



FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y ARTES AUDIOVISUALES

GESTIÓN DE COMUNICACIÓN EXTERNA ORIENTADA A LA IMAGEN
CORPORATIVA DEL INSTITUTO DE ESTUDIOS ECUATORIANOS A
PARTIR DE SUS PROYECTOS SOCIALES

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos
establecidos para optar por el título de Licenciada en Comunicación
Corporativa

Profesor Guía
Gabriela Cabascango Naranjo
Master Dircom

Autora
Eloísa Arregui Fernández de Córdova

Año
2016

DECLARACIÓN DE LA PROFESORA GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

Gabriela Cabascango Naranjo
Máster DirCom
C.C 1711891224

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.”

Eloísa Arregui Fernández de Córdoba
C.C. 1726448440

AGRADECIMIENTOS

Gracias a mi papá Toño y a mi mamá Ana Cristina por apoyarme en todos los momentos de mi vida, al igual que a todas las personas maravillosas que me han acompañado durante este camino.

RESUMEN

La presente tesis tiene como objetivo realizar una propuesta de comunicación que utilice los conceptos estudiados en la comunicación corporativa, sustentándola desde la teoría general de los sistemas. Esta teoría mira a las organizaciones y sus actores como un todo donde las acciones y la comunicación se intercambian constantemente y repercuten en ambas; se genera así un ciclo de interrelación de varios sistemas autónomos que a su vez crean uno solo. A la luz de esta teoría en esta tesis se quiere trazar un plan para la gestión de comunicación externa, que esté orientada a la imagen del Instituto de Estudios Ecuatorianos, una organización del tercer sector. Esta gestión se centra en los proyectos sociales que el IEE ejecuta: investigación, formación y asistencia técnica al desarrollo local. Los proyectos están dirigidos a pueblos y nacionalidades indígenas, organizaciones sociales y academia.

ABSTRACT

The objective of the following dissertation is to propose a communicational scheme sustained on the General Systems Theory and which complies with the concepts studied in corporative communication. The General Systems Theory understands organizations and their actors as a whole where the exchange of actions and communication affects them both. This generates a cycle of interrelation between various systems, which at the same time creates one greater system that allows the autonomy of each part. This dissertation intends to trace a plan for the External Communication Management oriented to the image of the Instituto de Estudios Ecuatorianos, a non-governmental organization. This management strategy focuses on the social projects of the IEE for the investigation, formation and technical assistance to local development, addressed to indigenous peoples and nationalities, social organizations and the academy.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
1. CAPÍTULO I. DESARROLLO CONCEPTUAL	3
1.1. Escuela de Palo Alto	3
1.2 La teoría de sistemas	4
1.3 Comunicación.....	7
1.4 Comunicación corporativa	8
1.5 Imagen corporativa.....	9
1.6 Identidad corporativa	11
1.7 Comunicación externa e imagen en ONG desde la teoría de sistemas	11
1.8 Análisis del modelo de imagen	16
1.9 Teoría de públicos	17
2. CAPÍTULO II. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN	19
2.1 Instituto de Estudios Ecuatorianos –IEE-.....	19
2.2 Estado del Problema	24
2.3 Metodología de investigación	26
2.3.1 Enfoque del estudio:	26
2.3.2 Alcance del estudio.....	26
2.3.3 Tipo de investigación:	27
2.3.4 Públicos	27
2.3.5 Instrumentos de la investigación.....	28
2.4 Resultados de la investigación	31
2.5 Análisis Situacional.....	36
2.6 Comunicación.....	37
3. CAPÍTULO III. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	42
3.1 Conclusiones	42
3.2 Recomendaciones.....	45

4. CAPITULO IV: PROPUESTA COMUNICACIONAL.....	48
4.1 Plan de Comunicación.....	48
4.1.1 Objetivo General:	48
4.1.2 Objetivos Específicos:.....	48
4.1.3 Matriz estratégica:.....	52
4.1.4 Matriz de acciones	50
4.1.5 Cronograma 2016	56
4.1.6 Presupuesto	57
4.1.7 Matriz de evaluación	60
4.1.8 Guía para productos comunicacionales	61
4.1.9 Artes.....	64
REFERENCIAS.....	72
ANEXOS	74

INTRODUCCIÓN

A lo largo de la historia la comunicación ha sido un pilar fundamental para las relaciones humanas, gracias a ella los individuos han sido capaces de evolucionar y construir el mundo que existe actualmente. Sin embargo, la comunicación es más que un simple diálogo entre dos personas, la comunicación rodea a todos los individuos las veinticuatro horas del día, todo comunica desde el más mínimo gesto hasta el más extenso discurso. Es por esta razón que las organizaciones deben tener en cuenta qué y cómo desean comunicar. Pues si bien la comunicación es un hecho cultural, también es una herramienta que les permitirá proyectarse hacia los ojos de la sociedad creando una imagen de sí mismas que puede generar impacto y ser recordada. Debido a esto es importante que las organizaciones realicen una gestión de comunicación externa adecuada que les permita manejar su imagen y proyectarla de manera correcta hacia el exterior.

En este trabajo de titulación se busca generar una propuesta comunicacional para gestionar la comunicación externa orientada a la imagen del Instituto de Estudios Ecuatorianos (IEE) a partir de sus proyectos sociales. Para la misma se desarrollarán cuatro capítulos cuyos contenidos estarán distribuidos de la siguiente manera: En el capítulo uno, se establecerá todo el marco teórico requerido para el desarrollo de este trabajo, basado en la teoría general de los sistemas y en conceptos de comunicación corporativa, imagen, comunicación externa e identidad con el fin de dar un sustento tanto a la investigación como a la propuesta que se va a realizar; el capítulo dos se centra en explicar los rasgos principales de la organización IEE, con el fin de ubicar al lector en el contexto en el cuál se desarrolla, además se especificará el estado del problema, la metodología a utilizar y los resultados de la investigación; en el tercer capítulo se expondrán las conclusiones y recomendaciones que la autora brinda a partir de los resultados obtenidos con el fin de dar una pauta de lo que se debe mejorar y qué es necesario crear dentro de la organización para cumplir los objetivos tanto de la investigación como de comunicación; por último se realizará la

propuesta comunicacional con las distintas matrices, que reflejará una oferta realista y aplicable con el fin de gestionar la comunicación externa de la organización y potencializar su imagen a partir de los proyectos sociales que realiza.

1. CAPÍTULO I. DESARROLLO CONCEPTUAL

En este capítulo se realizará un análisis profundo sobre la teoría comunicacional, la autora se remite a la Teoría General de los Sistemas, propuesta por la Escuela de Palo Alto. Esta Escuela entiende a la comunicación y sus actores como sistemas que se interrelacionan entre si y las acciones de estos repercuten hacia los demás tanto de forma interna como externa. (García M. R., 2011) Además se profundizará en los conceptos elementales de comunicación corporativa, comunicación externa y ONG, la teoría servirá para interpretar la información que se va a recabar y para proponer el plan de comunicación para el IEE.

Para el estudio de este caso se establecerá cómo la teoría de sistemas se aplica dentro de la comunicación y de manera específica para las fundaciones del tercer sector, y cómo se puede gestionar su imagen mediante la comunicación externa. Si bien mucha de la bibliografía consultada hace referencia a empresas, varios de los conceptos pueden aplicarse a una organización del tercer sector, porque al igual que una empresa, persigue tener una comunicación e imagen adecuada, no para vender un producto, pero si para visibilizarse y lograr impactos en la población. La teoría de sistemas sostiene que un objeto interactúa con el entorno y se relaciona con las partes que lo forman. Un sistema comunicativo está influenciado y modificado por factores externos.

1.1. Escuela de Palo Alto

La Escuela de Palo Alto brindó un gran aporte a las teorías de la comunicación, con sus representantes, Paul Watzlawick, Edward T. Hall, Gregory Bateson entre otros. Su principal postura señala que la comunicación es una interacción entre los individuos que conforman una sociedad, haciendo a estos partes de un sistema que se comunica entre sí. Picard (como se citó en Rizo, 2004) señala en su artículo “El Camino hacia la “Nueva Comunicación” Breve apunte sobre las aportaciones de la Escuela de Palo Alto” que se puede considerar a la comunicación “como un conjunto de elementos en interacción en donde toda

modificación de uno de ellos afecta las relaciones entre los otros elementos” (Rizo, 2004) Explicando así que a partir de la interacción la comunicación se convierte en un sistema en donde las acciones que realiza una de las partes afecta a las otras y viceversa.

El modelo propuesto por la Escuela de Palo Alto define a la comunicación, como una matriz que engloba todas las actividades humanas aplicando la consigna de que es imposible no comunicar, ya que cualquier aspecto físico o verbal es comunicación, esta Escuela propone cinco axiomas en los cuales se basa la comunicación, sintetizados a continuación:

Según Watzlawick, Beavin y Jackson (como se citó en García M. R., 2011) es imposible no comunicar, por lo tanto el primer axioma dice que en un sistema cada comportamiento comunica algo; el segundo axioma indica que dentro de la comunicación, según la semántica, se debe diferenciar el contenido y el signo lingüístico, las palabras, este axioma además recalca que se deben diferenciar los aspectos entre emisores y receptores; como tercer axioma se debe tener en cuenta que la interacción está guiada por la comunicación entre sus participantes; el cuarto indica que la comunicación se basa en lo que se dice y en cómo se dice; y el quinto axioma indica que la relación de comunicación es simétrica o complementaria basada en la igualdad o diferencia de sus actores. Los axiomas permiten completar la comprensión del proceso comunicativo. Serán relevantes a la hora de planificar las estrategias y acciones de comunicación de una institución.

1.2 La teoría de sistemas

La teoría de sistemas estudiada por Paul Watzlawick se centra en el concepto de sistema, que según Marc y Picard (como se citó en García, 2011, p. 2) es un “conjunto de elementos en interacción en donde toda modificación de uno de ellos afecta las relaciones entre los otros elementos.” Dichos elementos permiten el funcionamiento del sistema mediante el intercambio y la energía que le posibilita moverse y por otro lado, la circulación de información y significados

que permiten su desarrollo.

Existen varios tipos de sistemas que están interrelacionados e intercambian información entre sí, primero se encuentra el sistema como tal, que en este caso puede ser una organización; de igual manera está el suprasistema, que para efectos de este estudio se entenderá como el entorno o medio ambiente en el cual se desenvuelve el primer sistema y que además es influenciado e influencia al primero; por último están los subsistemas que se comprenden como los individuos que componen cada sistema. (Cobián, 2016)

Dentro de la teoría de sistemas se pueden encontrar sistemas abiertos y cerrados. Un sistema abierto es el que es influenciado por su entorno que mediante sus acciones interacciona con este y lo hace cambiar. El sistema cerrado es aquel que no permite ni la influencia ni la interacción de un factor exterior. (Cobián, 2016) Según la Escuela de Palo Alto se debe entender a la comunicación como un sistema abierto, ya que hay una interacción constante y un intercambio de información, Palo Alto señala que hay tres principios que son:

El principio de totalidad, que implica que un sistema no es una simple suma de elementos sino que posee características propias, diferentes de los elementos que lo componen tomados por separado; el principio de causalidad circular, según el cual el comportamiento de cada una de las partes del sistema forman parte de un complicado juego de implicaciones mutuas, de acciones y retroacciones; y el principio de regulación, que afirma que no puede existir comunicación que no obedezca a un cierto número mínimo de reglas, normas, convenciones. (García M. R., 2011, p. 2)

Al guiarse por la Escuela de Palo Alto se comprende a la comunicación como un modelo no lineal (como se lo conocía antes) sino como un modelo circular en donde la información es un ciclo y permite no solo una emisión sino también una respuesta, se trata de un proceso global en el cual intervienen varios actores que son influenciados por su entorno y viceversa. Se cumple así con

los principios antes mencionados en donde la totalidad comprende a todas las partes de un sistema y un cambio en ellas afecta a todo el sistema en general. Por otro lado, la causalidad circular permite la retroalimentación y la regulación donde la comunicación cumple ciertas reglas y normas para poder funcionar.

Partiendo del concepto de sistema abierto, el cual “mantiene unas fronteras abiertas con el mundo (el resto de sistemas) con los que comparten intercambios de energía e información”, (Cobián, 2016) se puede decir que una organización es un sistema abierto, que está en constante intercambio de información tanto a nivel interno como externo. Marcelo Manucci explica que el sistema abierto contiene una gran diversidad de actores que se interrelacionan entre sí, este autor reflexiona que, “Más allá del alcance de su actividad, una organización participa en un mundo abierto con un rango muy amplio de sectores que están pendientes de sus movimientos y ofrecimientos.” (Manucci, 2008, p. 10)

La teoría de sistemas aplicada a la comunicación corporativa busca entender a la organización como un sistema que se interrelaciona con otros sistemas ya formados y a la vez con su entorno que le influencia directamente. En el libro *Teorías de la Comunicación* se señala “La necesidad de estudiar el objeto como un sistema que interactúa solidariamente con el medio ambiente (*Umwelt*) y que está constituido por partes ligadas entre sí por fuertes interacciones.” (Serrano, Piñuel Raigada, Gracia Sanz, & Arias Fernández, 1982, p. 184). En este trabajo se dibujarán las interrelaciones que están en juego (y las que deberían estar) para gestionar la imagen y la comunicación externa del IEE.

Los autores mencionados antes comprenden al entorno que rodea a cualquier sistema como un *Umwelt* palabra alemana que significa medio ambiente, *Umwelt* engloba a todos los sistemas y permite que existan en un mismo espacio interrelacionándose entre sí. Es como una sociedad, que contiene niveles axiológicos que la rigen, es decir los valores en los cuales la sociedad está cimentada. Todos estos factores influyen en la organización y su manera de relacionarse y comunicarse con el exterior.

Los seres humanos han utilizado la comunicación para relacionarse desde tiempos remotos, y esta ha ido evolucionando junto con la humanidad y ha pasado de ser unidireccional a convertirse en un sistema que influye y es influenciado por sus actores, receptores y todo el medio que le rodea, como las normas, el gobierno, el entorno social, las organizaciones, que a su vez conforman también un sistema, dando lugar a sistemas y subsistemas que necesitan de sus partes para existir y comunicarse.

Ningún sistema se modifica a sí mismo sin el concurso de otro exterior. En el caso del sistema de comunicación se modifica por la influencia exterior de otros sistemas, como el sistema de recursos, el sistema de necesidades, el sistema de normas, situado a nivel biológico, social y axiológico. (Serrano et al., 1982, p. 184)

Es necesario aclarar que el IEE es un sistema abierto porque a pesar de tener sus propias partes que lo conforman está constantemente influenciado por otros sistemas como el gobierno, otras organizaciones y movimientos, los medios, la sociedad en general. Si bien sus esfuerzos son enfocados hacia unos públicos específicos, al formar parte de una sociedad se ve en la obligación de interactuar y relacionarse dentro de la misma, la comunicación es un factor clave dentro de esta relación, porque la organización con sus acciones provoca estímulos y respuestas. “Los movimientos de las organizaciones tienen efectos de múltiples consecuencias y repercusiones en diferentes dimensiones: económicas, sociales, políticas, financieras, tecnológicas y culturales.” (Manucci, 2008, p. 7)

1.3 Comunicación

La comunicación es una habilidad de los seres vivos, es un intercambio de información que permite la relación y la interacción, para los seres humanos esta dinámica es la misma, sin embargo gracias a las transformaciones sociales, culturales, económicas y tecnológicas, las personas no solo se comunican por necesidad o por un simple intercambio de información, sino para realizar

cambios en el mundo, organizaciones como el IEE o como el movimiento indígena buscan incluso lograr justicia, equidad económica, social y cultural, para ellos las organizaciones deben entrar en una red de constante intercambio y deben establecer estrategias que les permitan tener un contacto más cercano con sus públicos para lograr el fin último de la justicia y la equidad. La cita que está a continuación explica la relación entre sistema de comunicación y sociedad:

Todo lo que es comunicación es sociedad (...) La comunicación se instaura como un sistema emergente, en el proceso de civilización. Los seres humanos se hacen dependientes de este sistema emergente de orden superior, con cuyas condiciones pueden elegir los contactos con otros seres humanos. Este sistema de orden superior es el sistema de comunicación llamado *sociedad*. (Rizo, 2004)

1.4 Comunicación corporativa

El concepto de comunicación corporativa se ha transformado a lo largo del tiempo, se puede decir que es un intercambio de información entre la organización y los distintos actores que la rodean, en donde esta información contiene todos los aspectos tangibles o intangibles que se pueden comunicar (experiencias, conocimientos mensajes), con el fin de generar un impacto en los públicos de interés y a la vez lograr que estos envíen una retroalimentación para completar un proceso que permite a la organización cumplir sus objetivos.

Para sustentar esta afirmación se hará referencia al artículo “Aproximación conceptual a la comunicación corporativa: retos y propuestas” en donde sus autores señalan que el concepto ha tenido que pasar un proceso de transformación según las teorías y enfoques que han tratado el tema. Así señalan que:

La comunicación corporativa es aquella que se desarrolla en las

instituciones públicas, corporaciones, empresas y entidades no gubernamentales sobre la base del intercambio de experiencias, conocimientos, emociones y pensamientos entre los sujetos que las integran con la finalidad de producir sentidos, crear universos simbólicos y sistemas de significación internos y externos que contribuyan al logro de objetivos estratégicos. (Apolo et al., 2015, p. 293)

La comunicación corporativa a su vez se clasifica en dos ramas: la comunicación interna y la comunicación externa, para efectos de este estudio se trabajará con la segunda, porque es “la transmisión de información fuera de la empresa, destinada a los públicos externos de la organización (consumidores, distribuidores, prescriptores, prensa, grupos de interés, entre otros).” (Portillo, 2012, p. 3), en el caso del IEE esto es lo que interesa trabajar. Si bien Portillo se refiere a la comunicación corporativa de una empresa, el concepto sirve para aplicarlo a ONGs, que realizan la misma labor de comunicación pero para un fin diferente.

1.5 Imagen corporativa

Para este estudio y la posterior propuesta comunicativa, el concepto de imagen corporativa es central. En general, todo comunica, o como señala Paul Capriotti (1999) que dentro de una empresa todo comunica, con cada manifestación que realiza está informando a los receptores ya sea de manera conductual o comunicacional.

Imagen se puede definir como una representación de un objeto que actúa para sustituir al mismo. Si este concepto es extrapolado hacia la imagen corporativa, se puede decir que es la concepción mental que realizan los públicos sobre una organización, y dependiendo de cómo esa concepción mental esté formada se determinará la manera como las personas se relacionan con la organización. “Esta construcción mental de una empresa u organización por parte de los públicos es lo que llamamos imagen corporativa, la cual condicionará, en mayor o menor medida, la forma en que los individuos se

relacionarán y actuarán con la compañía.” (Capriotti, 1999, p. 10)

Si la imagen es una representación cada público va a tener su propia forma de ver la organización según sus experiencias con ella, por lo tanto es importante que la organización logre congruencia entre lo que es y lo que dice que es. Esta congruencia logrará que los públicos tengan la imagen que la organización quiere tener. “La imagen corporativa adquiere una importancia fundamental, creando valor para la empresa y estableciéndose como un activo intangible estratégico de la misma.” (Capriotti, 1999, p. 10)

Si bien hay cantidad de posibilidades de entender imagen, según a que autor o teoría se adscriba, hay un consenso al definir la diversidad de percepciones con las que una empresa u organización se puede encontrar. La mayoría de autores creen que hay tres tipos de imagen: 1) la imagen que una organización proyecta a sus públicos de manera no intencionada, 2) la imagen que desea proyectar y 3) la imagen que proyecta realmente.

Justo Villafañe (1993) las clasifica así: 1) imagen funcional, que se refiere al comportamiento que tiene la organización y como este se refleja hacia el exterior creando una representación en la imagen de sus públicos; 2) la imagen de la organización, basada en su cultura corporativa, en otras palabras su ideología, valores y normas, su imagen deseada; 3) la imagen intencional que proviene de su personalidad corporativa, es decir esa que la organización proyecta de manera voluntaria mediante la comunicación con sus públicos.

No siempre la imagen que se proyecta, es la misma que la que se quiere proyectar, para lograr coherencia es imprescindible que la organización comunique mediante elementos y herramientas correctas cada mensaje, de esta manera podrá obtener los objetivos buscados.

1.6 Identidad corporativa

La identidad corporativa es fundamental para la construcción de la imagen. Sin identidad la organización corre el peligro de no existir. La imagen además otorga a cada empresa su autenticidad volviéndola diferente al resto. Joan Costa (2006, p. 62) indica que “La identidad corporativa tiene una acción directa y determinante sobre la conducta social a través de la imagen de la empresa. La identidad es su ADN. Por esto, y no por otra causa toda empresa es única, diferente e irrepetible.”

La identidad corporativa forma a la organización como la cultura y las costumbres forman a una persona brindándole una personalidad única, es dicha personalidad la que se comunica hacia el exterior creando una imagen en la mente de los públicos. Es importante que cada empresa tenga una identidad y personalidad consolidada, para proyectarla de forma real a los individuos que conforman el sistema. La personalidad de la organización es constituida por varios factores internos como son la identidad y la cultura que se forman al pasar del tiempo. “La personalidad hace la identidad comunicable y valorizable por los públicos. Es un componente fundamental porque constituye la parte emocional de la imagen corporativa.” (Costa, 2006)

1.7 Comunicación externa e imagen en ONG desde la teoría de sistemas

Se puede hacer una relación entre los conceptos de comunicación externa e imagen y la teoría general de los sistemas. Comunicación externa e imagen pueden relacionarse con la propuesta de Benito Castro (2007) y Joan Costa (2003), ambos autores dicen que la comunicación externa debe provocar una imagen, que parte desde la identidad y la razón de ser de una organización, sin embargo puede existir una discordancia entre lo que la empresa quiere transmitir y la percepción que los públicos tienen. Rafael Pérez (2010, p. 11) afirma lo siguiente:

Esta relación de dependencia de la imagen respecto a la identidad

corporativa ha sido puesta en duda por varios autores (Abratt, 1989; Dutton y Dukerich, 1991; Stuart, 1999), que consideran que entre ambos elementos existe una relación de interdependencia, ya que la imagen corporativa también influye en lo que la organización es o pretende ser.

Lo establecido anteriormente se relaciona con la teoría general de los sistemas, que plantea un modelo ligado a la imagen y a la percepción que tienen los públicos sobre lo que transmite la organización. Según el profesor Villafañe(1993) se pueden distinguir tres dimensiones dentro de la imagen, 1) lo que el sector es, 2) lo que él dice de sí mismo que es y 3) lo que los públicos que se relacionan con él creen que es. En el libro *Teorías de Comunicación* se explica que el sistema está formado por componentes directamente ligados con la imagen, el modelo toma en cuenta las reacciones de una persona hacia la imagen de otra y como está supone que le ve dicha persona. El componente está expuesto de forma literal de la siguiente manera: “Las reacciones de cada persona a la imagen que se hace del otro y a la presuposición que se hace de cómo le ve el otro.” (Serrano et al., 1982, p. 185)

Otro de los componentes importantes que establece el libro *Teorías de la Comunicación*, con respecto a la teoría de sistemas y la imagen es que la organización es un objeto de la interrelación, dependiendo de cómo es imaginada por sus actores o públicos de interés. (Serrano et al., 1982) En el estudio de caso que ocupa este trabajo, este componente permite entender cómo se maneja el sistema de comunicación dentro de una organización del tercer sector y cómo reaccionan sus públicos ante la imagen que este proyecta. Es decir, cómo el Instituto de Estudios Ecuatorianos está siendo percibido por esos públicos.

