesos de gestión administrativa, debe ser considerada por las autoridades del GADM Chunchi como una garantía de mejor atención, servicio y proximidad con las personas. En el corto plazo, se vería reflejado en los indicadores de gestión.

### 3. ¿Se ha enterado en qué consiste el Mito de Gobierno?

**Tabla 18. El mito de gobierno**

<b>Sí</b>	22	6%
<b>No</b>	364	94
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Gabriela Aguirre Tamayo



#### **ANÁLISIS**

El 94 por ciento de personas nunca han recibido información sobre la importancia del mito de gobierno para del desarrollo organizacional. El 6 por ciento tiene un ligero conocimiento de los componentes de este aspecto que es relevante para el desarrollo de toda institución con carácter público.

## **INTERPRETACIÓN**

El GADM - Chunchi debe iniciar una campaña de socialización del mito de gobierno, considerado como el posicionamiento ideológico que rige la institución y desde donde se proyectan las decisiones a favor de las personas. Hacerlo es fortalecer la institucionalidad de la municipalidad del cantón chimboracense.

#### 4. ¿Es suficiente la información que recibe sobre las actividades del GADM Chunchi?

**Tabla 19. Información municipal**

<b>Sí</b>	206	54%
<b>No</b>	178	46
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Gabriela Aguirre Tamayo



#### **ANÁLISIS**

El 54 por ciento está conforme con la información que recibe sobre las actividades que realiza el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Chunchi, creen que les mantienen enterados de lo que ocurre. El 46 por ciento dijo no recibir reportes sobre lo que acontece en su cantón, generado desde el organismo seccional.

## **INTERPRETACIÓN**

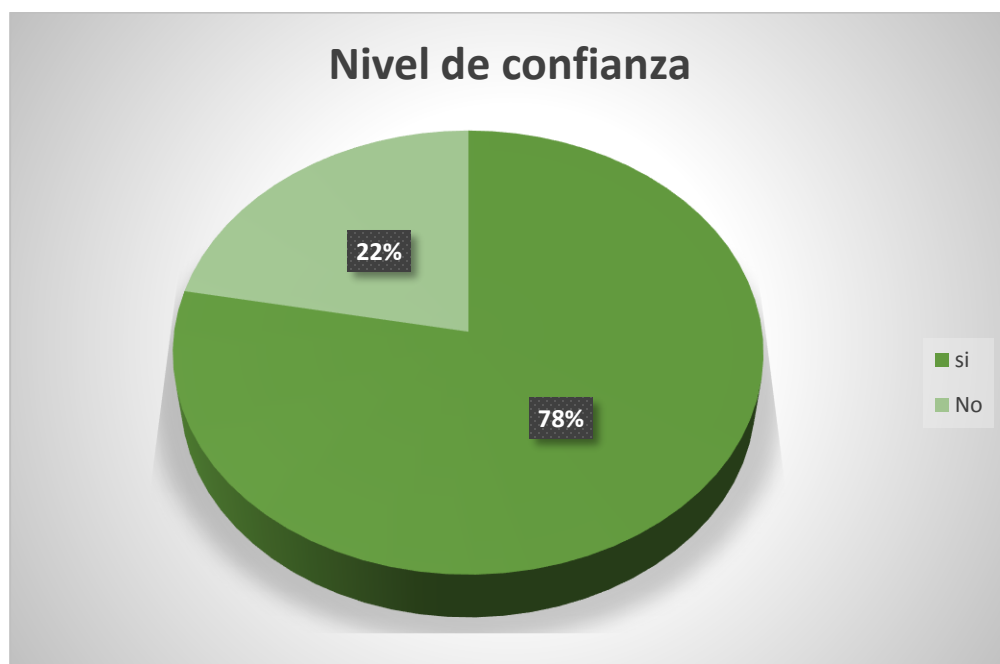
La respuesta es dividida sobre la información que se emite desde el GADM Chunchi. Los resultados que se expresan en la presente investigación deben orientar a la administración municipal hacia un mejoramiento de sus procesos comunicacionales para que el nivel de conocimiento del público externo se incremente, y esto mejore -desde la Comunicación Gubernamental- en los índices de aceptación.

## 5. ¿Tiene confianza en las autoridades municipales?

**Tabla 20. Nivel de confianza**

<b>Sí</b>	298	78%
<b>No</b>	86	22
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Gabriela Aguirre Tamayo



### **ANÁLISIS**

El 78 por ciento de las personas encuestadas afirmaron tener confianza en la administración del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Chunchi, saben que lo que hacen es en beneficio de ellos. El 22 por ciento no tienen la seguridad de que las acciones sean en beneficio del desarrollo del cantón.



## **INTERPRETACIÓN**

Mantener un porcentaje elevado de aceptación traducido en los niveles de confianza, constituye un espaldarazo para la gestión de cualquier administración. Se recomienda a las autoridades del GADM Municipal observar los resultados de los instrumentos como una guía que les permita de mejor manera una eficiente toma de decisiones.

**ANEXO 2**

**CUESTIONARIO PARA LA ENCUESTA AL PERSONAL ADMINISTRATIVO DEL GADM CHUNCHI**



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

**Agradecemos su colaboración al responder el siguiente cuestionario.**

**I. DATOS GENERALES**

<b>DEPENDENCIA A LA QUE PERTENECE</b>				
<b>GÉNERO</b>	<b>M</b>		<b>F</b>	
<b>FECHA DE APLICACIÓN</b>				

**1. ¿Conoce si el GADM – Chunchi emplea la comunicación para fortalecer la gestión?**

<b>Sí</b>	
<b>No</b>	

**Por qué: .....**

**2. Si su respuesta anterior fue afirmativa ¿cómo cree que influye la comunicación en la gestión del GADM – Chunchi?**

<b>Sí</b>	
<b>No</b>	

**Por qué: .....**

**3. ¿Ha participado en actividades tendientes al establecimiento de estrategias de comunicación gubernamental?**

<b>Sí</b>	
<b>No</b>	

**Por qué:** .....

**4. Sabe en qué consiste el mito de gobierno**

<b>Sí</b>	
<b>No</b>	

**Por qué:** .....

**5. Ha participado en jornadas de socialización del mito de gobierno**

<b>Sí</b>	
<b>No</b>	

**Por qué:** .....

**6. A su criterio en qué área es más importante la comunicación gubernamental**

<b>Administración</b>	
<b>Participación ciudadana</b>	
<b>Desarrollo Social</b>	

**Por qué:** .....

**7. ¿Cree que la comunicación debe ser el eje de planificación de la gestión del GADM – Chunchi?**

<b>Sí</b>	
<b>No</b>	

Por qué: .....

**8. ¿La comunicación gubernamental para la gestión del GADM – Chunchi es?**

<b>Buena</b>	
<b>Mala</b>	
<b>Regular</b>	

**9. ¿La comunicación gubernamental ayuda a la construcción de una imagen positiva del GADM – Chunchi?**

<b>Sí</b>	
<b>No</b>	

**10. La comunicación gubernamental debe convertirse en un eje central de gestión?**

<b>Sí</b>	
<b>No</b>	

.....  
 .....

**Gracias por su colaboración**