Respecto a los públicos de interés, son muy importantes dentro de la organización como sistema, porque no solamente reciben mensajes, sino que también interactúan con la organización teniendo un gran grado de influencia en sus acciones, al final del día todos los esfuerzos comunicacionales que realiza la organización tienen el propósito de transmitir la imagen deseada. Los

públicos no son solo receptores, todo lo contrario, interactúan con la organización y el entorno. “Los públicos involucrados en las relaciones con la organización no son receptores pasivos de mensaje, sino que son protagonistas de su realidad, construyendo permanentemente su propia percepción de la experiencia de relación con una organización.” (Manucci, 2008, p. 16)

Para fundamentar la idea de que la imagen y la identidad están interrelacionadas, es útil el libro de Rowe (2008) donde se explica que la identidad y la imagen están directamente ligadas y son transmitidas mediante la comunicación externa, no obstante esto ya se afirmaba varios años atrás como lo demuestran los libros de *Imagen Positiva* (Villafañe, 1993) y *Comunicación Corporativa* (Riel, 1997) de donde es significativo recordar que: “Hay varios factores importantes en la formación de la imagen, sobre todo, el comportamiento interno de la organización, el retrato transmitido por los medios al mundo exterior y las experiencias personales y de comunicación.” (Riel, 1997, p. 94)

La teoría de sistemas brinda elementos para completar los conceptos de comunicación externa e imagen con tres principios: totalidad, causalidad circular y regulación. Según el principio de totalidad el sistema debe tener características propias para poder existir, interpretando esto como su identidad; mientras que los otros dos principios permiten la retroalimentación que vendría a ser la comunicación externa y cómo sus efectos permiten la creación de una imagen, siempre basándose en las normas y reglas de la comunicación.

Los conceptos previos definidos serán utilizados para entender cómo se manejan y aplican dentro de una organización sin fines de lucro que con sus acciones y proyectos quieren aportar a la transformación de la sociedad, a la justicia social, igualdad, equidad y diversidad..

Desde la teoría de sistemas es posible entender a las organizaciones del tercer sector como actores que se involucran con las sociedad, su vía de interacción son los proyectos sociales que ejecutan para llegar, conforman sistemas capaces de interrelacionarse. Esta interrelación es necesaria para

poder funcionar. Sin embargo es necesario cumplir un proceso de comunicación que lleve a este sistema a ser eficaz y permita a cada una de las partes cumplir sus metas individuales y colectivas.

Vinculando imagen,comunciación corporativa y teoría de sistemas se puede determinar que la gestión de la comunicación externa cumple un papel fundamental cuando se trata de la imagen de organizaciones del tercer sector, es la vía para demostrar transparencia y llegar a los públicos de interés, generando confianza, credibilidad y reputación, Monserrat Lara alega que:

El tercer sector tiene en la sociedad su objeto y su objetivo, por lo tanto la imagen que se proyecta sobre ella es esencial para mantener su propio vitalismo y el apoyo de las instituciones y la ciudadanía. Cada vez más, se va tomando conciencia de la importancia de la imagen tanto ante la opinión pública y el sector empresarial. (Lara, 2008, p. 22)

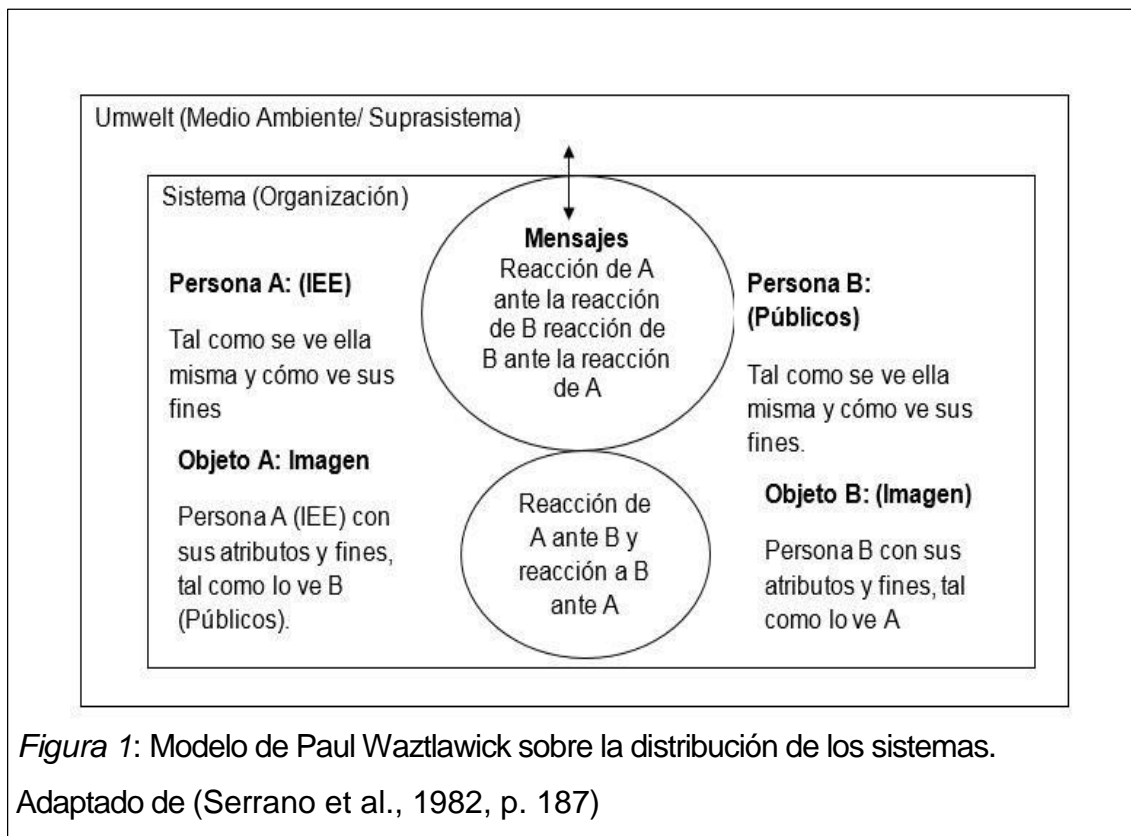
Mientras que en el texto de Luis Álvarez y María José Sanso se puede encontrar la siguiente afirmación:

Gestionar la comunicación puede ser una estrategia fundamental para generar transparencia dentro y fuera de las organizaciones no lucrativas y en consecuencia, puede ser una herramienta para mejorar la imagen como percepción pública a corto plazo; para aumentar la confianza como sentimiento de credibilidad a medio plazo; y consolidar la reputación como reconocimiento a largo plazo. (Álvarez y Sanzo, 2009, p. 175)

Estos aportes acerca de la comunicación externa y la imagen están ligados a la teoría de sistemas con los tres tipos de sistemas: el sistema como tal que en este caso vendría a ser la organización, el suprasistema que como lo mencionaba Serrano, (1982) es el entorno en el cual se desenvuelve el primer sistema y además está el subsistema que vienen a ser los componentes del

sistema o sus individuos. Por lo tanto refiriéndose a la cita de Lara, se puede afirmar que la organización debe interrelacionarse con los demás sistemas para así plasmar en estos una imagen deseada.

Con el fin de explicar de mejor manera cómo están conformados los sistemas y todos los actores involucrados se tomará el modelo de Paul Watzlawick. En el siguiente gráfico está la aplicación de este modelo al caso del IEE. En el gráfico se observa cómo se distribuyen los sistemas y como se transmite la imagen mediante su interrelación.

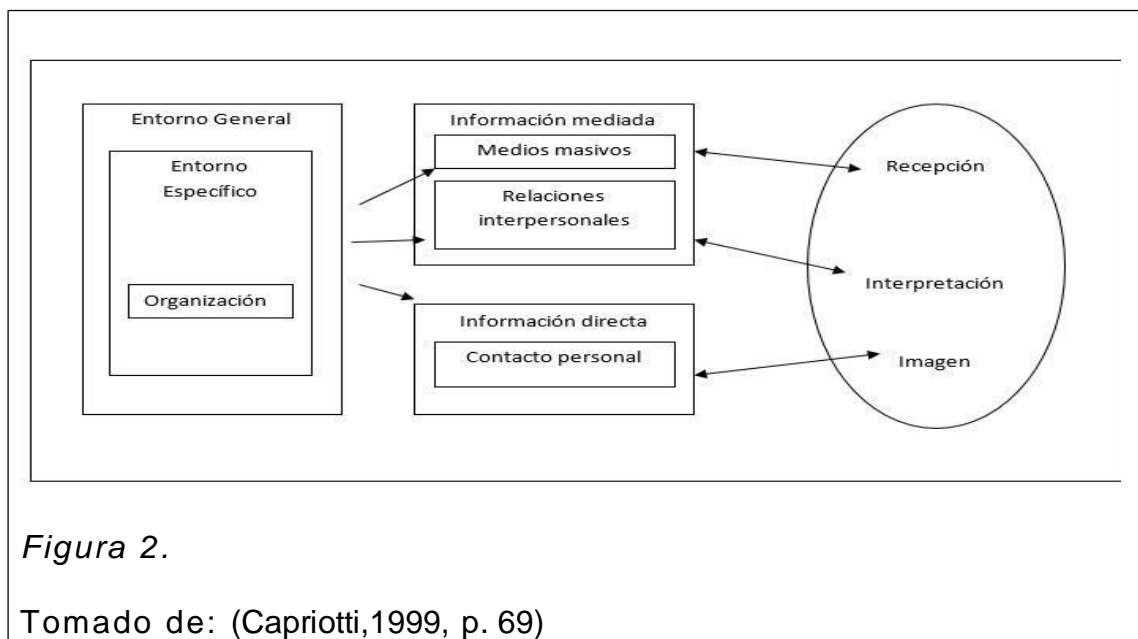


1.8 Análisis del modelo de imagen

Al tener claro que todo comunica, se debe tener en cuenta que todas las acciones que realice una organización tendrán un efecto en sus públicos, que receptan, interpretan y crean una imagen basada en la información transmitida. Es por esta razón que se considera importante conocer la imagen que el IEE proyecta en sus públicos.

Para la formación de una imagen es esencial la intervención de tres partes: 1) el origen de la información, 2) la fuente de información y 3) el procesamiento interno. Este modelo fue propuesto por Paul Capriotti (1999, p. 93) en su libro *Planificación estratégica de la imagen corporativa* en el cual alega que “en la formación de la imagen corporativa, los públicos podrán utilizar diferentes estrategias para obtener información y usarán diversas fuentes por medio de las cuales accederán a distintos tipos de información para formarse la imagen de una organización”.

Con la imagen se genera una interacción entre la organización y sus públicos, tal y como también lo señala la teoría sistémica, los públicos pueden recibir distintos tipos de información según la fuente por la que se comuniquen con la empresa. Estos pueden ser de dos tipos según Capriotti: la información socialmente mediada y la información directamente experimentada, tomando en cuenta que el entorno externo a la organización es también un factor muy importante, porque una vez más la organización y el proceso de creación de imagen de sus públicos pertenecen a un mismo sistema que se conecta e interrelaciona entre sí. La siguiente ilustración corresponde al modelo de imagen que se ha analizado y permite entender como este sistema de comunicación funciona para la creación de una imagen.



1.9 Teoría de públicos

En este trabajo se utiliza la teoría de públicos propuesta por Grunig y Hunt (como se citó en González, 2006) quienes afirman que estos se definen bajo tres situaciones distintas en la conducta comunicativa: 1) enfrentar un problema similar, 2) reconocimiento del problema y 3) resolución del problema. A partir de estas situaciones los autores realizan una clasificación que contiene cuatro tipos de públicos, así:

No-públicos, formados por individuos que no cumplen ninguna de estas tres características; los públicos latentes, integrados por individuos que se enfrentan a un problema, similar pero no lo detectan; los públicos informados o conscientes, que están afectados por un problema similar y reconocen su existencia; y los públicos activos, que además de estar afectados por el problema y reconocerlo hacen algo al respecto. (González, 2006, p. 134- 135)

Esta teoría se relaciona a la teoría general de los sistemas, ya que parte desde un concepto propuesto por los autores, que afirma que los públicos de una organización se establecen en función de las acciones que realice la organización ante ellos y la reacción que estos tengan en cuanto a la comunicación recibida. Paul Capriotti en su artículo, “La nueva geografía de las relaciones públicas” toma lo propuesto por Gruning y Hunt y afirma lo siguiente:

Los públicos se establecerían, así, a partir de las consecuencias de la acción de la organización sobre las personas o de las personas sobre la organización. Surge, entonces, una conducta recíproca entre individuos y organización, en función de dichas consecuencias. Las personas, al influir sobre la organización o ser influidas por ella, pasan a constituirse en público de la empresa. (Capriotti, 2007, p. 67)

En conclusión la teoría y conceptos utilizados en este capítulo, tendrán la función de sustentar con argumentos válidos el trabajo de investigación y la propuesta comunicacional que se realizará a continuación, brindando las pautas y el conocimiento necesario para este estudio.

2. CAPÍTULO II. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

En este capítulo se realizará un breve recorrido que permitirá conocer qué es el Instituto de Estudios Ecuatorianos. Se sintetizarán elementos como su línea de acción, cuál es el trabajo que realiza, cómo ejecuta sus proyectos, bajo qué contexto se constituyó y cómo se desarrolla actualmente. Además se establecerá el estado del problema, con sus principales causas y efectos para posteriormente definir la metodología que servirá para analizar la relación entre la organización y la imagen que diversos actores tienen del IEE a través de los proyectos sociales que realiza. Por último, se analizarán los resultados obtenidos destacando aquellos sobre los que el plan de comunicación deberá intervenir.

Las categorías de análisis utilizadas en el estudio de este caso son: 1) *Imagen* que se utilizó para determinar cómo es proyectada por la organización y cómo es recibida por sus públicos. Los conceptos de imagen servirán para entender e identificar los problemas de coherencia entre la imagen proyectada y la imagen percibida. 2) *Análisis situacional*, al ser el IEE un sistema como tal, es importante conocer el entorno en el cuál se desenvuelve (suprasistema) y cómo las acciones de ambos lados repercuten en el otro. 3) *Comunicación*, permitió establecer cómo el IEE se está comunicando con sus públicos y de qué manera esta puede mejorar recogiendo los planteamientos de los autores antes mencionados.

2.1 Instituto de Estudios Ecuatorianos –IEE-

El Instituto de Estudios Ecuatorianos -IEE. es una organización sin fines de lucro (conocidas como el tercer sector), con sede en Quito – Ecuador, que a través de sus proyectos sociales, busca contribuir de manera teórica y metodológica a la superación de diversas problemáticas locales, nacionales y regionales, y aportar así al desarrollo de diversos grupos sociales del país. Para ello tiene varias líneas de trabajo con el movimiento indígena, campesino, de mujeres y obrero. Además trabajan en capacitación y formación áreas como recursos naturales, gestión del territorio, gobiernos locales y fortalecimiento organizativo. (IEE,

2012)

El Instituto de Estudios Ecuatorianos se crea en la década de los 80, cuando Ecuador atravesaba por un gobierno autoritario, conservador y represivo al mando de León Febres Cordero, quien no tomaba en cuenta los derechos de los pueblos y nacionalidades indígenas del país (A. Santillana, comunicación personal, 26 de mayo de 2016). El IEE nace con el fin de crear un espacio de investigación y formación participativa dentro de las organizaciones del campo.

Para entender mejor las razones por las que el IEE optó por trabajar con los movimientos indígenas y campesinos es importante recordar que desde la colonia (hace más de 500 años) los indígenas fueron segregados y sus derechos fueron violentados, causando profundas inequidades que hasta la fecha no se han podido superar. En el libro *Pueblos indígenas, desarrollo humano y discriminación en el Ecuador*, se da cuenta de esto, los autores mencionan que desde la conquista española a los pueblos y nacionalidades indígenas se les arrebató el acceso a la tierra y sus derechos como ciudadanos creando una discriminación que los hizo invisibles y explotados. (Larrea, Montenegro, Greene, y Cevallos, 2007)

No obstante a partir de la década de los 90 del siglo pasado la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador –CONAIE- se hace más fuerte y consigue obtener espacios en el ámbito político y social que le permite luchar por sus derechos. Años antes, ya se habría creado la Confederación de Nacionalidades Kichwa del Ecuador–ECUARUNARI- (1972) que aglutinaba a los pueblos indígenas de la sierra ecuatoriana, (ECUARUNARI, 2016) mientras que, la CONAIE nace en 1986. (ICCI, 1999)

La CONAIE permitió al movimiento indígena construir autonomía, lograr presencia en el país, defender los derechos colectivos y más tarde, formar el movimiento político Pachakutik, que les brindó el derecho de un espacio en la política electoral y elegir sus propios representantes. Es desde este momento

de efervescencia de las organizaciones indígenas que el IEE ha estado acompañando a estas organizaciones con el objetivo de consolidar sus derechos, articulándose con el movimiento indígena y los gobiernos locales para realizar investigación, generar comunicación sobre sus problemas y construir argumentos en conjunto con las organizaciones para alcanzar mayor justicia social.

Partiendo del enfoque sistémico de la comunicación, el IEE es un sistema, y cada organización indígena también es un sistema. El trabajo conjunto entre el IEE y las organizaciones del pueblo Kitu Kara y Panzaleo genera una serie de interrelaciones y hace que unas y otras se influyeran. Además los factores externos inciden en estos sistemas, pero también estos sistemas quieren incidir de manera positiva en los factores externos. Por ejemplo, las políticas públicas respecto del agua inciden en los pueblos indígenas, para lograr que esas políticas les beneficien necesitan argumentos para defender su derecho al agua, el IEE hace investigaciones, estudios, materiales de comunicación donde se encuentran esos argumentos. Si esto no se comunica bien, los estudios se quedan en un cajón, los pueblos y nacionalidades pierden su capacidad de argumentación y es posible que se definan políticas públicas adversas a los pequeños campesinos Kitu Kara y Panzaleo. Como se ve todos estos sistemas se influyen con factores externos, a los que también quieren influenciar. Es parte sustancial de este estudio y del plan de comunicación que se plantea entender que las relaciones de comunicación son fundamentales para lograr interrelaciones que posibiliten el cumplimiento de los objetivos tanto del IEE como de las organizaciones indígenas.

Para entender mejor a qué se dedica el IEE, su línea de acción y el propósito que se quiere lograr con esta propuesta comunicacional, se explica a continuación cada proyecto que el IEE realiza. La siguiente información fue obtenida de la página web oficial del IEE el 7 de junio del 2016 (IEE, 2012):

Tabla 1. Proyectos en el Distrito Metropolitano de Quito

Proyecto	Objetivo	Actividades
Diagnóstico sobre la ruralidad en el Distrito Metropolitano de Quito	Aportar en la construcción de una perspectiva teórica y estratégica sobre la ruralidad, mediante el análisis de actores, territorios e identidades rurales en el Distrito Metropolitano de Quito a través de la aplicación de metodologías cuantitativas, cualitativas y participativas.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sistematización de los debates sobre ruralidad ✓ Diagnóstico cuantitativo para caracterizar "lo rural" ✓ Encuesta sobre el nivel de vida en las zonas rurales ✓ Recomendaciones y criterios para políticas públicas ✓ Metodología de sensibilización destinado a funcionarios municipales
Memoria social y cultural en el Distrito Metropolitano de Quito: Ruralidad y Comunas	Caracterizar a las comunas del Distrito Metropolitano de Quito y su relación con el espacio urbano-rural a partir de investigaciones etnográficas/participativas en dos estudios de caso.	

Tomado de: IEE, 2012

Tabla 2 Proyectos en zonas rurales y el campo

Proyecto	Objetivo	Actividades
Campesinos en zonas de agro industria	El análisis de la dinámica social de los campesinos en zonas de agro industria (específicamente cuatro comunidades vinculadas al Centro Agrícola de Quevedo)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estudio de sistemas productivos de campesino "exitosos" pertenecientes a las comunidades. ✓ Análisis de estrategias campesinas de producción, comercialización y diversificación complementaria.
Observatorio del Cambio Rural (OCARU)	Construcción de una plataforma y alianza entre instituciones y organizaciones para el debate y análisis de la política agraria y los cambios en el campo.	Seguimiento de la política pública; estudios sobre agro industria y conflictos en el campo; Mesas permanentes de debate y diálogo entre organizaciones indígenas campesinas – investigadores; análisis de coyuntura como herramienta de incidencia; elaboración de materiales para el debate.
¿A quién le Importan los Guayacanes? Acumulación, gobierno y conflictos en el campo.	Realizar una caracterización desde la economía y sociología política sobre la configuración de los conflictos en el campo, poniendo énfasis en el gobierno de Rafael Correa.	Éste ha sido un trabajo multidisciplinario de análisis económico, estudios de caso, visitas de campo e investigación acción, en la que participaron investigadores del IEE y CDES: Pablo Iturralde, Paola Sánchez, Cristina Benavides, Sara Latorre, Tomás Quevedo y Stalin Herrera.

Tomado de: IEE, 2012

Tabla 3. Proyectos de riego y agroindustria

Proyecto	Objetivo	Actividades
Análisis de la organización social y de la conflictividad en riego, como parte del Plan de Riego y Drenaje de la Provincia de Pichincha.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar una caracterización de las organizaciones de regantes (en prioridad de los agricultores familiares) en base a entrevistas a actores claves. ✓ Realizar una tipología de conflictos en función de los intereses/poderes alrededor del agua para la agricultura en las distintas zonas definidas de la provincia (incluyendo una tipología de actores). 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Revisión de información secundaria & datos levantados sobre los sistemas de riego en la provincia (ORSTROM, SENAGUA) ✓ Trabajo de campo: Entrevistas con varios actores involucrados en el tema de riego (organizaciones de usuarios, entidades estatales, ONG, etc.) ✓ Participación en talleres, realizados por AVSF y el Gobierno Provincial, los cuales permiten una construcción participativa del Plan Provincial.
Agroindustria, élites y modelo de acumulación	Estudiar las formas de articulación campesina a la agroindustria, la presencia de los principales grupos económicos y las modificaciones en el territorio producto de las actividades agroindustriales y las posibilidades de la resistencia.	

Tomado de: IEE, 2012

Como se ve todos los proyectos tienen como fin último posicionar información que sirva de base para que las organizaciones hagan sus planteamientos.

2.2 Estado del Problema

El estado del problema se puede definir como una discordancia en la imagen que maneja el Instituto de Estudios Ecuatorianos. Los proyectos que la organización realiza en su mayoría no son conocidos e identificados por todos sus públicos, por lo tanto estos no conocen la razón de ser de la organización, esto impide la creación de una imagen integral. Los públicos a los que el IEE dirige sus acciones no saben qué proyectos hace, o por otro lado conocen el proyecto pero no saben que la autoría es del IEE. Un ejemplo claro es el proyecto Observatorio del Cambio Rural -OCARU, que ejecuta el IEE. El OCARU está bien posicionado como proyecto y es un referente al momento de realizar estudios rurales, sin embargo cuando se pregunta a la gente de quién es el proyecto, no saben que es del IEE.

La causa principal de este problema radica en que el Instituto de Estudios Ecuatorianos no se dirige a sus distintos públicos según las características y entorno en el cuál se desenvuelven. No tienen canales diferenciados para cada público por lo tanto es complicado que estos reciban la información de manera efectiva, dando como efecto la disminución de conocimiento tanto de la organización como de sus proyectos, impidiendo la vinculación de sus públicos con la misma y la creación de imagen.

El efecto de este problema es que no se genera una imagen en la mente de los públicos, se frena así la interacción. Otra de las causas es que no existen lineamientos y estrategias de comunicación externa documentadas que logren la articulación del IEE con sus proyectos. La falta de un plan de comunicación no permite alinear las acciones que se deben proyectar para dar una imagen correcta.

Al ser una organización sin fines de lucro, uno de los principales problemas que puede enfrentar la organización es la falta de recursos monetarios, tradicionalmente el IEE ha obtenido fondos para ejecutar sus proyectos a través de la cooperación internacional, pero la cooperación tiene cada vez menos trabajo en el Ecuador y cada vez es más difícil que organizaciones como el

IEE capten recursos de esta manera, por lo tanto es necesaria la comunicación para la apertura a nuevas formas de viabilizar recursos, hace falta crear alianzas con organizaciones que realicen un trabajo similar y cuenten con una ideología acorde a los objetivos que quiere lograr el IEE. Un plan de comunicación debe contemplar también a la cooperación como público del IEE.

La imagen, se da cuando los públicos conocen la organización, al saber de ella la tienen presente, sin embargo uno de los problemas que podría estar enfrentando el IEE es que una gran parte de sus públicos de interés no conocen al Instituto y por lo tanto no participan de sus acciones, esto no permite que se genere una imagen sólida, al contrario, la imagen se vuelve débil, pierde fuerza. La gestión de la comunicación externa ayudará a posicionar a la organización con el fin de crear una imagen integral.

Dentro de la imagen lo más importante es tener la capacidad de proyectar la identidad de una organización en sus públicos de interés, como se mencionó antes, la razón de ser del IEE son sus proyectos sociales, por lo tanto es fundamental que el público conozca al Instituto como el ejecutor de dichos proyectos, “La creación de la imagen de una organización depende por un lado de la percepción de los públicos y por otro del retrato que esta muestra de sí misma” (Riel, 1997, p. 78), por esta razón, se deben determinar las acciones futuras que permitan vincular al IEE con sus proyectos sociales, gestionando la imagen y generando la respuesta deseada, optimizando recursos y esfuerzos futuros para la organización.

2.3 Metodología de investigación

El tipo de investigación que se realizará en este estudio será de naturaleza mixta, se utilizarán enfoques tanto cualitativos como cuantitativos.

2.3.1 Enfoque del estudio:

- **Cualitativo:** se centra en realizar la investigación con el estudio de opiniones, comportamientos o conductas, obteniendo un contacto más cercano y profundo con el objeto de estudio. Sampieri define este enfoque de la siguiente manera: “se busca comprender la perspectiva de los participantes acerca de los fenómenos que los rodean, profundizar en sus experiencias, perspectivas, opiniones y significados, es decir, la forma en que los participantes perciben subjetivamente su realidad.”3328532070
- (Sampieri, Fernández, y Baptista, 2010 , p. 364)
- **Cuantitativo:** se centra en realizar la investigación con técnicas numéricas y estadísticas en un determinado periodo a través de un estudio descriptivo. Sampieri define así este enfoque: “Enfoque cuantitativo es la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías.” (Sampieri et al., 2010 , p. 4)

2.3.2 Alcance del estudio

- **Exploratorio:** se estudiará un problema que ha sido poco explorado, en este caso la gestión de la comunicación externa orientada a la imagen de organizaciones sociales en Ecuador. El alcance exploratorio permite conocer más acerca de este tema. Sampieri define así: “Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes.” (Sampieri et al., 2010 , p. 79)

- **Diagnóstico:** determina las problemáticas, las interpreta y conoce su origen. Sampieri define así: “El diagnóstico que nos ha permitido detectar en forma clara y objetiva distintos problemas, con el propósito de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y explicar sus causas y efectos.” (Sampieri et al., 2010)

2.3.3 Tipo de investigación:

- **Proyektiva:** diagnostica necesidades, sobre la base de procesos explicativos y tendencias para elaborar un modelo que permita la solución de problemas, estudiando los elementos de manera holística y analizando su contexto para alcanzar el objetivo de la investigación. (Hurtado, 1998)

2.3.4 Públicos

- **Organizaciones financieras:** Organizaciones que proporcionan los recursos económicos para que el IEE ejecute sus proyectos sociales. Se estudiará a una representante de la Fundación Rosa Luxemburg, que es la que actualmente financia un proyecto del IEE. Se entrevistará a la coordinadora de proyectos en Ecuador, que es quien hace el seguimiento del proyecto.
- **Organizaciones sociales:** Organizaciones que han trabajado en conjunto del IEE pertenecientes al movimiento indígena, como lo son la CONAIE y el MICC, se entrevistará a un dirigente de cada organización. Ellos, con su larga trayectoria de trabajo en conjunto con el Instituto de Estudios Ecuatorianos harán aportes importantes. Estas dos organizaciones son fundamentales por su historia en la lucha por los derechos indígenas.

- **Pueblos y Nacionalidades indígenas:** que participan y son beneficiadas por los proyectos sociales realizados por el IEE, o posibles participantes o beneficiadas. Se estudiará a miembros de la nacionalidad kichwa de las provincias de Pichincha y Cotopaxi que se dedican principalmente a actividades agropecuarias.
- **Instituto de Estudios Ecuatorianos:** Colaboradores del IEE que gestionan y organizan los proyectos realizados por la organización y su comunicación externa. Se entrevistará a la directora del Instituto y a la responsable de comunicación. Se seleccionó estos perfiles porque son quienes mejor conocen la imagen que el IEE quiere proyectar y la comunicación que realiza.
- **Academia:** Individuos que pertenecen a la academia, ya sean docentes o estudiantes y que conocen a la organización o hayan participado en los eventos de debates, cumbres y/o asambleas que el IEE realiza. Se estudiará a académicos reconocidos en este ámbito con una trayectoria representativa.

2.3.5 Instrumentos de la investigación

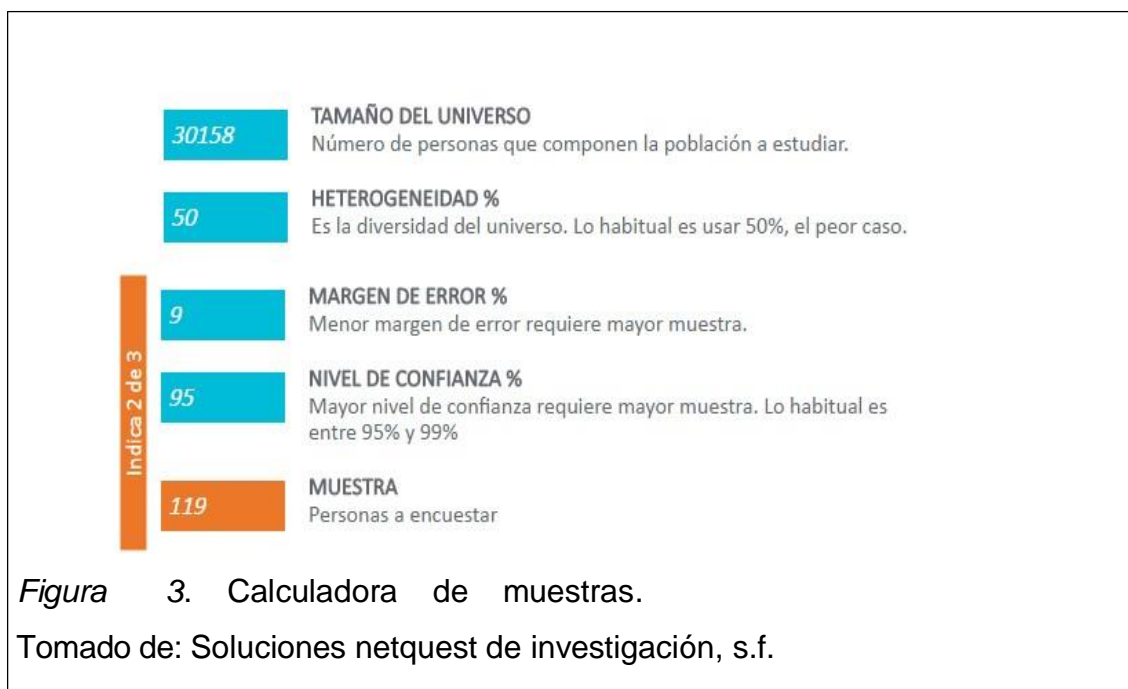
Tabla 4. Instrumento de la investigación de tipo cualitativo.

Enfoque:	Cualitativo
Técnica:	Entrevista
Tipo de técnica:	Entrevista semi-estructurada
Instrumento:	Guion de entrevista
Población:	Colaboradores de IEE: Comunicadora Isabel Salcedo/ Directora Alejandra Santillana Organizaciones financistas: representante de Rosa Luxemurg María Belén Cevallos. Academia: académico Edgar Efraín Isch Organizaciones sociales: Dirigente de CONAIE

Tabla 5. Instrumento de la investigación de tipo cuantitativo

Enfoque:	Cuantitativo										
Técnica:	Encuestas										
Tipo de técnica:	Fuentes Primarias Comunicación Personal										
Instrumento:	Cuestionario guiado										
Población:	Nacionalidad Kichwa de Cotopaxi y Pichincha que se dedique al sector agrario.										
Tipo de Muestreo:	Probabilista										
Técnica de muestreo:	Estratificado										
Muestra:	119										
Obtención de la muestra:	<table> <tr> <td>Tamaño del universo</td> <td>30158</td> </tr> <tr> <td>Heterogeneidad</td> <td>50%</td> </tr> <tr> <td>Margen de error</td> <td>9%</td> </tr> <tr> <td>Nivel de confianza</td> <td>95%</td> </tr> <tr> <td>Muestra</td> <td>119</td> </tr> </table>	Tamaño del universo	30158	Heterogeneidad	50%	Margen de error	9%	Nivel de confianza	95%	Muestra	119
Tamaño del universo	30158										
Heterogeneidad	50%										
Margen de error	9%										
Nivel de confianza	95%										
Muestra	119										

En cuanto a la investigación cuantitativa se realizarán encuestas a personas de los pueblos y nacionalidades indígenas pertenecientes a la nacionalidad Kichwa de las provincias de Pichincha y Cotopaxi, con el fin de conocer qué imagen tienen estos públicos y que comunicación gestiona sobre el Instituto de Estudios Ecuatorianos con este público. El tamaño de la muestra será de 119 personas, se hará la encuesta de manera directa y personal. A continuación se explica cómo se realizó el cálculo de la muestra y que parámetros se tomaron en cuenta.



Tal y como está en el cuadro se seleccionó el universo de la muestra con los datos de Redatam, herramienta utilizada por el INEC para administrar la base de datos del último censo realizado en el país (INEC, 2010). En esta base de datos se utilizó el total de personas pertenecientes a pueblos y nacionalidades indígenas de Cotopaxi y Pichincha que se dedique a la agricultura. El universo obtenido, es decir el número de personas que compone esta población fue de 30158, se utilizó una heterogeneidad del 50% que se refiere a qué tan diverso es el universo en cuanto a sus características. El margen de error es del 9%. Se debe aclarar que hacer encuestas a personas de los pueblos y nacionalidades indígenas es complejo, ellos suelen tener desconfianza de este tipo de herramientas (tienen el prejuicio que dando información les pueden quitar algún derecho como el bono de desarrollo humano) (ver anexo 3 Diario de Campo). El nivel de confianza utilizado fue del 95%. Todos estos datos calculados dieron como resultado una muestra de 119 personas, las cuáles fueron encuestadas en el V Congreso de la Confederación Kichwa del Ecuador ECUARUNARI, realizado en La Toglla, provincia de Pichincha los días 13 y 14 de mayo del 2016.

2.4 Resultados de la investigación

- **Imagen**

La imagen, como se menciona en el marco teórico, es una concepción mental que tienen los públicos sobre la organización, se forma a partir de la interacción comunicacional que existe entre los distintos sistemas. Hay tres tipos de imagen: la funcional que corresponde a lo que el Instituto es, la imagen real que se crea a partir de lo proyecta hacia el exterior y cómo los públicos la perciben y la imagen intencional que se basa en la personalidad de la organización, lo que dice de sí misma. A continuación se identifican los tipos de imagen que tiene el IEE.

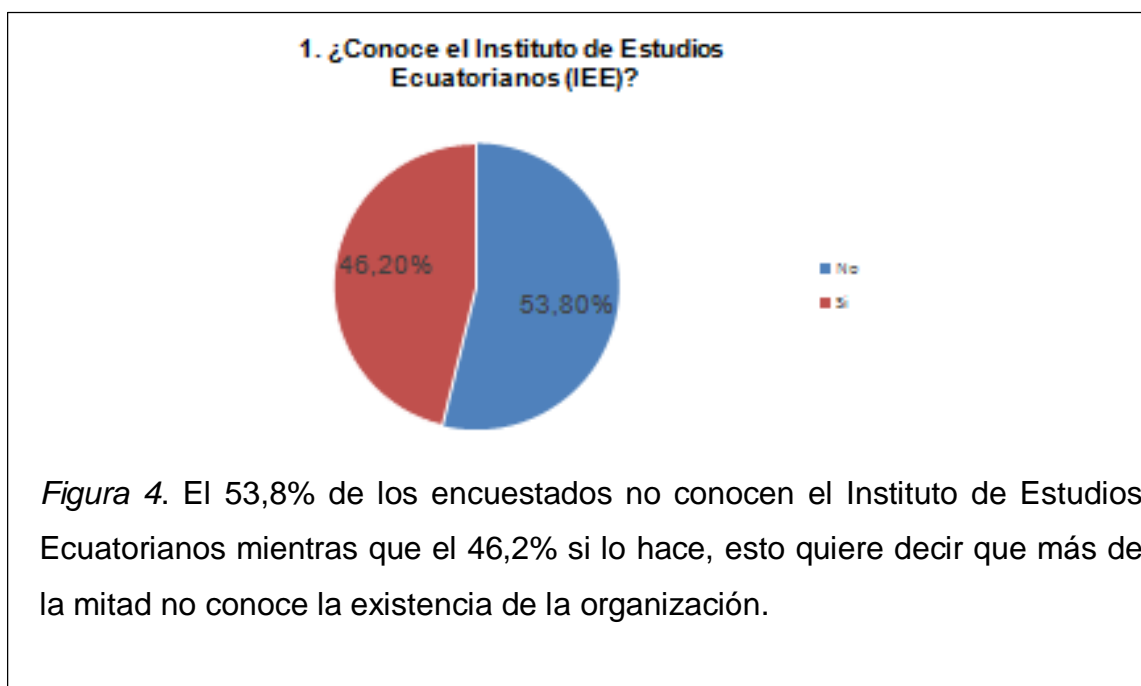
El IEE es una Organización No Gubernamental --ONG- que busca apoyar a organizaciones sociales a través de los proyectos que realiza, estos por el momento no son completamente reconocidos por los públicos, a excepción del OCARU, que es el más desarrollado y se ha mantenido por un periodo más largo. En cuanto a la acción que realiza el IEE y la imagen que desea proyectar hacia sus públicos es de una organización de apoyo y referente para los pueblos y nacionalidades indígenas y sus dirigentes, el IEE busca dar un acompañamiento permanente a la organización que lo solicite, esto lo afirma Alejandra Santillana su directora quién señala lo siguiente: “Las organizaciones nos ven como un espacio de confianza, que puede acompañar y que no le interesa tampoco poner su agenda, no nos vemos como un espacio de asesoría, el IEE acompaña cuando la organización quiere que le acompañemos.” (Alejandra Santillana, comunicación personal, 26 de mayo de 2016).

Esta afirmación de la directora no necesariamente se refleja en la percepción que los públicos tienen del IEE, más adelante se demostrará que si bien un porcentaje de personas señala que se ha construido una relación de confianza, otro porcentaje ni siquiera conoce la organización. Por otro lado, se ha podido constatar que la confianza se centra en las personas que componen el IEE y no necesariamente en la imagen institucional. Por ello es necesario consolidar esta

como imagen institucional, mas allá de las personas que la compongan.

El Instituto de Estudios Ecuatorianos busca transmitir a sus públicos la imagen de construirse como un referente de pensamiento autónomo, independiente y crítico. El IEE busca comprender las problemáticas de los pueblos y nacionalidades indígenas y devolver esos análisis a los actores sociales para que utilicen la información procesada en sus demandas.

Los resultados arrojados en la investigación determinan que no hay una congruencia en la imagen del IEE al momento de proyectarse al exterior. Dentro de los pueblos y nacionalidades indígenas encuestadas se observó que únicamente el 46,2% de personas conocen o han oído hablar sobre el Instituto, mientras que el 53,8% de personas encuestadas no conoce el IEE. Esto quiere decir que más de la mitad no conoce la existencia de la organización.



A pesar de ser una organización con una trayectoria de treinta años de trabajo con los pueblos y nacionalidades indígenas solo el 46,2% dice que si conoce al IEE.

Sin embargo, sus dirigentes y varias personas de influencia en las organizaciones

si tienen una noción más amplia de la organización, esto se puede afirmar con las respuestas a las entrevistas de Julio Cesar Pilalumbo y Floresmilo Simbaña dirigentes del MICC y de la CONAIE quienes dijeron conocer muy bien al IEE y su razón social, que a pesar de no saber a profundidad acerca de todos los proyectos que el IEE realiza saben en qué trabaja la organización y los objetivos que tiene respecto de los pueblos y nacionalidades.

En cuanto a los encuestados, dentro del porcentaje que conocía el Instituto, el 83,3% considera al IEE como una ONG que promueve el desarrollo comunitario y políticas públicas con sus proyectos sociales. Esto también se aplica para las organizaciones que financian los proyectos que realiza el IEE, María Belén Cevallos coordinadora de proyectos de Ecuador, indicó que su organización ha tenido un vínculo con el IEE desde hace mucho tiempo.

En cuanto a los proyectos sociales realizados por el IEE, el 60% de las personas encuestadas que conocen la organización, está al tanto de uno o varios de los proyectos que realizan, siendo el OCARU el más conocido con el 28,9% (como se puede observar en anexos en la figura 6), mientras que el 40% no conoce ninguno de los proyectos a pesar de conocer la organización. Este hecho también se evidencia dentro de la Fundación Rosa Luxemburg en donde María Belén indicó que uno de los proyectos que es más conocido es el OCARU. Así mismo, a nivel interno se afirmó este resultado, ya que tanto la directora como la comunicadora del IEE dijeron que el posicionamiento y la imagen de la organización ha venido arrastrada por la imagen del OCARU dentro del debate agrario en organizaciones locales y sociales.

Referente a las organizaciones sociales, sus dirigentes de igual manera, están mucho más familiarizados con el OCARU, conocen las acciones de este proyecto en el tema agrario, fortalecimiento organizativo del movimiento indígena y publicaciones elaboradas en conjunto con el IEE. La causa principal de este hecho, se debe a que tanto a nivel interno como externo se da mayor protagonismo al OCARU que al IEE. La comunicadora de la Institución afirma que ella se considera parte del equipo del Observatorio, más no de la

Institución, ya que para ella las herramientas comunicacionales del IEE han estado abandonadas este último tiempo por falta de recursos económicos.

La imagen que proyecta el IEE hacia sus públicos externos que la conocen es principalmente de ayuda; las organizaciones sociales sienten confianza y solidaridad con el IEE, ven al Instituto como una organización con la que pueden contar y si ellos lo necesitan, sus miembros van a estar presentes, esto significa que el IEE ha sido una de las pocas ONGs que han podido mantenerse tras la complicada situación en el país y es justamente esta la imagen que desean transmitir hacia fuera, asegura la directora del IEE Alejandra Santillana, “Se ha logrado mantener una estrategia de comunicación de articulación y de presencia que nos permita profundizar los debates que se están lanzando a pesar de la escasez de recursos dando una imagen de que el IEE existe, tiene financiamiento y es fuerte”. (Alejandra Santillana, comunicación personal, 26 de mayo de 2016)

¿Cómo mantener y potenciar esa imagen? ¿Cómo ampliarla entre los públicos de interés del IEE y que no conocen a la organización? Un aporte para responder estas preguntas se encuentra en el plan de comunicación que se desarrollará en el capítulo cuarto.

De igual manera las personas entrevistadas establecieron que el mayor atributo que se puede otorgar al IEE es el nivel de confianza que establece con las organizaciones con las que trabaja. Julio Cesar Pilalumbo, Presidente del MICC, ve a la organización como un referente confiable que orienta a las organizaciones de manera técnica y organizativa, que conoce al movimiento indígena y a sus territorios y esto le permite ser un apoyo en el cumplimiento de sus objetivos. Además las personas entrevistadas pudieron relacionar al IEE con atributos como la responsabilidad, solidaridad, investigación y diseño, en cuanto a sus piezas gráficas debido a la atención que presta el IEE hacia las problemáticas de las comunidades. En cuanto al diseño lo relacionaron gracias a las herramientas de difusión con las que cuenta como por ejemplo infografías, cartillas o boletines, que permiten brindar información de una manera rápida y de

fácil comprensión.

Por otra parte, la producción de material como las publicaciones que abren una fuente de información para aquellos que quieren estudiar el tema agrario es algo que caracteriza mucho al IEE y permite que las organizaciones acudan a él cuando necesitan ayuda de este tipo. Los elementos destacados anteriormente permiten el posicionamiento de la organización. Todas las personas entrevistadas concuerdan que la primera organización que viene a su mente, al hablarles de ONGs que realizan proyectos sociales, es el Instituto de Estudios Ecuatorianos.

Por otro lado, debido a la permanencia y efectividad de los proyectos que realiza el IEE, La Fundación Rosa Luxemburg los financia, así como lo indica María Belén, la Fundación busca acciones transformadoras de la sociedad, que vayan más allá del capitalismo, una forma de hacerlo es observar lo que sucede en el campo, la producción campesina y el espacio rural, por lo tanto el IEE a través del OCARU tiene una propuesta interesante sobre el seguimiento a las transformaciones del campo y es un tema de mucho interés para la Fundación Rosa Luxemburg, razón por la cual financian los proyectos y tienen una relación con el Instituto sostenida y a largo plazo, el principal motivo es que el IEE coincide con sus líneas estratégicas y cuenta con los requisitos necesarios.

Las organizaciones tanto beneficiadas como financistas, consideran que el factor diferenciador del IEE, es su nivel de investigación y conocimiento sobre el tema agrario, esto lo afirma Floresmilo Simbaña, dirigente de la CONAIE quién indica que el IEE tiene un alto grado de especialización en este tema. Otro de los puntos más importantes encontrados fue la capacidad del IEE para no solo generar investigación y tener un grupo de investigadores preparados, sino también tener un acercamiento hacia las organizaciones y sus comunidades infundiendo confianza, llevando el trabajo más allá del discurso, centrándolo en la organización, comunicación y apoyo a las organizaciones sociales. El ejemplo más claro, es el OCARU, ya que es el único observatorio del cambio rural en el país, María Belén considera que no existe otro proyecto que realice

un seguimiento al tema agrario, por lo tanto lo hace único. A nivel interno se obtuvo el mismo resultado, Isabel Salcedo, comunicadora del IEE, describió la diferenciación del IEE de la siguiente manera:

El IEE hace investigación social pero también hace trabajo de campo ya que se nutre de los discursos para poder analizar las políticas públicas desde los assembleístas hasta los discursos que se manejan dentro del campo, es una investigación con retroalimentación ya que no solo se hace uso de los sujetos de uso para la investigación sino que da resultados y busca generar soluciones mediante una relación continua y el debate. (I. Salcedo, comunicación personal, 26 de mayo de 2016)

2.5 Análisis Situacional

Esta categoría se estableció para entender de qué manera el sistema como tal, el IEE, interacciona con otros sistemas como las organizaciones sociales, financieristas y academia con las que trabaja y de qué forma se comunica con los subsistemas comprendidos, los individuos que conforman cada uno de estos organismos, con el fin de comprender cómo cada uno de estos es afectado con las acciones que realiza el Instituto y a su vez cómo este es afectado por los factores externos.

El IEE está influenciado por todos los factores internos y externos, y todas las acciones de estos actores que afectan de alguna manera a la organización. En la investigación se pudo definir que la mayor fortaleza que tiene la organización es su capacidad para generar una relación de confianza con las organizaciones con las que trabaja y tener un acercamiento con ellas no solo limitándose a un trabajo de investigación. Tanto las organizaciones sociales como la que financia los proyectos coincidieron en esto. Otra de sus fortalezas es el elevado conocimiento en el tema agrario y cómo esto puede aportar tanto en los debates como en las publicaciones y en la resolución misma del problema agrario. Por otro lado, también hay coincidencia entre las personas entrevistadas al señalar que la principal debilidad del IEE es la falta de recursos económicos

para poder cubrir todos los proyectos y acciones que se realizan en campo, además la falta de socialización de los proyectos, sin embargo Alejandra Santillana afirma que cuentan con un fondo de ahorros de la Institución, el cual podría estar destinado a mejorar la comunicación, pero no hay nadie que lo plantee y lo aplique. El IEE al ser un sistema se ve directamente afectado por las decisiones que tomen otras organizaciones, en especial el movimiento indígena, que muchas veces por temas políticos u organizativos puede cambiar las decisiones en último minuto y esto afecta a la agenda del IEE.

Si bien las organizaciones conocen el Instituto, hay un gran grupo de población que no la conoce. Hay un riesgo en que ese desconocimiento dificulte la razón de ser del IEE. Sin una estrategia de comunicación documentada y sólida los logros institucionales pueden perderse con facilidad o la Institución puede quedarse estancada.

2.6 Comunicación

La categoría de comunicación sirve para determinar de qué manera está manejada la comunicación corporativa dentro de la organización, definiendo los procesos que realiza para generar interacción con cada parte del sistema, tomando en cuenta los medios, canales, mensajes y contenidos de comunicación externa utilizados y cómo estos tienen un impacto en el público para generar la imagen deseada.

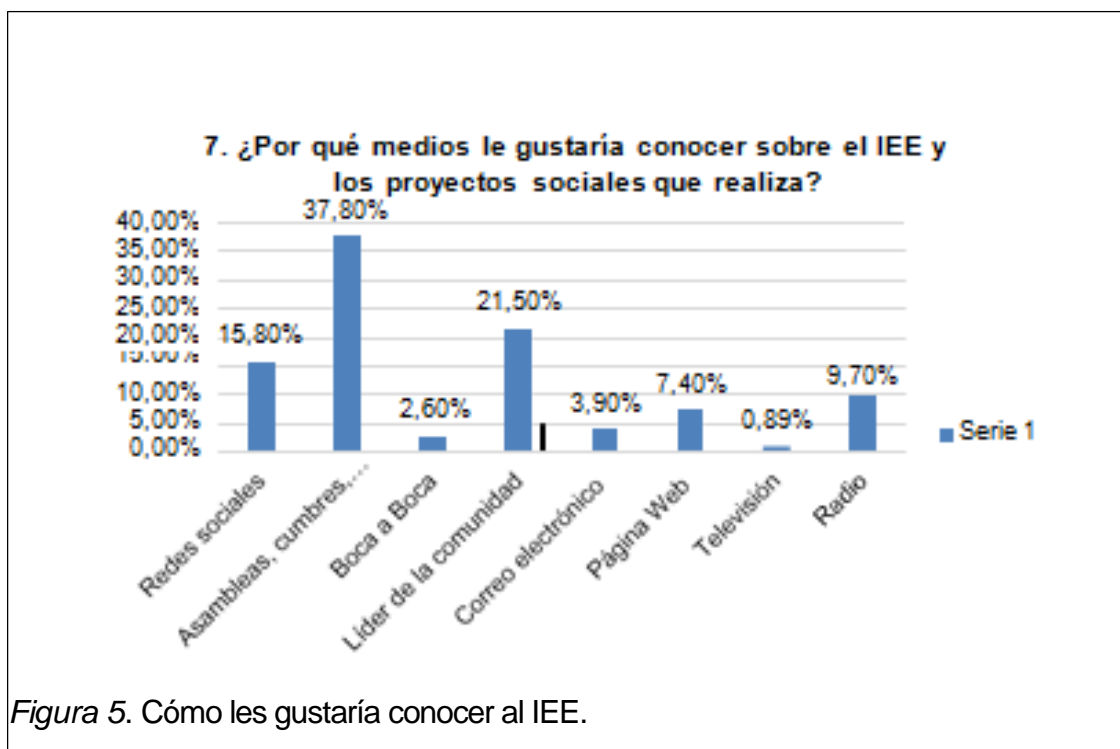
En cuanto a la categoría de comunicación externa, se pudo determinar que la planificación con la que se maneja la comunicación es informal, el Instituto actúa sobre la marcha y se acopla a los sucesos que se den, su forma de planificación se remite a reuniones trimestrales en donde se establecen objetivos, las actividades se organizan con un listado de ideas de aquello que se debe producir comunicacionalmente. No cuentan con un cronograma ni con documentos escritos donde se evidencie físicamente la planificación.

Respecto a los medios por los cuales los diferentes públicos se relacionan con

el IEE, varían dependiendo del público. Los pueblos y nacionalidades indígenas encuestados en un 59% se relaciona en las cumbres, asambleas y debates que realizan y donde el IEE también a veces participa.

Hay una parte del público, especialmente dirigente de las organizaciones sociales y académicos que utilizan en su mayoría la web, las redes sociales y herramientas digitales, debido a que estas son sus principales fuentes de información y estudio para el desarrollo de diversos temas . Por otro lado los dirigentes indígenas Floresmilo y Julio Cesar consideran que el mejor medio para llegar a pueblos y nacionalidades indígenas es en las asambleas, debates, radio comunitaria y el líder comunitario como vocero.

Entre quienes no conocen al IEE un 89,4% dicen que les interesaría conocer a la organización y/o participar de los proyectos sociales y los medios principales por los que les gustaría conocer son: asambleas, cumbres y debates en un 37,8%, líder de la comunidad 21,5%, redes sociales 15,8%, radio 9,7% y página web 7,4%.



En el gráfico anterior se puede observar que al 37,8% de los encuestados les gustaría conocer al IEE en las asambleas, cumbres y debates. Mientras que al 21,5% le gustaría conocerlo a través del líder de su comunidad, el 15,8% de las personas encuestadas prefieren las redes sociales, el 9,70% la radio, el 7,40% por la página web, el 3,9% por correo electrónico y el 2,6% por medio del boca a boca.

Por otro lado, las organizaciones sociales, las financieras y el representante de la academia mencionaron que el medio por el cual se relacionan con el IEE en su mayoría es digital como por ejemplo, Whatsapp, Facebook, correo electrónico y uno más tradicional como la llamada telefónica. Los entrevistados afirman que estos medios son efectivos y generan el impacto deseado ya que son rápidos y permiten coordinar distintas cuestiones de una manera más directa, sin embargo esto funciona a nivel de organización, con los pueblos y nacionalidades indígenas estas formas de comunicación no son eficientes, así lo asegura Julio Cesar Pilalumbo.

En cuanto al conocimiento de los proyectos sociales, este mismo grupo considera

que deberían comunicarse a través de medios más interactivos, para ellos las investigaciones y documentos son útiles para darle sustento al proyecto, sin embargo para interlocutar con las bases de las organizaciones se debe manejar material más dinámico, simple y fácil de entender y que sean más inclusivos.

Desde la perspectiva de la gestión de información que realiza el IEE, esta se basa en publicaciones en redes sociales y boletines de prensa. Respecto de la página web la comunicadora del IEE afirma que es necesario dinamizarla, esto no se ha podido lograr por falta de recursos. La información enviada permite generar imagen mediante un formato amable, sin mucho texto, que contiene imágenes. Si bien esta estrategia es positiva, hace falta darle más consistencia, ampliarla y consolidarla..

En cuanto a los aspectos de la comunicación que el IEE puede mejorar, tanto las organizaciones sociales como financistas y la academia, mencionaron que se debería vincular mejor a las organizaciones y sus comunidades con materiales de comunicación claros, accesibles y sencillos, por ejemplo folletos, trípticos e infografías. Es necesario también para el IEE contar con más recursos humanos para que puedan estar presentes en los, eventos realizados por las organizaciones sociales.

Por su parte la organización Rosa Luxemburg considera que se debe vincular más al IEE con el OCARU en el tema comunicacional y también promocionar al IEE no solo por lo que realiza en la actualidad sino también por todo el trabajo acumulado de 30 años que es indispensable para el estudio y la investigación. Por su parte Isabel, comunicadora del IEE, considera que un aspecto en el que se podría mejorar la comunicación externa es satisfaciendo la necesidad de llegar a un público estudiantil, un objetivo difícil de alcanzar, esto lo han intentado en ocasiones anteriores sin embargo falla y es importante que estos actores se sumen a las mesas de coyuntura.

La retroalimentación se realiza en las mesas de análisis de coyuntura y debates. Isabel, comunicadora del IEE, explica que la difusión existe sin embargo no hay

un mecanismo de retroalimentación que permita conocer si la información fue entendida y captada en su totalidad.

En conclusión se logró obtener los resultados requeridos a partir de la metodología de investigación expuesta, estos datos permitirán realizar una propuesta comunicacional sustentada y acorde a las características de cada uno de los públicos investigados con el fin de gestionar de manera efectiva la comunicación externa del Instituto de Estudios Ecuatorianos, mejorando su imagen a partir de los proyectos sociales que realiza

3. CAPÍTULO III. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

3.1 Conclusiones

Se puede concluir que la imagen debe ser una consecuencia de la gestión de comunicación externa que se realice hacia los públicos como lo menciona (Castro, 2007) y (Costa, 2003). Con los resultados obtenidos de la investigación se establece que la imagen del IEE tiene tres tipos, según lo que establece el profesor Justo Villafañe (1993):

1) Lo que el IEE es: una ONG que a través de sus proyectos sociales busca la superación de problemáticas locales, nacionales y regionales, además brinda acompañamiento y apoyo a las organizaciones.

2) Lo que el IEE dice de sí misma: una ONG posicionada, fuerte y que ha sobrevivido a la situación complicada del país, además desea ser un referente de pensamiento autónomo, crítico e independiente frente a sus públicos. La imagen que se desea proyectar se cumple en los públicos que corresponden a dirigentes de organizaciones sociales, la organización que les financia y la academia, sin embargo dentro de los pueblos y nacionalidades indígenas no se puede evidenciar este hecho.

3) Lo que los públicos que se relacionan con el creen que es: esta imagen es diferente en cada uno de los públicos. Los pueblos y nacionalidades indígenas tienen una imagen no definida, ya que menos de la mitad de la población conoce el IEE y a sus proyectos, lo que implica que no se han realizado acciones suficientes para informar y promover el conocimiento del Instituto en este público. Mientras que organizaciones sociales, financieras y academia reconocen al IEE como una ONG que busca dar acompañamiento y apoyo.

El IEE no tiene objetivos de comunicación establecidos y tampoco una estrategia fija, a grosso modo se busca proyectar que la organización siga en pie y que su trabajo con el movimiento indígena sea riguroso y continúe como en

los últimos 30 años, sin embargo no cuentan con acciones específicas que logre comunicar esta información, ampliarla y consolidarla y para alcanzar sus objetivos.

Menos de la mitad de los pueblos y nacionalidades indígenas conoce al IEE, la mayoría de acciones comunicacionales que realiza la Institución no están dirigidas específicamente a este público. Por otro lado, se puede concluir que el OCARU tiene más protagonismo que el IEE, por los pocos esfuerzos y el escaso financiamiento del Instituto para comunicar sus otras acciones.

Las herramientas de comunicación del IEE han sido dejadas de lado, se da mayor importancia al desarrollo de herramientas del OCARU. El IEE solo cuenta con una página web que no es actualizada constantemente ni tiene un diseño interactivo. Por lo tanto, se puede concluir que el IEE está desvinculado de su proyecto más grande: el OCARU, porque todas sus acciones comunicacionales son únicamente de este proyecto, sin embargo no se muestra al IEE como la cabeza del OCARU en ningún momento. Se puede decir que un proyecto ha superado en imagen y en herramientas comunicativas a la Institución.

La principal debilidad del Instituto es la escasez de recursos económicos. Esto no les permite realizar muchas acciones ni en los proyectos ni en temas comunicativos, sin embargo cuentan con un fondo de ahorro que puede ser destinado a una propuesta comunicacional, que redundará en nuevas oportunidades para la organización, incluyendo las financieras.

En el estudio de campo realizado se pudo observar que tanto los pueblos y nacionalidades indígenas, como sus organizaciones ejercen otro tipo de democracia, distinta a la democracia delegativa de la cultura occidental; la toma de decisiones en el mundo indígena, aunque tiene influencia de las maneras occidentales, se hace por consenso, es decir que los temas se discuten hasta que se llegue a un acuerdo aceptado por todos. Otra diferencia respecto de la toma de decisiones es que sus dirigentes tienen el lema de “mandar

obedeciendo”, es decir que no son ellos quienes deciden sino las bases, los dirigentes ejecutan esas decisiones. En el trabajo comunicativo con el mundo indígena se deben tomar estas consideraciones: la participación activa de las bases, el debate de los temas, el respeto por las organizaciones y sus dirigentes. Es importante tener en cuenta estos aspectos situacionales con el fin de cumplir lo establecido por Paul Watzlawick, en donde el sistema es influenciado por las acciones de su entorno y viceversa, comprendiendo en este caso al IEE como el sistema y los pueblos y nacionalidades indígenas un elemento más del entorno.

Los resultados obtenidos en la investigación permitieron determinar que según la teoría general de los sistemas propuesta por Paul Watzlawick, el IEE y las organizaciones tanto sociales, financieras y la academia son sistemas que en conjunto forman el suprasistema o entorno, dejando como subsistemas a los individuos que conforman cada uno de los anteriores definiéndolos como los públicos a los cuales la organización desea llegar. Por lo tanto, se puede concluir que existen dentro de los pueblos y nacionalidades indígenas diversos públicos que son los dirigentes, los jóvenes y los individuos que viven dentro de una comunidad que se les conoce como bases de las organizaciones, esta diversidad supone el desafío de diseñar estrategias de comunicación que incluyan a todos los públicos, pero también que sean capaces de llegar de manera específica a públicos clave como líderes y dirigentes.

La falta de conocimiento que tienen los pueblos y nacionalidades indígenas sobre el IEE no permite que exista un debate extenso, ni una inclusión completa a las actividades que el Instituto realiza. Al existir este vacío comunicacional las oportunidades para ambos sistemas son limitadas. Es difícil para la organización incluir a estos públicos que son la razón de ser de su trabajo. A su vez los pueblos y nacionalidades indígenas no aprovechan las herramientas que el Instituto podría brindarles para lograr la defensa y ampliación de sus derechos. El mejor medio para tener un acercamiento a los pueblos y nacionalidades indígenas es la interlocución directa en asambleas, debates y cumbres, además de medios comunitarios y material claro y de fácil lectura que permita la participación y el diálogo, otra forma de comunicación importante es a través de

actores claves del movimiento indígena, que tienen un nivel de influencia en las bases.

En cuanto a las organizaciones sociales, financistas y la academia, los mejores medios para contactarlos e interrelacionarse son los digitales, son los más utilizados por estos públicos y permiten cubrir un mayor radio de acción.

No existen métodos de retroalimentación formales que permitan a la organización conocer el impacto de la comunicación que se está llevando a cabo hacia sus públicos. En base al análisis realizado, utilizando la teoría de sistemas, se puede concluir que el IEE no cuenta con estrategias de comunicación que le permitan interrelacionarse con los públicos y cumplir el objetivo de lograr transformaciones en los grupos poblacionales.

3.2 Recomendaciones

Se recomienda establecer una agenda que incluya a la comunicación, para esto es necesaria la incorporación de una persona profesional en comunicación corporativa al equipo de trabajo, si bien se cuenta con una comunicadora, esta se encarga exclusivamente de la comunicación del OCARU. Por lo tanto es necesario una persona que realice acciones específicas del IEE, como la creación y manejo de herramientas tanto digitales como físicas, de esta manera formar una imagen concreta del Instituto y llegar de manera efectiva a los públicos identificando a estos con la organización y viceversa. Sería además deseable la incorporación de una persona profesional en diseño web, que se encargue de dar un mantenimiento y mejorar la página web de la organización, y que realice el diseño de las distintas herramientas de comunicación, para atraer al público con productos comunicacionales atractivos, que llamen la atención y que generen una imagen perdurable del IEE.

Se recomienda realizar una planificación comunicacional que permita delimitar objetivos, estrategias y acciones que se vinculen con los objetivos de la organización y permitan su cumplimiento.

El equipo de comunicación del IEE debe realizar acciones comunicacionales específicas dirigidas a cada público, con el fin de posicionar al Instituto de Estudios Ecuatorianos en la mente de los grupos con los que le interesa trabajar y ser más conocido por aquellos que lo ignoran, creando así una congruencia entre los sistemas.

Es necesario manejar herramientas exclusivas del IEE y dentro de estas articular las herramientas utilizadas en sus proyectos, para crear un solo cuerpo de información y proyectar la imagen del Instituto de una manera efectiva a través de su identidad. Se debe también generar acciones que permitan la obtención de fuentes de financiamiento de organizaciones financieras, para de esta forma poder acceder y ampliar el alcance de la comunicación.

Se debe brindar herramientas inclusivas y acordes a cada público, con el fin de mejorar el proceso de debate, diálogo, comunicación y retroalimentación. Por ejemplo dentro de los pueblos y nacionalidades indígenas es recomendable generar un vínculo mediante materiales didácticos teniendo presente la posibilidad de la traducción a la lengua Kichwa, ya que muchas bases no tienen un manejo completo del castellano. Además establecer mecanismos de retroalimentación que permitan a la organización conocer qué impacto comunicacional está generando en sus públicos y crear contenidos más acordes a las necesidades de los públicos según sus recomendaciones, para optimizar la comunicación y transformarla en un proceso circular que involucre a todos los sistemas.

En cuanto a los medios digitales estos deben ser mejorados y se debe brindar al público un diseño amigable, que a la vez sea informativo y de utilidad para la investigación, tanto para organizaciones sociales como a la academia. Además es importante crear un espacio para estos en donde exista una constancia de la información publicada.

Es necesario crear un eje de mensajes tanto para el posicionamiento como diferenciación de la organización ante sus públicos, este deberá basarse en

la confianza y el trabajo implantado por el IEE a lo largo de los años.

4. CAPITULO IV: PROPUESTA COMUNICACIONAL

4.1 Plan de Comunicación

Dentro de esta propuesta de comunicación el Instituto de Estudios Ecuatorianos buscará posicionarse a través de la alineación de todas sus estrategias y piezas de comunicación a la línea de mensaje que afiance su trabajo con los pueblos y nacionalidades indígenas, con esta propuesta se quiere, involucrar a todos los públicos y que participen en las actividades resaltando la personalidad e identidad que ya tiene el IEE como un espacio de confianza que se ha establecido a lo largo de los años.

Es importante recalcar que el plan de comunicación responde a las propuestas teóricas establecidas en capítulos anteriores, como lo son la comunicación externa, la imagen y la comunicación corporativa plasmada dentro del marco de la teoría general de los sistemas.

4.1.1 Objetivo General:

Fortalecer, en un 70% en el lapso de un año, la imagen del Instituto de Estudios Ecuatorianos a partir de sus proyectos sociales.

4.1.2 Objetivos Específicos:

- Obtener mayor aceptación y reconocimiento dentro del sistema en el cuál se desenvuelve el IEE
- Fomentar la difusión y la discusión alrededor de las investigaciones, los estudios y los proyectos sociales que el IEE realiza.
- Comunicar sinergias con la razón de ser del IEE, su trayectoria y acciones frente a los distintos ejes de trabajo.

4.1.3 Matriz estratégica:

Tabla 6. Matriz estratégica

Objetivo General	Objetivos específicos	Público	Estrategias
Fortalecer, en un 70% en el lapso de un año, la imagen del Instituto de Estudios Ecuatorianos a partir de sus proyectos sociales.	Obtener mayor aceptación y reconocimiento dentro del sistema en el cuál se desenvuelve el IEE	Pueblos y nacionalidades indígenas de las provincias de Pichincha y Cotopaxi	Crear vínculos entre el IEE y las comunidades a través de medios conocidos e inclusivos, con el fin de darles a conocer la línea de acción y los proyectos sociales que realiza.
			Informar acerca de los proyectos sociales y acciones comunicativas mediante material físico, didáctico y de fácil comprensión.
	Fomentar la difusión y la discusión alrededor de las investigaciones, los estudios y los proyectos sociales que el IEE realiza.	Académicos y Organizaciones sociales	Generar espacios de interacción física y virtual que faciliten su trabajo y sembrar el recuerdo de la organización en los públicos.
			Establecer contacto con los públicos por medios comunicacionales digitales y directos.
	Comunicar sinergias con la razón de ser del IEE, su trayectoria y acciones frente a los distintos ejes de trabajo.	Organizaciones financieristas	Informar de manera eficaz los planes y proyectos a realizar con el fin de obtener mayor financiamiento.

4.1.4 Matriz de acciones

Tabla 7. Matriz de acciones: Objetivo 1/ Estrategia 1

Objetivo 1: Obtener mayor aceptación y reconocimiento dentro del sistema en el cuál se desenvuelve el IEE		
Estrategia	Acciones	Responsable
Crear vínculos entre el IEE y las comunidades a través de medios conocidos e inclusivos, con el fin de darles a conocer la línea de acción y los proyectos sociales que realiza.	Líder de la comunidad: Establecer relaciones cercanas con los líderes comunitarios que ya conocen la organización a través de reuniones con el fin de generar boca a boca por parte de ellos hacia las bases en donde se transmita la línea de acción del IEE, sus proyectos y cómo brindan apoyo a las organizaciones sociales para permitir la inserción de este público a las actividades mediante un referente conocido y confiable para ellos.	Comunicador corporativo
	Presentaciones: Realizar presentaciones en asambleas, cumbres y debates realizados por las organizaciones sociales por parte de un representante del IEE en donde se cuente a los asistentes datos importantes sobre el IEE, su línea de acción, los proyectos que realiza y cómo este aporta y acompaña a las organizaciones sociales para el desarrollo de las comunidades y sus integrantes en temas agrarios, de política pública y desarrollo del campo.	Comunicador corporativo
	Medios comunitarios: Se enviarán a radios comunitarias de la red CORAPE (Coordinadora de Radio Popular Educativa del Ecuador) boletines de prensa que tengan como contenido noticias coyunturales que involucren al IEE y a los pueblos y nacionalidades indígenas pertenecientes a organizaciones de Pichincha y Cotopaxi con el fin de ser reconocidos por los públicos y posicionar la organización. Además se realizará una gestión de relaciones públicas con canales comunitarios como TV MICC en donde los colaboradores del IEE puedan brindar entrevistas, videos institucionales, noticias y material audiovisual acerca de las problemáticas que pueden aquejar a este público y sus soluciones partiendo de las investigaciones realizadas.	Comunicador corporativo
	Video: Crear un video institucional invitando a la comunidad indígena que conozcan más acerca del IEE y exponiendo el trabajo que realiza con la misma. Los videos serán presentados en asambleas, cumbres y debates.	Comunicador corporativo

Tabla 8. Matriz de acciones: Objetivo 1/ Estrategia 2

Objetivo 1: Obtener mayor aceptación y reconocimiento dentro del sistema en el cuál se desenvuelve el IEE		
Estrategia	Acciones	Responsable
Informar acerca de los proyectos sociales y acciones comunicativas mediante material físico, didáctico y de fácil comprensión.	Rotafolios: Se realizarán rotafolios (papelotes impresos que no requieren medios digitales) como material didáctico y de comunicación para las presentaciones que sobre los proyectos del IEE se realicen en asambleas cumbres y debates. No siempre se cuenta con tecnología para realizar las presentaciones por lo tanto de una manera física es más fácil el traslado y la comprensión de los contenidos.	Comunicador corporativo
	Cartillas comunicativas: Se entregarán cartillas en donde se comuniquen de manera sintética, clara y sencilla, con gráficos explicativos datos e información relevante sobre leyes que se estén debatiendo en el momento, proyectos realizados y soluciones a problemáticas, con el fin de mantener informado a los principales afectados de una manera accesible y pedagógica, altamente comunicativa. Las cartillas serán entregadas en las asambleas, cumbres, debates por medio de los líderes comunitarios y además se entregará a las casas comunitarias con el fin de que su distribución esté asegurada. .	Comunicador corporativo
	Periódico mural: Se colocará en las paredes de los locales donde se realicen asambleas, cumbres y debates, el periódico mural será de 2m x 2m, su propósito es que los asistentes puedan informarse sobre los proyectos que realiza el Instituto, las problemáticas rurales y las nuevas leyes, Todo explicado de forma sintética y fácil de entender con gráficos e ilustraciones. Se incluirá una sección de y noticias coyunturales de interés para los asistentes en torno a temas relacionados con el IEE y sus públicos. Al finalizar el evento se realizará un diálogo con los asistentes para conocer su percepción sobre esta herramienta y el impacto que causó. Se producirán periódicos murales cada tres meses para que la información esté actualizada. La sección noticiosa se reemplazará de forma más continua.	Comunicador corporativo
	Carteleras informativas: Se coloca en las distintas casas comunitarias una cartelera informativa del Instituto de Estudios Ecuatorianos con la agenda de los eventos realizados por el IEE con el fin de invitar e integrar al público a los mismos.	Comunicador corporativo

Tabla 9. Matriz de acciones: Objetivo 2/ Estrategia 1

Objetivo 2: Fomentar la difusión y la discusión alrededor de las investigaciones, los estudios y los proyectos sociales que el IEE realiza.		
Estrategia	Acciones	Responsable
Generar espacios de interacción física y virtual que faciliten su trabajo y sembrar el recuerdo de la organización en los públicos.	Biblioteca Virtual: Se realizará una biblioteca virtual dentro de la página web del IEE en donde los públicos podrán acceder a las publicaciones e investigaciones realizadas por el IEE. La entrada será promocionada mediante las páginas de Facebook y Twitter con publicaciones atractivas y links directos que inviten a los usuarios a ingresar a la biblioteca virtual.	Comunicador corporativo y diseñador web.
	Biblioteca Física: Se colocará una estantería de libros dentro de las instalaciones del IEE en donde los públicos podrán alquilar las publicaciones físicas e investigaciones realizadas por el IEE por el plazo de una semana. Quienes alquilen los libros deberán dejar como garantía una identificación.	Comunicador corporativo y diseñador web.
	Debates: Realizar debates de los distintos proyectos realizados por el IEE en donde académicos y dirigentes indígenas puedan dialogar acerca de las problemáticas y brindar soluciones siguiendo la línea temática del proyecto a debatir, para generar propuestas y aportar al trabajo investigativo.	Comunicador corporativo.
	Talleres: Realizar talleres por parte de los investigadores del Instituto de Estudios Ecuatorianos en los cuáles, académicos y dirigentes puedan asistir para enterarse acerca de los proyectos e investigaciones que realiza el IEE y que aporten a la resolución de problemáticas y al estudio de la academia en temas agrarios, política pública, desarrollo local y campesino, entre otros.	Comunicador corporativo.
	Tríptico: Entregar a académicos y dirigentes trípticos informativos en los cuales puedan conocer más sobre el IEE, el apoyo que brinda a las comunidades, los proyectos que realiza y sus ejes de trabajo.	Comunicador corporativo
	Base de datos: Realizar una base de datos de todos los documentos académicos y de investigación que hayan sido realizados y publicados por el IEE, con el fin de generar una constancia del material realizado y disponible para la biblioteca.	Comunicador corporativo

Tabla 10. Matriz de acciones: Objetivo 2/ Estrategia 2

Objetivo 2: Fomentar la difusión y la discusión alrededor de las investigaciones, los estudios y los proyectos sociales que el IEE realiza.		
Estrategia	Acciones	Responsable
Establecer contacto con los públicos por medios comunicacionales digitales y directos.	Foro Virtual: Realizar un foro virtual dentro de la página web en donde académicos y organizaciones sociales podrán generar un espacio de diálogo para la mejora y solución de problemáticas y necesidades de las comunidades indígenas mediante proyectos sociales realizados. Esto quiere decir que cada discusión que se ponga en práctica corresponderá a uno de los proyectos sociales que esté realizando el IEE en ese momento.	Comunicador corporativo y diseñador web.
	Periscope: Se realizará una cobertura en vivo de los eventos realizados por el IEE como mesas de coyuntura, debates y foros que se transmitirán por <i>streaming</i> en las distintas redes sociales y la página web, con el fin de difundir las acciones que realiza el IEE y más académicos y dirigentes quieran sumarse a este tipo de eventos.	Comunicador corporativo y diseñador web.
	Boletín digital: Mejorar el sistema de mailing utilizado por la organización y enviar un boletín digital mensual con los próximos eventos a realizar y noticias relevantes que sean de utilidad para estos públicos.	Comunicador corporativo
	Llamadas telefónicas: Realizar llamadas telefónicas personales tanto a los dirigentes de las organizaciones como a los académicos, con el fin de informar acerca de próximos eventos realizados por el instituto y confirmar su asistencia.	Comunicador corporativo
	Alianzas con universidades: Se realizará alianzas estratégicas con universidades como la UDLA, FLACSO y Simón Bolívar, con el fin de que asistan a mesas de coyuntura y debate los estudiantes de las carreras de Ciencias Políticas, Derecho, Comunicación y afines.	Comunicador corporativo y directora del IEE

Tabla 11. Matriz de acciones: Objetivo 2/ Estrategia 2

Objetivo 2: Fomentar la difusión y la discusión alrededor de las investigaciones, los estudios y los proyectos sociales que el IEE realiza.		
Estrategia	Acciones	Responsable
Establecer contacto con los públicos por medios comunicacionales digitales y directos.	Twitter: Crear una página de Twitter de la organización en donde se publiquen coberturas en vivo de los distintos eventos realizados por el IEE o a su vez a los cuales este asista y vincularla con la del OCARU, el cual ya está creado, mediante menciones, links, imágenes y videos.	Comunicador corporativo y diseñador web
	Canal de YouTube: Crear un canal de YouTube de la Organización en donde se publiquen los videos realizados por la misma para dar a conocer la organización y sus proyectos. Es necesario vincular el canal con el del OCARU el cual ya existe y está posicionado, mediante links, menciones, likes y suscripciones.	Comunicador corporativo
	Página web: Mejorar la página web del IEE vinculándola más con la página del OCARU y hacerla más dinámica e interactiva, mediante videos, fotos, reportajes, noticias con el fin de atraer a una mayor cantidad de participantes académicos y dirigentes de organizaciones sociales a mesas de coyuntura, debates y demás a través de publicaciones en la página web con contenidos interactivos. Además agregar un foro y biblioteca virtual.	Diseñador web
	Facebook: Crear una página de Facebook de la organización en donde se publiquen imágenes, fotos, videos, noticias y demás, vinculándola con la del OCARU, que ya existe, mediante menciones, links, likes entre otros.	Comunicador corporativo
	Afiche: Colocar afiches en puntos estratégicos que sean concurridos por este público, como lo son universidades, cafeterías e institutos.	Comunicador corporativo

Tabla 12. Matriz de acciones: Objetivo 3/ Estrategia 1

Objetivo 3: Comunicar sinergias con la razón de ser del IEE, su trayectoria y acciones frente a los distintos ejes de trabajo.		
Estrategia	Acciones	Responsable
Comunicar de manera eficaz los planes y proyectos a realizar con el fin de obtener mayor financiamiento.	Reuniones: Invitar a organizaciones financieras potenciales a reuniones dentro de las instalaciones del IEE en donde se informe y explique acerca de los proyectos con el fin de darlos a conocer y obtener un mayor financiamiento.	Comunicador corporativo
	Invitaciones digitales: Enviar invitaciones a las organizaciones financieras y posibles financieras de los proyectos a las distintas asambleas, cumbres, mesas de coyuntura y demás con el fin de que conozcan de cerca el trabajo que realiza el IEE y quieran apoyarlo.	Comunicador corporativo
	Boletín digital: Mejorar el sistema de <i>mailing</i> utilizado por la organización y enviar un boletín digital mensual con los proyectos sociales que se vayan a realizar con el fin de un posible financiamiento y noticias relevantes que sean de utilidad para estos públicos.	Comunicador corporativo

4.1.6 Presupuesto

Tabla 14. Presupuesto

Acciones	Unidad de medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Financiamiento	Observaciones
Líder de la comunidad	# de reuniones	12	0,00	0,00	Ninguno	Las reuniones se realizarán en la sede del IEE por lo tanto no tienen costo alguno.
Presentaciones	# de presentaciones	4	0,00	0,00	Ninguno	El comunicador corporativo realizará las presentaciones por lo tanto el costo se incluye dentro de su salario mensual.
Medios comunitarios	# de transmisiones	24	0,00	0,00	Free press	
Video	# de videos	1	0,00	0,00		El video lo realizará el equipo de comunicación, por lo tanto este costo estaría dentro del presupuesto destinado a su salario.
Rotafolios	# de rotafolios	4	100,00	400,00	Autofinanciamiento	
Cartillas comunicativas	# cartillas comunicativas	10000	0,12	1200,00	Autofinanciamiento	
Periódico mural	# periódicos murales	4	150,00	600,00	Fundación Rosa Luxemburg	
Cartelera informativa	# cartelera informativa	12	20,00	240,00	Autofinanciamiento	
Biblioteca Virtual	# meses de sueldo de diseñador web	4	0,00	0,00	Ninguno- Manejo digital	Incluye en sueldo de diseñador
Biblioteca Física	# meses de sueldo de diseñador web	4	0,00	0,00	Ninguno	Incluye en sueldo de diseñador
Debates	# de debates	5	0,00	0,00	Ninguno	
Talleres	# de talleres	4	0,00	0,00	Ninguno	
Tríptico	# de trípticos	10000	0,12	1200,00	Fundación Rosa Luxemburg	

Tabla 15 . Presupuesto

Acciones	Unidad de medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Financiamiento	Observaciones
Base de datos	# de base de datos	1	0,00	0,00	Ninguno	
Foro Virtual	# de foros realizados	1	0,00	0,00	Ninguno- Manejo digital	
Periscope	# de cuentas creadas	1	0,00	0,00	Ninguno- Manejo digital	
Boletín digital	# de boletines diseñados	12	0,00	0,00	Ninguno	
Llamadas telefónicas	Cuenta mensual de teléfono	12	40,00	480,00	Autofinanciamiento	Se pagará la cuenta mensual de teléfono según su uso, este valor es un aproximado.
Alianzas con universidades	# de alianzas con universidades	7	0,00	0,00	Ninguno	Se realizará alianzas con las principales universidades de Quito y Latacunga
Twitter	# de meses de publicidad	12	100,00	1200,00	Fundación Rosa Luxemburg	Pautaje en redes sociales por 1 año
Canal de YouTube	# de canales de YouTube	1	0,00	0,00	Ninguno- Manejo digital	
Página web	# meses de sueldo de diseñador web	4	0,00	0,00	Ninguno- Manejo digital	El costo del diseño de la página web está incluido en el presupuesto destinado al salario del diseñador.
Facebook	# de meses de publicidad	12	100,00	1200,00	Fundación Rosa Luxemburg	Pautaje en redes sociales por 1 año
Afiche	# de afiches	6	2,00	18,00	Autofinanciamiento	
Reuniones	# de reuniones	4	0,00	0,00	Ninguno	
Invitaciones digitales	# de invitaciones	4	0,00	0,00	Ninguno	
Boletín digital	# de boletines diseñados	12	0,00	0,00	Ninguno	
Diseñador Web	# meses de sueldo de diseñador web	4	400	1600	Autofinanciamiento	
Comunicador corporativo	# meses de sueldo de comunicador corporativo	12	400	4800	Autofinanciamiento	

Tabla 16. Presupuesto Total

Subtotal	12.938,00
10% de imprevistos	1293,00
14% de IVA	1811,32
TOTAL	16.042,32

4.1.4 Matriz de evaluación

Tabla 17. Matriz de evaluación

Objetivo Específico	Tipo de objetivo	Nivel de Evaluación	Acciones	Instrumento	Indicador
Obtener mayor aceptación y reconocimiento dentro del sistema en el cuál se desenvuelve el IEE	Informativo	Bajo	Líder de la comunidad	Auditoría	Nivel aceptación y reconocimiento obtenido
			Presentaciones	Conteo	#de presentaciones programadas/ # de presentaciones realizadas
			Medios comunitarios	Conteo	# de boletines enviados/ # de noticias transmitidas
			Video	Conteo	# de visualizaciones
			Rotafolios	Auditoría	Nivel de aceptación en los públicos
			Cartillas comunicativas	Conteo	# de cartillas realizadas/ # de cartillas entregadas
			Periódico mural	Auditoría	Diálogo para conocer el impacto obtenido
			Carteleras informativas	Conteo	# de casas comunitarias/ # de carteleras colocadas
Fomentar la difusión y la discusión alrededor de las investigaciones, los estudios y los proyectos sociales que el IEE realiza.	Motivacional	Intermedio	Biblioteca Virtual	Conteo	# de publicaciones disponibles/# de descargas realizadas
			Biblioteca Física	Conteo	# de publicaciones disponibles/ # de libros alquilados
			Debates	Conteo	# de personas convocadas/ # de personas que asisten
			Talleres	Conteo	# de personas convocadas/ # de personas que asisten
			Tríptico	Conteo	# de trípticos realizados/ # de trípticos entregados
			Base de datos	Conteo	# de publicaciones registradas/ # de publicaciones reales
			Foro Virtual	Impacto en redes	Número de participantes activos
			Periscope	Impacto en redes	Número de seguidores / Tiempo de creación de la cuenta
			Boletín digital	Auditoría	Nivel de aceptación en los públicos
			Llamadas telefónicas	Conteo	# de llamadas de confirmación realizadas/ # de asistentes en eventos
			Alianzas con universidades	Conteo	# de universidades en Quito y Latacunga/ # de universidades aliadas
			Twitter	Impacto en redes	Número de seguidores / Tiempo de creación de la cuenta
			Canal de YouTube	Impacto en redes	Número de seguidores / Tiempo de creación de la cuenta
			Página web	Impacto en redes	# de visitas registradas
Facebook	Impacto en redes	Número de seguidores / Tiempo de creación de la cuenta			
Afiche	Conteo	# Afiches realizados/ # afiches colocados			
Comunicar sinergias con la razón de ser del IEE, su trayectoria y acciones frente a los distintos ejes de trabajo.	Informativo-motivacional	Intermedio	Reuniones	Conteo	# de reuniones programadas/ # reuniones realizadas
			Invitaciones	Conteo	# de invitaciones enviadas/ # de organizaciones asistentes
			Boletín digital	Auditoría	Nivel de aceptación en los públicos

4.1.5 Guía para productos comunicacionales

Ley de aguas

1

¿Cómo nos afecta?


Ley de aguas

2

Figura 6. Rotafolio páginas 1 y 2.

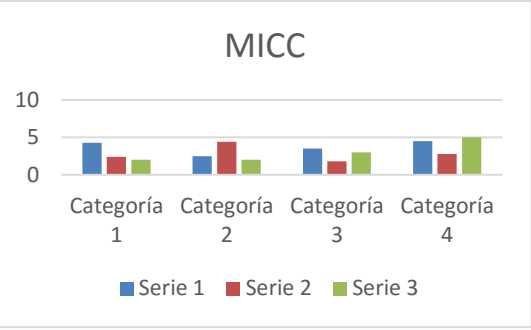
Portada

Procesos organizativos en el movimiento indígena y campesino de Cotopaxi (MICC)



Página 1

MICC



Categoría	Serie 1	Serie 2	Serie 3
1	4	2	2
2	2	4	2
3	3	1	2
4	4	2	4

Figura 7. Cartilla comunicativa portada y página 1.

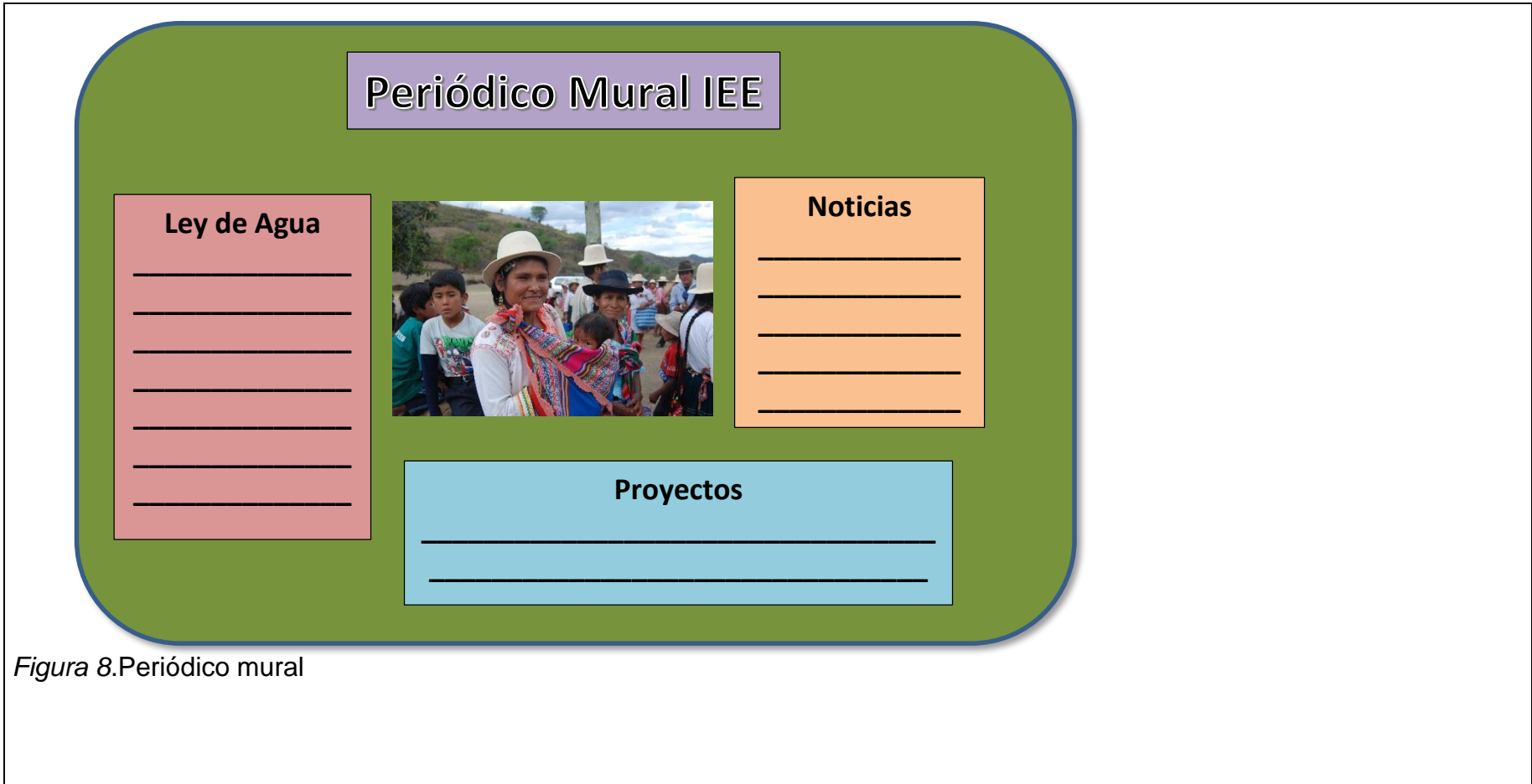


Figura 8.Periódico mural

4.1.6 Artes

Ejes de Trabajo

- Estudios Rurales
- Género
- Movimientos sociales Movimiento de Unidad Plurinacional PACHAKUTIK
- Desarrollo local y medio ambiente
- Política pública

Auspiciantes

- Fundación Rosa Luxemburg
- sensación RADIO 800 AM está con nosotros, está todo el tiempo

Siguenos

- Instituto de Estudios Ecuatorianos
- @IEE

30 Años

Apoyando a los pueblos y nacionalidades indígenas del Ecuador

www.iee.org.ec

Figura 9. Tríptico: tiro



¿Quiénes somos?

El Instituto de Estudios Ecuatorianos (IEE) es una organización, no gubernamental, que lleva 30 años en el país realizando investigación, tanto académica como de campo en sus distintos ejes de trabajo, con el fin de brindar apoyo a los pueblos y nacionalidades indígenas a través de organizaciones sociales.

¿Cómo apoyamos?

- Acompañamiento a organizaciones sociales.
- Generación de debate para políticas públicas.
- Comunicación de problemáticas para su resolución.
- Investigación de temas de interés sobre los pueblos y nacionalidades indígenas.
- Apoyo al desarrollo de diversos sectores del país.
- Asistencia técnica en desarrollo local, movimientos sociales culturales, género y ambiente.

Proyectos sociales

- Diagnóstico sobre la ruralidad en Quito
- Campeños en zonas de agro industria
- Memoria social y cultural en Quito: Ruralidad y Comunas
- Observatorio del Cambio Rural (OCARU)
- ¿A quién le Importan los Guayacanes?
- Análisis de la organización social y de la conflictividad en riego, como parte del Plan de Riego y Drenaje de la Provincia de Pichincha.
- Agroindustria, élites y modelo de acumulación

Figura 10. Tríptico: retiro



IE INSTITUTO DE ESTUDIOS ECUATORIANOS

DEBATE

LEY DE AGUAS
LEY DE RECURSOS HÍDRICOS Y APROVECHAMIENTO DEL AGUA

30 AÑOS APOYANDO A LOS PUEBLOS Y NACIONALIDADES INDÍGENAS DEL ECUADOR

¡PARTICIPA! ESTE 21 Y 22 DE JULIO 2016

**DEL DEBATE REALIZADO POR EL INSTITUTO DE ESTUDIOS ECUATORIANOS
SOBRE LA LEY DE AGUAS DEL ECUADOR
TU APORTE ES MUY IMPORTANTE.**

**HORA: 18H00
LUGAR: FLACSO**

**f INSTITUTO DE ESTUDIOS ECUATORIANOS
@IEE**

PANELES TEMÁTICOS
- LA LEY DE AGUAS Y LOS PEQUEÑOS AGRICULTORES
- LA LEY DE AGUAS Y LOS MODELOS DE DESARROLLO
- LA LEY DE AGUAS Y LAS ZONAS RURALES

Figura 11. Afiche

BOLETÍN INFORMATIVO



**INSTITUTO
DE ESTUDIOS
ECUATORIANOS**

Noticias

Carlos Pérez Guartambel fue reelecto como presidente de la ECUARUNARI: el pasado 16 de mayo de 2016 se realizó el V Congreso de la Confederación Kichwa del Ecuador ECUARUNARI, en el cual el IEE participó como equipo de comunicación. El presidente electo aseguró que seguirá luchando por la educación, la salud ancestral y la unión de los pueblos y nacionalidades indígenas.



Agenda

- Debate sobre Ley de Aguas (21 y 22 de julio)
- Conversatorio sobre soberanía alimentaria (3 de agosto)



Destacado

Nuevo libro en biblioteca virtual:
"De la lucha por la tierra a la modernización conservadora" de Stalin Herrera

30 años
apoyando a los
pueblos y
nacionalidades
indígenas del Ecuador

Figura 12. Boletín digital

30 años apoyando a los pueblos y nacionalidades indígenas del Ecuador

INSTITUTO DE ESTUDIOS ECUATORIANOS

Cartelera Informativa

Agenda IEE

Julio 2016

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12 Congreso CONAIE	13	14	15	16	17
18	19	20	21 Debate Ley de Aguas	22 Debate Ley de Aguas	23	24
25	26	27	28	29 Cumbre agraria	30	31

calendario.net

Figura 13. Cartelera

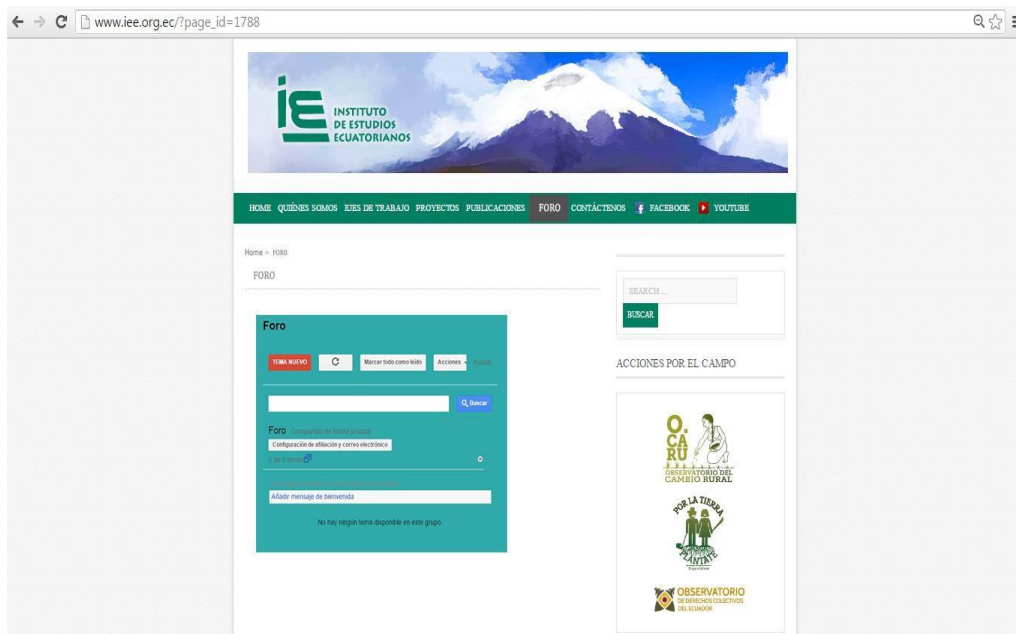


Figura 14. Foro Virtual

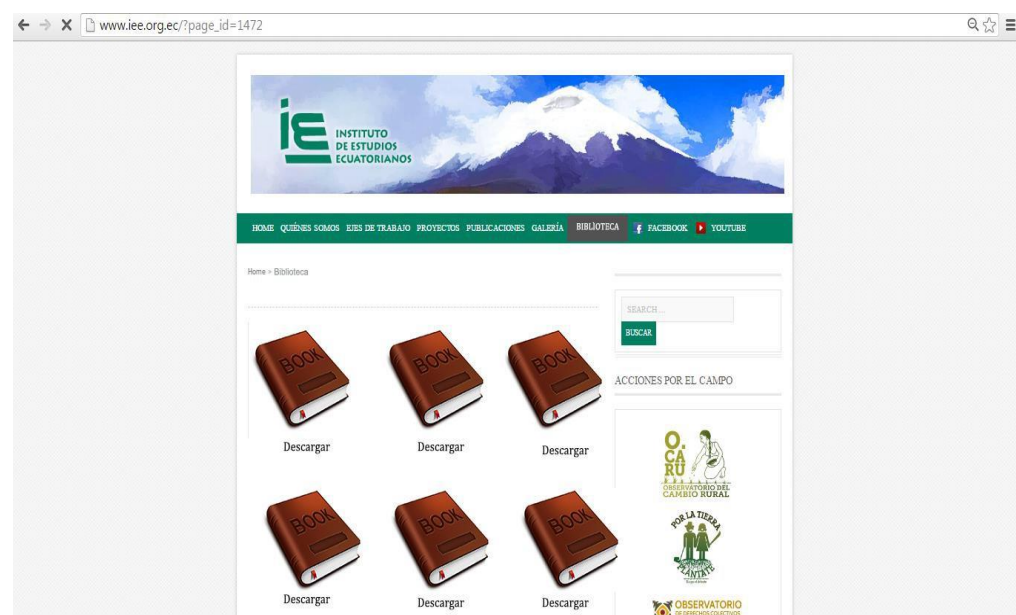


Figura 15. Biblioteca virtual



Figura 16. Facebook



Figura 17. Twitter

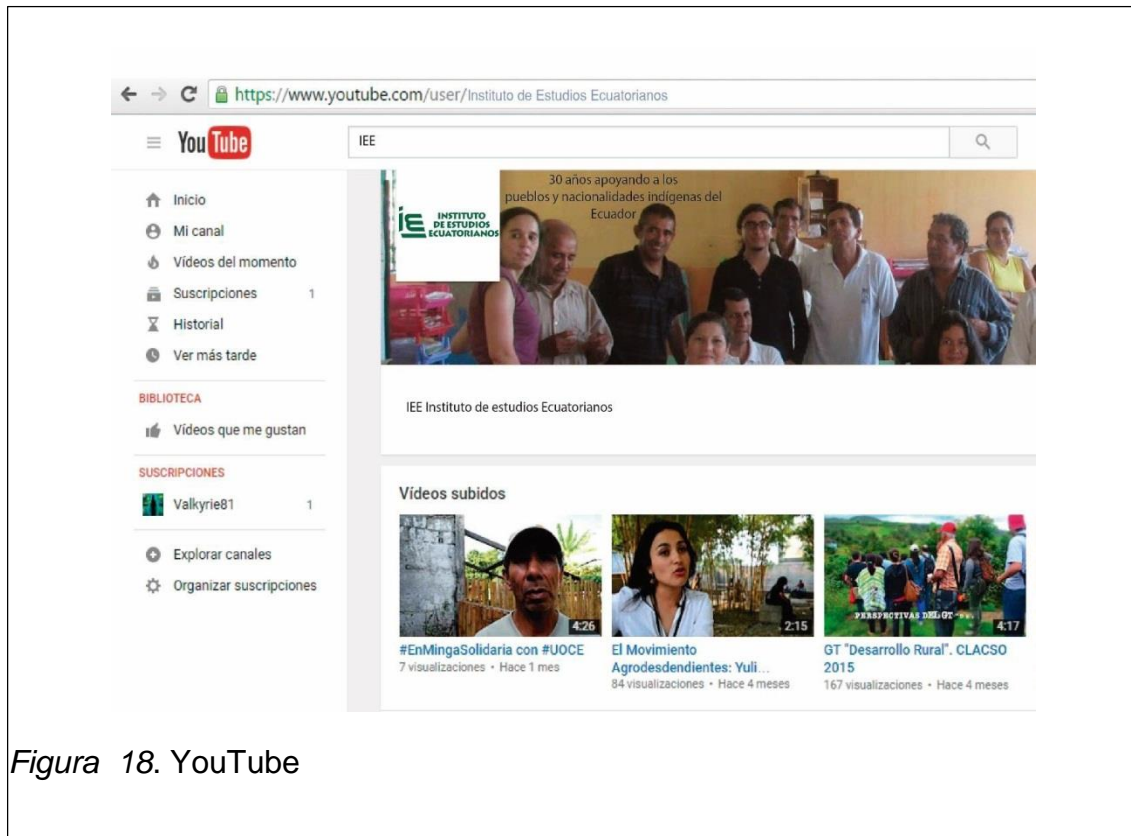


Figura 18. YouTube

REFERENCIAS

- Álvarez Gonzáles, L. I., & Sanzo Pérez, M. J. (2009). Imagen y arraigo de las fundaciones en la sociedad actual. Problemáticas y oportunidades de futuro para el sector. . *Ciriec-España*, 169-189.
- Capriotti, P. (1999). *Planificación estratégica de la imagen corporativa*. Barcelona: Ariel, S.A.
- Capriotti, P. (2007). El concepto de relación como fundamento de la naturaleza de los públicos en Relaciones Públicas. *Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, 65-80.
- Castro, B. (2007). *El Auge de la Comunicación Corporativa* . Sevilla.
- Cobián, C. (2016). *WordPress*. Recuperado el 20 de Marzo de 2016, de Psicólogos en Madrid eu: <http://psicologosenmadrid.eu/teoria-general-de-sistemas-de-von-bertalanffy/>
- Costa, J. (2003). El Paradigma del siglo XXI. *Razón y Palabra*.
- Costa, J. (2006). *Imagen Corporativa en el siglo XXI*. Buenos Aires: La Crujia.
- ECUARUNARI. (2016). *Confederación de Pueblos de la Nacionalidad Kichwa del Ecuador* . Obtenido de <http://www.llacta.org/organiz/ecuarunari/>
- García, M. R. (2011). PENSAMIENTO SISTÉMICO Y COMUNICACIÓN. *Razón y Palabra*, 1-13.
- GONZÁLEZ, M. I. (2006). TEORÍA SITUACIONAL DE LOS PÚBLICOS: LAS NUEVAS APORTACIONES DESDE LA DÉCADA DE LOS NOVENTA. *COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD*, 133-162.
- Hurtado, J. (1998). *Metodología de la investigación holística*. Caracas: Fundación SYPAL.
- ICCI. (1999). *Instituto Científico de Culturas Indígenas*. Obtenido de <http://icci.nativeweb.org/boletin/nov99/editorial.html>
- IEE. (2012). *Instituto de Estudios Ecuatorianos* . Obtenido de <http://www.iee.org.ec/>
- INEC. (2016). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Obtenido de <http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction>
- Lara, M. B. (2008). El reto de la comunicación en el tercer sector no lucrativo.

- Larrea, C., Montenegro, F., Greene, N., & Cevallos, M. B. (2007). *PUEBLOS INDÍGENAS, DESARROLLO HUMANO Y DISCRIMINACIÓN EN EL ECUADOR*. Quito: ABYA-YALA.
- Manucci, M. (2008). *Impacto Corporativo*. Buenos Aires: DIRCOM.
- Obtenido de <http://www.netquest.com/es/panel/calculadora-muestras/calculadoras-estadisticas.html>
- Pérez, R. C. (2010). Identidad e imagen corporativas: *Teoría y Praxis*, 9-34.
- Portillo, R. (2012). LA COMUNICACIÓN EXTERNA EN UNIVERSIDADES PRIVADAS CON. *Razón y palabra*, 1-23.
- Revista Española del tercer sector*, 17-37.
- Riel, C. B. (1997). *Comunicación Corporativa*. Madrid: Prentice Hall .
- Rizo, M. (2004). El Camino Hacia la “Nueva Comunicación”. Breve Apunte Sobre las Aportaciones de la Escuela de Palo Alto. *Razón y Palabra*.
- Rodríguez, V. (2008). *Comunicación Corporativa Un derecho y un Deber* . Santiago: RIL editores.
- Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de Investigación* . Mexico D.F: MC Graw Hill.
- Serrano, M. M., Piñuel Raigada, J. L., Gracia Sanz, J., & Arias Fernández, M. A. (1982). *Teoría de la Comunicación. Epistemología y análisis de la referencia*. Madrid: Gráficas Valencia, S.A.
- SOLUCIONES NETQUEST DE INVESTIGACIÓN S.L. (2015). *NETQUEST*.
- Villafañe, J. (1993). *Imagen Positiva*. Madrid: Pirámide.
- Villalobos, J., Ulloa, C., & Apolo, D. (2015). Aproximación conceptual a la comunicación corporativa: retos y propuestas. *Austral Comunicación*, 287-301.
- Watzlawick, P., Beavin, J., Jackson, D. (1991). *Teoría de la comunicación humana*. Barcelona: Herder

ANEXOS

Anexos 1. Modelo de Entrevista a Organizaciones financieras



Estimada entrevistada el propósito de esta entrevista es conocer el grado de aceptación que tiene el Instituto de Estudios Ecuatorianos entre sus públicos de interés, toda la información brindada será utilizada para fines estrictamente académicos. ¿Estaría de acuerdo que se utilice su nombre dentro de la tesis o prefiere la confidencialidad de sus datos?

¡Gracias por su Colaboración!

Nombre:

Edad:

Organización a la que pertenece:

Cargo:

Imagen

¿Conoce el Instituto de Estudios Ecuatorianos, que conoce de él?

¿Cuáles son los proyectos del IEE que conoce? ¿De qué tratan?

¿Por qué razón aporta económicamente para la realización de los proyectos sociales del IEE?

¿Su organización aporta económicamente a organizaciones similares al IEE?

¿Cuáles? ¿Por qué?

¿Qué aspectos considera usted que hacen único al IEE como organización? ¿Por qué?

¿Alguna vez ha tenido algún tipo de conflicto con el IEE en la realización de sus proyectos? ¿Cómo lo ha solucionado?

¿Cuándo se habla del IEE usted lo relaciona con qué tipo de atributos y/o beneficios?

¿Qué percepción tiene usted de los proyectos sociales que realiza el IEE dentro de las comunidades, organizaciones, academia...?

Usted relaciona al IEE con alguno/s de estos atributos: (Responsabilidad, Diseño, Confianza, Solidaridad, Investigación). Mencione cuál y explique el por qué.

¿Cuándo piensa en una organización que realiza proyectos sociales cuál es la primera que viene a su mente y por qué?

Análisis situacional:

¿Cuál considera usted que es la mayor fortaleza del IEE?

¿Cuál considera usted la mayor debilidad del IEE?

Comunicación externa:

¿Por qué medios interacciona su organización con el Instituto de Estudios Ecuatorianos?

¿Considera que estos medios son efectivos y generan el impacto deseado y por qué?

¿Qué medios considera más efectivos para conocer los proyectos sociales que realiza el IEE?

¿Qué recomendaciones o sugerencias podría brindarle al IEE para la mejora de la comunicación con su organización?

Modelo de Entrevista a Organizaciones sociales



Estimado entrevistado el propósito de esta entrevista es conocer el grado de aceptación que tiene el Instituto de Estudios Ecuatorianos entre sus públicos, toda la información brindada será utilizada para fines estrictamente académicos.

¿Estaría de acuerdo que su nombre esté en la tesis o preferiría que sus datos sean confidenciales?

¡Gracias por su Colaboración!

Nombre:

Edad:

Organización a la que pertenece:

Cargo:

Imagen:

¿Conoce el Instituto de Estudios Ecuatorianos, qué conoce de él?

¿Cuáles son los proyectos sociales del IEE que conoce? ¿De qué tratan?

¿Quiénes se benefician de los proyectos del IEE?

¿Su organización se beneficia de proyectos sociales que realiza alguna organización similar al IEE? ¿Cuáles? ¿Por qué?

¿Qué aspectos considera usted que hacen único al IEE como organización?

¿Alguna vez ha tenido algún tipo de conflicto con el IEE o la realización de sus proyectos? ¿Cómo lo ha solucionado?

¿Cuándo se habla del IEE usted lo relaciona con qué tipo de atributos y/o beneficios?

¿Qué percepción tiene usted de los proyectos sociales que realiza el IEE en

la comunidad?

Usted relaciona al IEE con alguno/s de estos atributos: (Responsabilidad, Diseño, Confianza, Solidaridad, Investigación). Mencione cuál y explique el por qué.

¿Cuándo piensa en una organización que realiza proyectos sociales cuál es la primera que viene a su mente y por qué?

Análisis situacional:

¿Cuál considera usted que es la mayor fortaleza del IEE?

¿Cuál considera usted la mayor debilidad del IEE?

¿Cómo las decisiones y acciones de los movimientos indígenas afectan al IEE?

Comunicación externa:

¿Por qué medios de comunicación interacciona su organización con el Instituto de Estudios Ecuatorianos?

¿Considera que estos medios son efectivos y generan el impacto deseado y por qué?

¿Cuál es el mejor medio para llegar a la comunidad indígena a través de los proyectos sociales y ser reconocidos por la misma?

¿Cuál cree usted que es el mayor obstáculo que tiene el IEE en cuanto a su comunicación?

¿Qué medios considera más efectivos para conocer los proyectos sociales que realiza el IEE?

¿Qué recomendaciones o sugerencias podría brindarle al IEE para la mejora de la comunicación con su organización?

¿Qué herramientas comunicacionales son las más utilizadas en la organización que usted lidera? ¿Por qué estas y no otras?

Modelo de entrevista a colaboradores



Directora

Estimada entrevistada el propósito de esta entrevista es conocer cómo afecta el entorno actual que se vive en el Ecuador al Instituto de Estudios Ecuatorianos toda la información brindada será utilizada para fines estrictamente académicos.

¿Estaría de acuerdo a que su nombre aparezca en la tesis o prefiere que se guarde confidencialidad?

¡Gracias por su Colaboración!

Nombre:

Edad:

Organización a la que pertenece:

Cargo:

Imagen

¿Cómo considera que es la imagen del IEE en la mente de sus públicos?

¿Considera que el IEE está bien posicionado entre sus públicos? ¿Por qué?

¿De qué forma considera que es proyectada la imagen del IEE?

¿Qué cree usted que le hace falta al IEE para mejorar su imagen?

Político-legal

¿De qué forma el gobierno actual ha apoyado o impedido el desarrollo del IEE?

¿Con qué organismos trabaja conjuntamente el IEE y porque?

¿Qué leyes respaldan al IEE como ONG?

¿Qué leyes afectan a las actividades que realiza IEE para las comunidades?

Económico

- ¿Cómo se sustenta el IEE económicamente para realizar sus proyectos?
- ¿De qué forma el IEE podría llegar a más organizaciones que financien sus proyectos sociales?
- ¿Qué porcentaje del presupuesto anual del IEE es destinado para comunicación? ¿Es suficiente?

Social- Cultural

- ¿Cuáles son los principales aportes que realiza el IEE para el desarrollo de las organizaciones con las que trabaja?
- ¿Cómo se relaciona el IEE con sus públicos? (comunidades, organizaciones, otras ONG, donantes, etc.)
- ¿Cómo maneja el IEE la diversidad cultural con la que trabajan?

Tecnología:

- ¿Cómo la tecnología influye al IEE y la relación con los públicos?
 - ¿Cree que el IEE aprovecha al máximo las herramientas tecnológicas? ¿Por qué? ¿Cuáles utilizan?
- Fortalezas- Debilidades:
- ¿Cuál considera la principal fortaleza del IEE?
 - ¿Cuál considera la mayor debilidad del IEE?

Oportunidades- amenazas:

- ¿Cuál considera la mayor oportunidad del IEE actualmente?
- ¿De qué manera podría crecer el IEE?
- ¿Cuál considera la mayor amenaza que enfrenta el IEE?
- ¿Qué le diferencia al IEE de los demás institutos de investigación?

Comunicadora

Estimada entrevistada el propósito de esta entrevista es conocer cómo se maneja la comunicación externa del Instituto de Estudios Ecuatorianos y cuál es su imagen a partir de sus proyectos sociales, toda la información brindada será utilizada para fines estrictamente académicos. ¿Estaría de acuerdo a que su nombre aparezca en la tesis o prefiere que se guarde confidencialidad?

¡Gracias por su Colaboración!

Nombre:

Edad:

Organización a la que pertenece:

Cargo:

Imagen:

¿Qué actividades debe cumplir la comunicadora del IEE para la construcción de imagen?

¿Cómo las acciones comunicacionales utilizadas actualmente permiten la construcción de la imagen y posicionamiento del IEE en sus públicos?

¿Cómo busca el IEE posicionarse en el mercado?

¿Existe un factor diferenciador que posea la organización?

¿Cuáles son sus proyectos emblemáticos?

Manejo de la comunicación:

¿Existe planificación en cuanto a la comunicación externa de sus proyectos sociales?

¿Cuáles son los objetivos de comunicación?

¿Cuáles son los objetivos de la organización?

¿Qué considera que hace falta para mejorar la comunicación externa?

Gestión de la información:

¿De qué forma se envían los mensajes? (medio, eje temático, tiempo, destinatario y objetivo)

¿Qué tipo de contenidos se manejan en los mensajes?

¿Cómo la información enviada permite obtener la imagen deseada?

Proceso de Comunicación:

¿Existe un proceso para comunicarse con sus públicos de interés?

¿Qué canales utiliza el IEE para comunicarse con sus públicos de interés?

¿Con qué herramientas cuenta el IEE?

¿Existe algún tipo de retroalimentación con los públicos? ¿Cuál? ¿Por qué medios? ¿Cómo se evalúa?

¿Existen indicadores que permitan evidenciar el posicionamiento y la imagen actual del IEE?

¿Qué busca comunicar el IEE hacia sus públicos de interés?

Proyecto OCARU:

¿De qué trata el proyecto OCARU?

¿Qué tipo de contenidos y mensajes se manejan en este proyecto?

¿Qué herramientas comunicacionales se utilizan para este proyecto?

¿Funcionan? ¿Por qué?

¿A qué públicos está dirigido este proyecto? ¿Por qué?

¿Considera que el proyecto OCARU es más reconocido por los públicos que el IEE? ¿Por qué?

¿Qué diferencia existe entre la imagen que proyecta el OCARU y la que proyecta el IEE?

¿Qué desea comunicar el OCARU y qué desea comunicar el IEE?

Modelo de entrevista a académico



Estimado entrevistado el propósito de esta entrevista es conocer cómo se maneja la comunicación externa del Instituto de Estudios Ecuatorianos y cuál es su imagen a partir de sus proyectos sociales, toda la información brindada será utilizada para fines estrictamente académicos. ¿Estaría de acuerdo a que su nombre aparezca en la tesis o prefiere que se guarde confidencialidad?

¡Gracias por su Colaboración!

Nombre:

Edad:

Institución educativa a la que pertenece

Cargo:

Imagen:

¿Conoce el Instituto de Estudios Ecuatorianos, que conoce de él?

¿Qué imagen tiene del IEE y los proyectos sociales que realiza?

¿Cómo el IEE beneficia al trabajo que realizan los académicos?

¿De qué manera la academia aporta a los proyectos que realiza el IEE?

Comunicación externa:

¿Cuál considera usted que es la mejor manera de llegar a más académicos y se sumen a los eventos del IEE?

¿Por qué medios es más fácil contactar a los actores de la academia?

¿Qué recomendaciones brindaría al IEE para la mejora de su imagen y comunicación?

Modelo de encuesta a comunidades indígenas



Buenos días/ tardes, estimado/a el siguiente cuestionario es para conocer el nivel de aceptación del Instituto de Estudios Ecuatorianos por parte de la comunidad. Todas las respuestas vertidas en el cuestionario son de uso académico y se utilizará únicamente para este fin. DURACIÓN: 1 minuto y 30 segundos aproximadamente.

¡Gracias por su colaboración!

1. ¿Conoce el Instituto de estudios Ecuatorianos (IEE)?(Si su respuesta es NO pase a la pregunta 6)	SI		
	NO		
2. ¿De estas frases cuál define mejor al Instituto de Estudios Ecuatorianos?	ONG que promueve el desarrollo comunitario y políticas públicas mediante proyectos sociales.		
	ONG que realiza proyectos sociales.		
	Conozco poco de esta organización		
3. ¿Cuáles de estos proyectos que el IEE ejecuta conoce? (Puede escoger más de una respuesta)	Diagnóstico sobre la ruralidad en el Distrito Metropolitano de Quito		
	Memoria social y cultural en el Distrito Metropolitano de Quito: Ruralidad y Comunas		
	Campesinos en zonas de agro industria		
	Observatorio del Cambio Rural (OCARU)		

	¿A quién le importan los Guayacanes? Acumulación, gobierno y conflictos en el campo.	
	Análisis de la organización social y de la conflictividad en riego, como parte del Plan de	

	Riego y Drenaje de I a Provincia de Pichincha		
	Agroindustria, élites y modelo de acumulación.		
	No conozco ninguno (Si marco esta respuesta pase a I a		
4. Califique del 1 al 5, donde 5 es Muy Bueno y 1 es Muy Malo, la gestión comunicacional que realiza el IEE en cuanto a sus proyectos sociales.	5 Muy Bueno		
	4 Bueno		
	3 Regular		
	2 Malo		
	1 Muy Malo		
5. ¿Por qué medio se enteró de los proyectos sociales que realiza el IEE?	Redes sociales		
	Asambleas, cumbres, debates, etc.		
	Boca a Boca		
	Líder de la comunidad		
	Correo electrónico		
	Página Web		
	Otro _____		
6. Califique del 1 al 3 qué tan interesado estaría en conocer y participar en los proyectos sociales que realiza el IEE. (Donde 5 es Muy interesado y 1 es Poco interesado)	3 Muy interesado		
	2 Interesado		
	1 Poco interesado (Si marcó esta respuesta diga el por qué)_ _____		
	Ha terminado el cuestionario.		
7. ¿Por qué medios le gustaría conocer sobre el IEE y los proyectos sociales que realiza?	Redes sociales		
	Asambleas, cumbres, debates, etc.		
	Boca a Boca		
	Líder de la comunidad		
	Correo electrónico		
	Página Web		
	Otro _____		

Anexos 2 Resultados de la investigación

Resultados de encuestas:

- **Resultados de encuestas:**

1. ¿Conoce el Instituto de Estudios Ecuatorianos (IEE)?

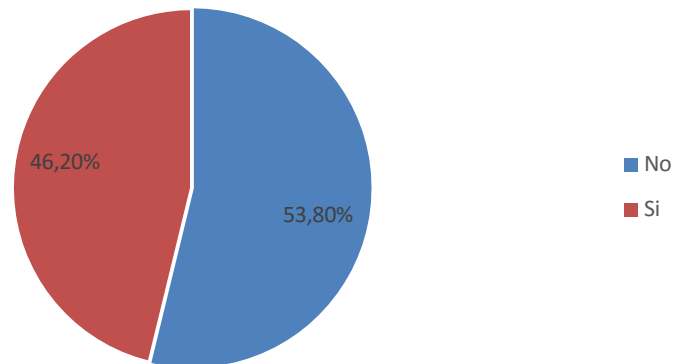
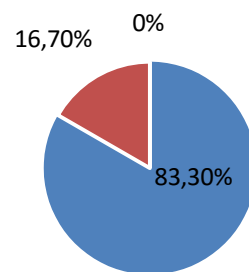


Figura 1. El 53,8% de los encuestados no conocen el Instituto de Estudios Ecuatorianos mientras que el 46,2% si lo hace, esto quiere decir que más de la mitad no conoce la existencia de la organización.

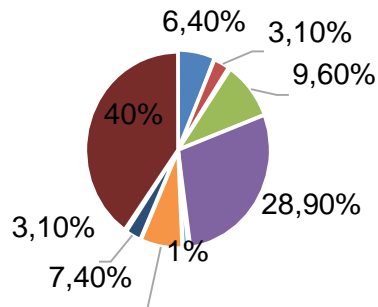
2. ¿De estas frases cuál define mejor al Instituto de Estudios Ecuatorianos?



- ONG que promueve el desarrollo comunitario y políticas públicas mediante proyectos sociales.
- ONG que realiza proyectos sociales
- Conozco poco de esta organización.

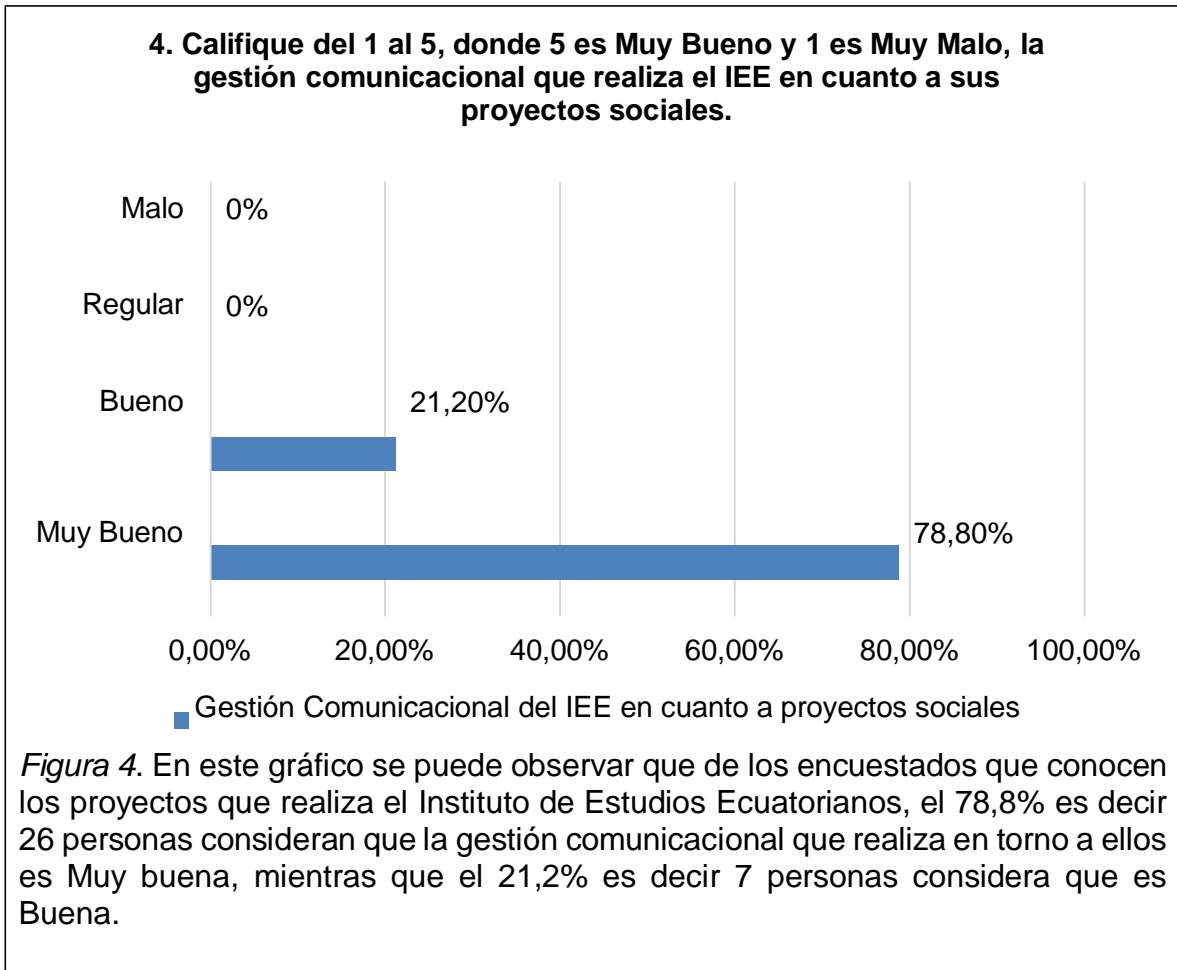
Figura 2. En este gráfico se puede observar que del 46,2% que conoce el IEE, sólo el 83,30% de los encuestados conoce su razón social la cual es ser un ONG que promueve el desarrollo comunitario y políticas públicas mediante proyectos sociales.

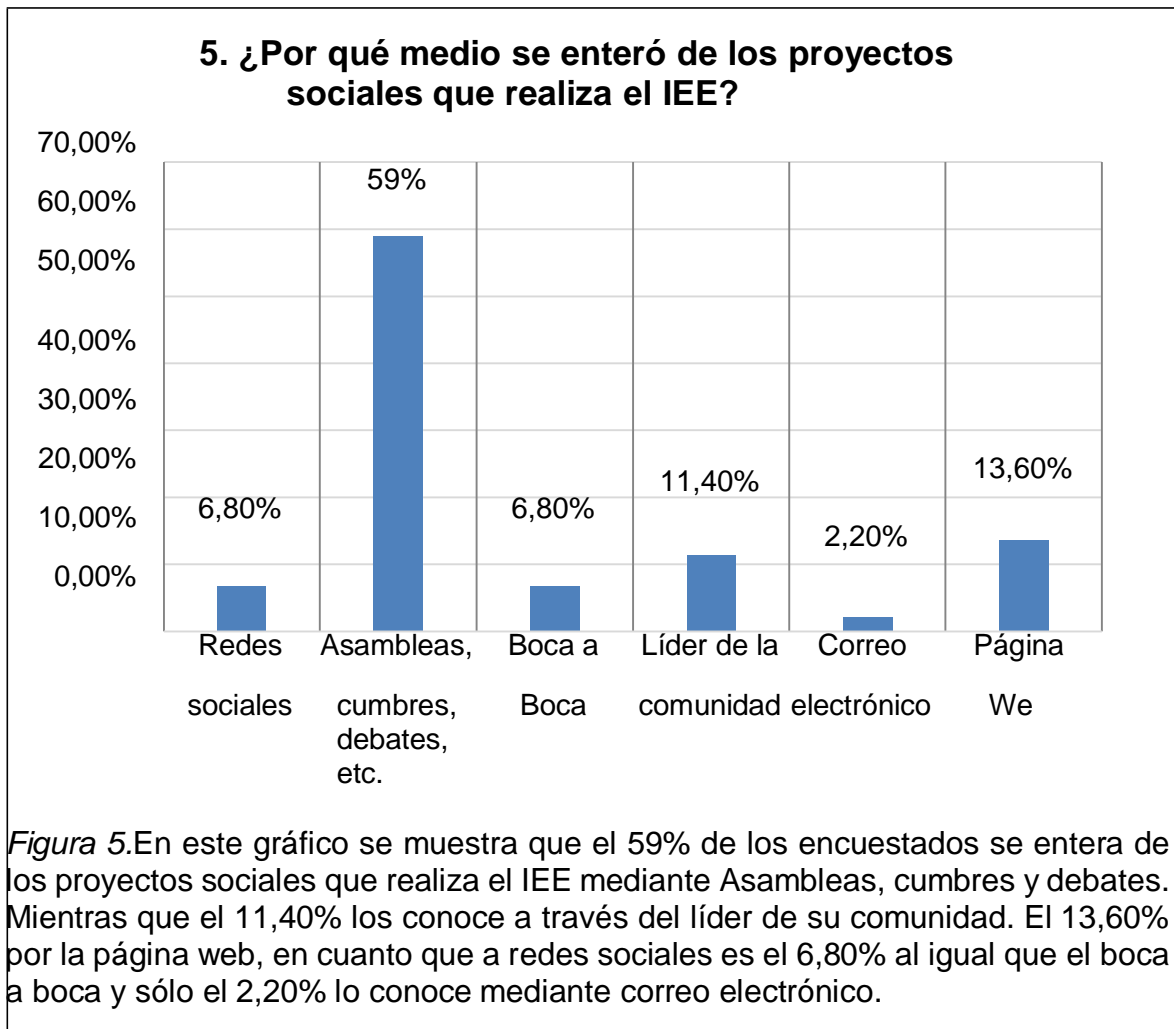
3. ¿Cuáles de estos proyectos que el IEE ejecuta conoce?



- Diagnóstico sobre la ruralidad en el Distrito Metropolitano de Quito
- Memoria social y cultural en el Distrito Metropolitano de Quito: Ruralidad y Comunas
- Campesinos en zonas de agro industria
- Observatorio del Cambio Rural (OCARU)
- ¿A quién le Importan los Guayacanes? Acumulación, gobierno y conflictos en el campo.
- Análisis de la organización social y de la conflictividad en riego, como parte del Plan de Riego y Drenaje de la Provincia de Pichincha
- Agroindustria, élites y modelo de acumulación.
- No conozco ninguno

Figura 3. En este gráfico se puede observar que sólo el 60% es decir 33 personas conocen algún proyecto social que realiza el IEE, de los cuáles el más conocido es el Observatorio del cambio rural OCARU. Mientras que el 40% es decir 22 personas no conocen ninguno de los proyectos que realiza el Instituto de Estudios Ecuatorianos.





6. Califique del 1 al 3 qué tan interesado estaría en conocer y/o participar en los proyectos sociales que realiza el IEE. (Donde 3 es Muy interesado y 1 es Poco interesado)

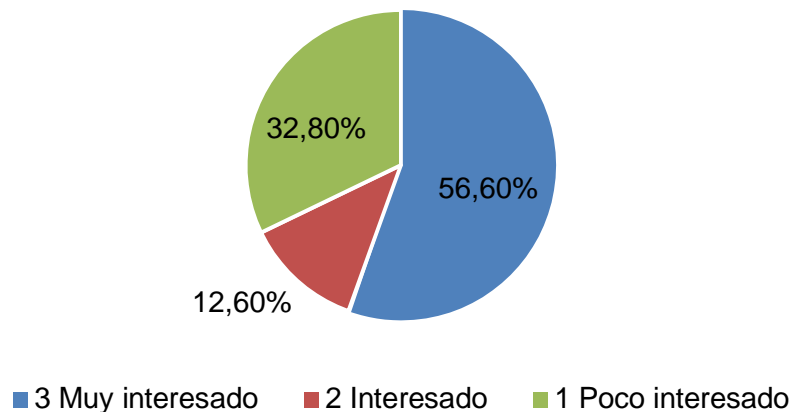
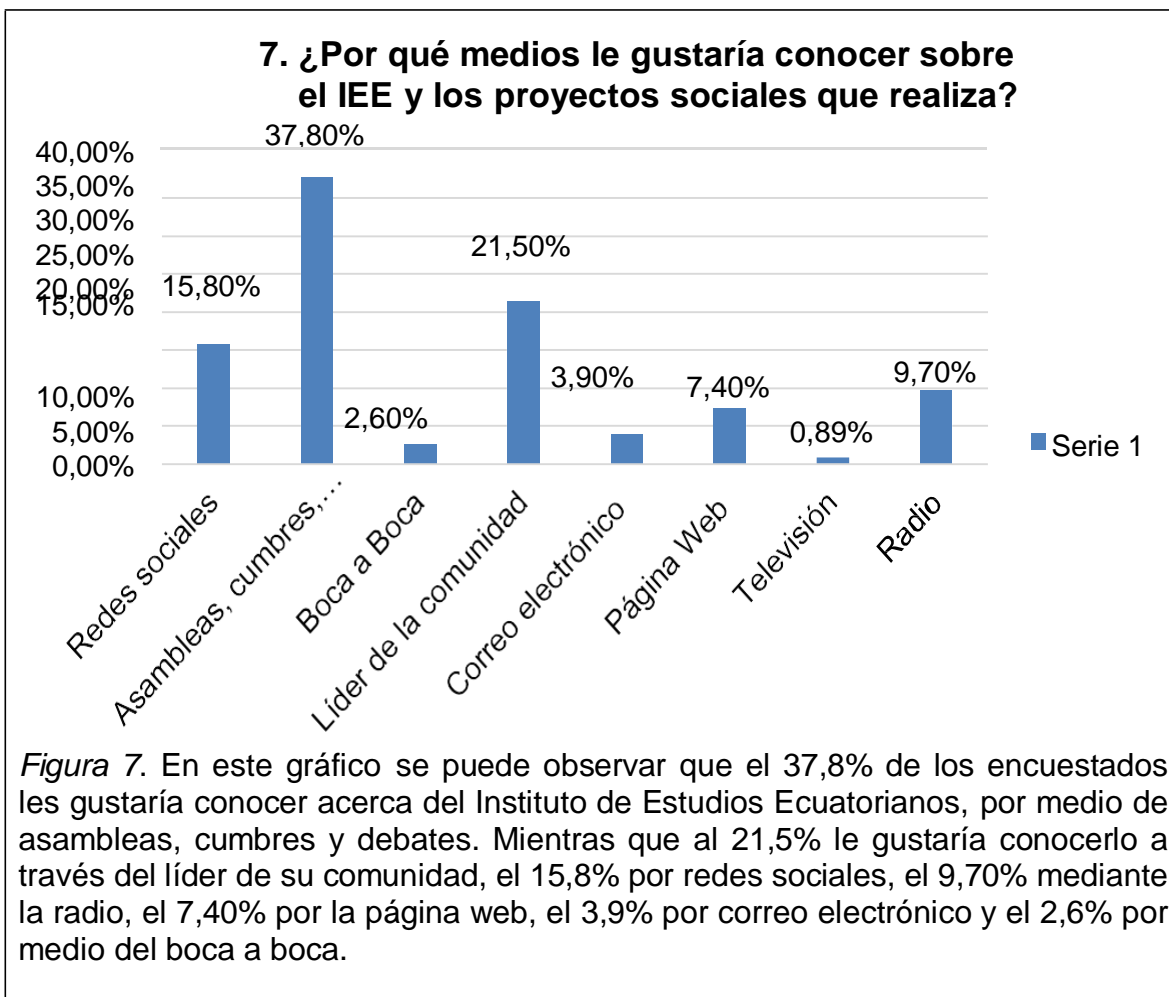


Figura 6. En este gráfico se puede observar que el 56,6% de los encuestados estaría Muy interesado en conocer y/o participar de los proyectos sociales que realiza el IEE, mientras que el 32,8% está interesado y el 12,6% está poco interesado, en esta última categoría se preguntó a los participantes por qué están poco interesados en participar y en su totalidad contestaron que no conocen la organización por lo tanto no les interesa, el cuestionario para estas personas terminaba en esta pregunta.



Entrevistas Transcritas:

Organizaciones sociales



Estimado entrevistado el propósito de esta entrevista es conocer el grado de aceptación que tiene el Instituto de Estudios Ecuatorianos entre sus públicos, toda la información brindada será utilizada para fines estrictamente académicos.

¿Estaría de acuerdo que su nombre esté en la tesis o preferiría que sus datos sean confidenciales?

¡Gracias por su Colaboración!

Nombre: Julio Cesar Pilalumbo

Edad: 33

Organización a la que pertenece: MICC (Movimiento Indígena y Campesino de Cotopaxi)

Cargo: Presidente del MICC

Imagen:

¿Conoce el Instituto de Estudios Ecuatorianos, qué conoce de él?

Sí, es una institución ONG que apoya a organizaciones sociales en tema investigativo, organizativo y de comunicación realizando entrevistas, videos, publicaciones y generando debate.

¿Cuáles son los proyectos sociales del IEE que conoce? ¿De qué tratan?

Talleres de capacitaciones como formación de líderes; fortalecimiento organizativo del movimiento indígena; textos elaborados para formación de líderes. Se han realizado 4 documentos entre el IEE y el movimiento indígena sobre investigación en identidad, realidad local y nacional, género, pero no conozco el nombre de los proyectos.

¿Quiénes se benefician de los proyectos del IEE?

Organizaciones sociales, pueblos y nacionalidades, por ejemplo el MICC y otras organizaciones de segundo grado.

¿Su organización se beneficia de proyectos sociales que realiza alguna organización similar al IEE? ¿Cuáles? ¿Por qué?

Sí, Swissaid en tema de género es una organización que también busca fortalecer a la organización sin sesgarse por la parte política o partidista. Busca organizar y fortalecer a los pueblos, en cuanto a su forma de decisión y autonomía; capacidad de convocatoria y empoderamiento, liderazgo y participación de la mujer.

¿Qué aspectos considera usted que hacen único al IEE como organización? Es investigativo, académico, técnico y fortalece no se queda solo en el discurso. Lo que le diferencia es que hace diagnóstico investigativo y permite visibilizar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de las organizaciones. Les ayuda a tener una agenda clara.

¿Alguna vez ha tenido algún tipo de conflicto con el IEE o la realización de sus proyectos? ¿Cómo lo ha solucionado?

No.

¿Cuándo se habla del IEE usted lo relaciona con qué tipo de atributos y/o beneficios?

Es un referente en el cual se puede confiar ya que nos puede orientar en

partes técnicas y organizativas y conoce a los territorios de las organizaciones, por lo cual ayuda al MICC a cumplir sus objetivos.

¿Qué percepción tiene usted de los proyectos sociales que realiza el IEE en la comunidad?

Son efectivos pero falta la sostenibilidad por parte de las organizaciones sociales, por temas económicos y sociales, pero los proyectos del IEE son eficientes. La comunidad indígena se beneficia de estos proyectos, ya que hay mayor participación, integración, inclusión, conocimiento de derechos.

Usted relaciona al IEE con alguno/s de estos atributos: (Responsabilidad, Diseño, Confianza, Solidaridad, Investigación). Mencione cuál y explique el por qué.

Responsabilidad: siempre atento y presente en las planificaciones. Con todas las puedo relacionar.

¿Cuándo piensa en una organización que realiza proyectos sociales cuál es la primera que viene a su mente y por qué?

IEE es la primera ya que siempre está presente porque existe confianza y está dispuesto a ayudarnos para realizar planes y funciones organizativas.

Análisis situacional:

¿Cuál considera usted que es la mayor fortaleza del IEE? Acompañamiento, responsabilidad y confianza.

¿Cuál considera usted la mayor debilidad del IEE?

No tiene presupuesto suficiente, falta socializar ya que muchos de los líderes conocen, sin embargo las comunidades indígenas no tienen mucho conocimiento de la organización, se puede realizar foros o debates para

visibilizar a la organización.

¿Cómo las decisiones y acciones de los movimientos indígenas afectan al IEE?

No siempre las organizaciones están de acuerdo, eso puede ser un obstáculo.

Comunicación externa:

¿Por qué medios de comunicación interacciona su organización con el Instituto de Estudios Ecuatorianos?

Teléfono celular, redes sociales como Whatsapp, Facebook, mails.

¿Considera que estos medios son efectivos y generan el impacto deseado y por qué?

Si pero con la comunidad no es tan eficiente.

¿Cuál es el mejor medio para llegar a la comunidad indígena a través de los proyectos sociales y ser reconocidos por la misma?

Trabajar con temas de proyectos concretos como el agua tierra y producción mediante asambleas, reuniones entre dirigentes y comunidad, ya que mayoría no maneja redes y no utilizan en su mayoría medios tradicionales a excepción, y desde la asamblea se puede llegar a ellos

¿Cuál cree usted que es el mayor obstáculo que tiene el IEE en cuanto a su comunicación?

Muchas veces hay falta de recursos tanto humano como económico que no le permiten cubrir todos los eventos que realiza el movimiento indígena.

¿Qué medios considera más efectivos para conocer los proyectos sociales que realiza el IEE?

Generar dialogo mediante asambleas, debates y mediante página web donde se puede publicar, convocar.

¿Qué recomendaciones o sugerencias podría brindarle al IEE para la mejora de

la comunicación con su organización?

Vincular mejor a las organizaciones y obtener mayores recursos económicos y talento humano para tener planes de trabajo continuos, no solamente temporales.

¿Qué herramientas comunicacionales son las más utilizadas en la organización que usted lidera? ¿Por qué estas y no otras?

Llamadas telefónicas, invitaciones personales, canal comunitario de tv tvMICC, también radio que es parte de organización, Radio Latacunga, donde hay un espacio para el MICC y estarían dispuestos a brindar un espacio para IEE en donde ellos puedan llegar de mejor manera a la comunidad. En cuanto a los pueblos y nacionalidades indígenas la comunicación se realiza a través de celulares y documentos físicos que se entregan y no digitales porque no tienen muchas veces redes sociales y tampoco internet o en asambleas también se realizan invitaciones para la siguiente.

Nombre: Floresmilo Manuel Simbaña

Edad: 44

Organización a la que pertenece: CONAIE

Cargo: Dirigente Imagen:

· ¿Conoce el Instituto de Estudios Ecuatorianos, qué conoce de él?

Si, realiza investigaciones sociales, en diferentes cambios sobre movimientos sociales en el tema agrario

· ¿Cuáles son los proyectos sociales del IEE que conoce? ¿De qué tratan? El proyecto que se realizó para la asamblea constituyente, y varios temas como talleres alrededor de lo agrario y movimientos sociales, no conozco el nombre pero se de lo que trata.

· ¿Quiénes se benefician de los proyectos del IEE? La CONAIE ya que le

ayuda a construir propuestas

- ¿Su organización se beneficia de proyectos sociales que realiza alguna organización similar al IEE? ¿Cuáles? ¿Por qué?

APN en el pasado, también apoya en temas de fortalecimiento organizativo y organización, en la actualidad ya no hay tantas por la situación del país y posición del gobierno ante ONGs

- ¿Qué aspectos considera usted que hacen único al IEE como organización? Lo hace único su especialización en el tema agrario no conozco todos sus campos pero en relación a movimiento indígena es el tema agrario

- ¿Alguna vez ha tenido algún tipo de conflicto con el IEE o la realización de sus proyectos? ¿Cómo lo ha solucionado?

Problemas de criterio distintos tipos de enfoque en tema plurinacional y se resolvió mediante el dialogo y debate

- ¿Cuándo se habla del IEE usted lo relaciona con qué tipo de atributos y/o beneficios?

Tiene mucho conocimiento en tema agrario y nos puede ayudar en ese ámbito.

- ¿Qué percepción tiene usted de los proyectos sociales que realiza el IEE en la comunidad?

Son buenos ya que se ha trabajado no solo a nivel de investigación y publicaciones, sino también se ha realizado capacitaciones, debates talleres con las organizaciones sociales

- Usted relaciona al IEE con alguno/s de estos atributos: (Responsabilidad, Diseño, Confianza, Solidaridad, Investigación). Mencione cuál y explique el por qué.

Todos porque IEE siempre ha sido solidario y ha presentado su ayuda en todo momento, además están donde les llaman y apoyan a las comunidades.

En cuanto al diseño son buenos los elementos de difusión que realiza como trípticos, folletos y demás.

- ¿Cuándo piensa en una organización que realiza proyectos sociales cuál es la primera que viene a su mente y por qué?

Hoy en día es el IEE y Rosa Luxemburg que se puede dialogar y sabemos que

nos ayudarán.

Análisis situacional:

- ¿Cuál considera usted que es la mayor fortaleza del IEE?

Su especialización en el tema agrario y la cercanía que existe con las organizaciones.

- ¿Cuál considera usted la mayor debilidad del IEE?

No sé.

- ¿Cómo las decisiones y acciones de los movimientos indígenas afectan al IEE?

Muchas veces el movimiento indígena por temas políticos u organizativos, cambia su planificación a último momento y esto puede afectar al IEE.

Comunicación externa:

- ¿Por qué medios de comunicación interacciona su organización con el Instituto de Estudios Ecuatorianos?

Directo: Teléfono, correo electrónico Utilizar o conocer: redes sociales como

Facebook, publicaciones.

¿Considera que estos medios son efectivos y generan el impacto deseado y por qué?

En el medio sí que se maneja la organización sí.

¿Cuál es el mejor medio para llegar a la comunidad indígena a través de los proyectos sociales y ser reconocidos por la misma?

Varios medios como la radio en lo rural y talleres asambleas, debates y ese tipo

de cosas. Folletos a nivel de dirigentes, mediante los líderes es el mejor mecanismo. En los jóvenes por más en el páramo que estén si utilizan redes sociales.

¿Cuál cree usted que es el mayor obstáculo que tiene el IEE en cuanto a su comunicación?

Falta de recursos sobre todo económico porque no pueden ir a los lugares a cubrir los distintas cumbres, asambleas y demás.

¿Qué medios considera más efectivos para conocer los proyectos sociales que realiza el IEE?

Publicaciones que hace no solo de manera digital sino también física.

· ¿Qué recomendaciones o sugerencias podría brindarle al IEE para la mejora de la comunicación con su organización?

Trabajar más en documentos de difusión. Folletos, trípticos.

· ¿Qué herramientas comunicacionales son las más utilizadas en la organización que usted lidera? ¿Por qué estas y no otras?

Redes sociales, programas de radio, llamar a radios comunitarias. Se debe manejar el lenguaje de forma simple, fácil de leer

Organizaciones financieras



Estimada entrevistada el propósito de esta entrevista es conocer el grado de aceptación que tiene el Instituto de Estudios Ecuatorianos entre sus públicos de interés, toda la información brindada será utilizada para fines estrictamente académicos. ¿Estaría de acuerdo que se utilice su nombre dentro de la tesis o prefiere la confidencialidad de sus datos?

¡Gracias por su Colaboración!

Nombre: María belén Cevallos

Edad: 48

Organización a la que pertenece: Rosa Luxemburg

Cargo: Coordinadora de proyectos en Ecuador Imagen

¿Conoce el Instituto de Estudios Ecuatorianos, que conoce de él?

Si desde hace cerca de 20 años, conozco su línea de investigación en articulación con organizaciones sociales, también sus proyectos de desarrollo como agrarios. Rosa Luxemburgo apoya procesos, aportando al proyecto OCARU realizado por el IEE.

¿Cuáles son los proyectos del IEE que conoce? ¿De qué tratan?

OCARU, además una consultoría para el municipio de Quito sobre parroquias rurales, consultoría CAREP sobre temas alimentarios. Conozco los proyectos

no tanto a profundidad pero sé de lo que tratan, ya que RL apoya a muchos proyectos que realizan.

¿Por qué razón aporta económicamente para la realización de los proyectos sociales del IEE?

Debido a que RL tiene dos líneas, una es ampliación de la democracia y la otra búsqueda de alternativas, en esta última uno de los ejes es ver qué acciones concretas existen en la realidad o cuales se deberían implementar que sean transformadoras de la sociedad y que vayan más allá del capitalismo y una acción transformadora es ver qué pasa en el campo, el mundo rural, campesinos producción de alimentos y el IEE puso esta propuesta de generar un observatorio y es interesante hacer seguimiento sobre transformaciones en el campo y en la fundación era importante trabajar con esta línea del extractivismo, una de formas extracción están en el tema agrario por ejemplo con la matriz productiva. Debido a que RL trabaja en estos temas la propuesta realizada por el IEE entraba muy bien en estos temas, se financian porque los proyectos funcionan. La fundación tiene dos modalidades de trabajo una contraparte que son instituciones que se trabaja de manera sostenida y a largo plazo y otras medidas propias que son proyectos cortos el IEE es contraparte de RL, ya que con ellos es posible establecer un diálogo político y también el trabajo del IEE coincide con las líneas estratégicas de la organización, y justificar los fondos de la fundación no es sencillo por lo tanto el IEE cuenta con los requisitos necesarios para esto.

¿Su organización aporta económicamente a organizaciones similares al IEE?

¿Cuáles? ¿Por qué?

Si a otras ONG como gama que esta al sur del país con temas de género con organizaciones Saraguro y también con instituto de investigaciones indígenas llamado pacarique trabajan con temas de justicia indígena, justicia ancestral. SIPAE también.

¿Qué aspectos considera usted que hacen único al IEE como organización?

¿Por qué?

Primero el OCARU es único, no existe otro observatorio igual en el tema agrario que haga un seguimiento tan sostenido. Además que siempre se preocupa de formar un equipo de investigadores y mantienen un vínculo con las organizaciones sociales. También para RL que es de izquierda por lo tanto para nosotros es importante que una organización tenga una posición de izquierda por lo tanto este vínculo político y lo que intentan criticar el extractivismo en el campo y también el vínculo, que piensa que es posible el cambio social mediante los actores sociales. Desde la comunicación tienen un buen trabajo con el OCARU ya que están brindando constantemente información como boletines, además una línea de producción intelectual y académica constante, tiene presencia en redes sociales, la página web está bien posicionada sobre todo en el OCARU. Creo que el OCARU ha logrado un protagonismo que estaría superando al IEE entonces ahí si existiría un desafío de volver a vincular al OCARU con el IEE.

¿Alguna vez ha tenido algún tipo de conflicto con el IEE en la realización de sus proyectos? ¿Cómo lo ha solucionado?

No nunca. Porque el IEE siempre envía todo lo que producen comunicacionalmente, y nosotros lo que hacemos es cuando producen algo con los fondos de RL deben ser aprobados por la fundación y deben llevar el logo de la fundación, por lo tanto siempre debe haber este flujo de entendimiento ya que sin la aprobación no podrían utilizar los recursos.

¿Cuándo se habla del IEE usted lo relaciona con qué tipo de atributos y/o beneficios?

Pocos espacios que trabajan el tema agrario de manera seria y profunda, además tienen temas de investigación y análisis de coyuntura que los caracteriza

bastante, también la producción de materiales ya que existen publicaciones muy importantes que aportan y son útiles para aquellos que quieran estudiar temas que maneja el IEE. También la formación permanente de equipos jóvenes y además estar en constante contacto con el movimiento indígena, esa es una característica fuerte que tienen ya que siempre ha habido este vínculo.

¿Qué percepción tiene usted de los proyectos sociales que realiza el IEE dentro de las comunidades, organizaciones, academia...?

El OCARU es interesante, por ejemplo se estaba debatiendo la ley de tierra en la asamblea y el IEE para nosotros hizo la mejor sistematización de esta ley y contrapuso los argumentos que el movimiento indígena ha venido construyendo y la academia también. Tener argumentos de porque la ley era complicada si se aprobaba tal cual y el IEE tenía material como cartillas presentaciones, talleres y fue un espacio de formación para las organizaciones, para el movimiento indígena, para las comunidades en un tema que es crucial para ellos como es el acceso a la tierra.

Usted relaciona al IEE con alguno/s de estos atributos: (Responsabilidad, Diseño, Confianza, Solidaridad, Investigación). Mencione cuál y explique el por qué.

Puedo relacionarlo con todos porque es un equipo responsable y serio ya que todo lo que produce tiene un respaldo, en cuanto al diseño tienen las infografías y cartillas que son interesantes y fáciles de entender, la verdad no he ingresado últimamente a su página web y uno mira los boletines cuando quiere enterarse de algo o hacer seguimiento de algo es fácil remitirse a estos cuando quiere la información. Publicar en otros espacios como en la línea de fuego u otros materiales en audio, video y ese tipo de cosas sería interesante ya que son de fácil difusión rápidos e interactivos.

¿Cuándo piensa en una organización que realiza proyectos sociales cuál es la

primera que viene a su mente y por qué?

Cuando necesitamos saber que está pasando respecto al movimiento indígena o en el tema agrario nos remitimos al IEE porque sabemos que ellos están en eso constantemente, depende un poco de los temas que se están trabajando porque no siempre este trabaja con los temas que buscamos pero constantemente estamos en contacto y les invitamos a foros, debates y ese tipo de cosas.

Análisis situacional:

¿Cuál considera usted que es la mayor fortaleza del IEE?

Vínculo de trabajo sostenido con las organizaciones sociales y la academia, esa combinación, ya que no se quedan en la parte teoría sino que esta sirve para que organizaciones sociales se enteren de las cosas, generen debates.

¿Cuál considera usted la mayor debilidad del IEE? Es el escaso recurso económico.

Comunicación externa:

¿Por qué medios interacciona su organización con el Instituto de Estudios Ecuatorianos?

El Facebook, internet, teléfono es el medio que más nos funciona.

¿Considera que estos medios son efectivos y generan el impacto deseado y por qué? Sí

¿Qué medios considera más efectivos para conocer los proyectos sociales que realiza el IEE?

Medios interactivos, ya que las investigaciones duras sirven sin duda para darle sustento y aporta al estudio de políticas públicas y ese tipo de cosas, sin

embargo para la comunidad es materiales más interactivos, simples y fáciles.

¿Qué recomendaciones o sugerencias podría brindarle al IEE para la mejora de la comunicación con su organización?

Se tiene una buena comunicación, una recomendación podría ser vincular más al IEE con el OCARU, ya que OCARU está bien posicionado pero falta un vínculo entre el proyecto y la institución eso es importante y otra cosa puede ser promocionar más el acumulado que tiene IEE que no solo sea visto de lo que hace sino también el acumulado de todo lo que ha hecho a lo largo del tiempo, ya que tiene muchas publicaciones indispensables para el estudio e investigación de ciertos temas, por ejemplo el movimiento indígena, posicionarlo más de forma más a largo plazo.

Colaboradores de la organización



Directora

Estimada entrevistada el propósito de esta entrevista es conocer cómo afecta el entorno actual que se vive en el Ecuador al Instituto de Estudios Ecuatorianos toda la información brindada será utilizada para fines estrictamente académicos.

¿Estaría de acuerdo a que su nombre aparezca en la tesis o prefiere que se guarde confidencialidad?

¡Gracias por su Colaboración!

Nombre: Alejandra Santillana

Edad: 36

Organización a la que pertenece: Instituto de Estudios Ecuatorianos

Cargo: Directora

El IEE nace en los años 80 como una estrategia para generar un espacio de investigación y de formación participativa a las organizaciones del campo. A raíz de la crisis económica en el gobierno de Febres Cordero un gobierno autoritario, conservador y represivo que no daba cuenta de las demandas de los sectores organizados y populares del país, las organizaciones indígenas logran construir una autonomía en su voz, como lo son la ECUARUNARI y más tarde la CONAIE dan cuenta de este momento político de las organizaciones

indígenas para construir organizaciones autónomas en un entorno represivo. El IEE en este tiempo se inserta como una estrategia entre varios investigadores para dar cuenta de las necesidades concretas de las organizaciones populares indígenas, campesinas, sociales, democráticas, del país. Surge como ese interés, pone un énfasis en pensarle al Ecuador y sus problemáticas como algo central para la realidad y la construcción de argumentos de las organizaciones, es así como se articula con el movimiento indígena y los gobiernos locales intentando comprender como se construye el actor que tipo de discursividad, identidad, estrategias con quienes se junta en los territorios y en estos 30 años logra ir configurando ciertas líneas de investigación profundizar ciertas problemáticas y cumple el objetivo de construir argumentos con las organizaciones, hay una relativa autonomía del IEE en su pensamiento y sus investigaciones, relativa porque hay una puesta institucional para poder pensar analizar y dar salidas pero no se debe a la academia ni al estado se debe a las organizaciones y ese es su objetivo central.

Imagen

¿Cómo considera que es la imagen del IEE en la mente de sus públicos?

Hay diferentes públicos. Hay uno clásico en el espacio de la investigación que son mayores que nosotros ya que fueron parte del IEE o participaron del espacio más amplio o se alimentaron de sus investigaciones, ellos que están en otros lugares siempre han tenido al IEE como un referente, ya que una de las primeras imágenes que muestra la organizaciones es la posibilidad de construirse como un referente con un pensamiento autónomo independiente y crítico, ya que al IEE no le interesa la discusión elevada de la academia, lo que le interesa es la comprensión profunda de las problemáticas con los actores. Por otro lado ha ido acortando sus posibilidades de presencia, ya que hasta hace unos años gracias al recurso financiero y humano tenía la capacidad de estar en varios de los espacios, con el movimiento indígena, se tenía más capacidades institucionales para estar siempre presentes. En la actualidad se ha reducido el espacio de acción en el cual se ha tratado de potencializar la discusión desde

el OCARU en los últimos años hemos intentado que el IEE tenga su propia identidad en algunas temáticas en las que siempre hemos aportado como en los movimientos sociales. Las organizaciones nos ven como un espacio de confianza que tal vez no tenemos dinero pero estamos presentes, como un espacio que puede acompañar que no le interesa tampoco poner su agenda, no nos vemos como un espacio de asesoría, el IEE acompaña cuando la organización quiere que le acompañemos. Y acompañar se refiere a generar espacios de debate, problematizar lo que está pasando darle, ideas en relación a la estrategia, plantear ciertos discursos posicionar a la organización, fortalecer con herramientas. El público de los investigadores como un espacio de referencia investigativas de ciertas problemática, y son una herramienta para conocer e informarse a las publicaciones que se han realizado en el IEE se nos ve como una organización seria, autónomo crítico, de confianza, de cercanía de presencia a pesar de ser pocos hacemos el máximo esfuerzo para estar presente. Los demás públicos como estudiantes u organizaciones que no trabajamos hay muchos que no nos conocen, el IEE antes era mucho más conocido que ahora, mediante las mesas de coyuntura y debate se busca posicionar la organización mediante las mesas de debate y de coyuntura que son espacios en los que la gente nos mira más allá del observatorio pero eso es algo que no se logra hacer más periódico o sistemática y tampoco se ha realizado más investigaciones.

¿Considera que el IEE está bien posicionado entre sus públicos? ¿Por qué?

En los públicos como organizaciones locales, sociales, el IEE se ha posicionado de la mano del observatorio creo que en los espacios de investigación cuando se quiere mirar ciertas problemáticas se recurre al IEE, sin embargo hay problemáticas que hemos dejado de lado. Dentro del IEE hay un público que no nos conoce, no ubica quienes somos como por ejemplo estudiantes.

Articular un debate más que proyectos 7 proyectos levantados en estos 2 años ya se están acabando el único que se mantiene es el OCARU y por temas

financieros no ha sido posible levantar más proyectos.

¿De qué forma considera que es proyectada la imagen del IEE?

El IEE proyecta que es una de las pocas ONG que se ha podido mantener a pesar de las adversidades debido a la situación del país, se ha logrado mantener una estrategia de comunicación de articulación y de presencia que nos permita profundizar los debates que se están lanzando a pesar de la escases de recursos dando una imagen que el IEE existe tiene financiamiento es fuerte.

¿Qué cree usted que le hace falta al IEE para mejorar su imagen?

No solo centramos en el observatorio poder mostrar las otras cosas que hemos hecho. Se necesitaría una comunicadora propia del IEE ya que la actual se centra solo en el OCARU.

Político-legal

¿De qué forma el gobierno actual ha apoyado o impedido el desarrollo del IEE?
El gobierno no ha tenido una noción específica sobre nosotros, no somos una ONG

que se ha metido en los temas candentes del gobierno, el tema del agua es un tema complicado pero no es el extractivismo y el Yasuní y la estrategia del IEE no le interesa construir un perfil alto políticamente a nosotros no nos interesa suplantar a la organización social, es esta la que tiene que llevar adelante los procesos de transformación nosotros damos argumentos, insumos, posicionamos debates, esa ha sido una estrategia muy hábil en términos de comunicación para no quemarnos, pero no somos relevantes frente al gobierno y no nos ve como un actor de amenaza. Pero si nos afecta el decreto 16 que si implica un nivel de limitaciones de hasta dónde podemos actuar, cambios de estatutos que son problemáticas que viven todas las ONG. Además nos

afecta la centralización de la cooperación en la secretaría implica que cada ayuda y donación debe ser centralizada a menos que sea un pago de servicios profesionales, pero esta política pasa porque el gobierno centraliza los recursos o las universidades en la reforma educativa sean los que centralizan los recursos de la investigación, entonces no se mira al espacio de investigación independiente como un espacio estratégico, porque finalmente la universidad debe regirse por las políticas públicas que impone el gobierno y es ahí donde se diluye toda la riqueza de la investigación y el pensamiento crítico. Esta reforma educativa, esta mirada de lo que representa el pensamiento y la investigación nos afecta ya que se genera un ambiente en donde las ONG no tienen ningún sentido, todo lo puede resolver el estado o la universidad en última instancia. Pero este es un espacio crítico y autónomo.

¿Con qué organismos trabaja conjuntamente el IEE y porque?

Trabajamos con espacios públicos como por ejemplo municipios, secretarías, pero en el momento no hay apertura de financiamiento por parte del estado, pero también se trabaja con otros centros de investigación y otras ONG.

¿Qué leyes respaldan al IEE como ONG?

Con el cambio de estatuto pasamos al ministerio de educación y al SENECYT y nos convertiríamos en un centro de investigación ese es el amparo legal que tenemos. No nos afecta ya que no significa que debamos volvernos académicos

¿Qué leyes afectan a las actividades que realiza IEE para las comunidades?

Todo el paquete agrario, la ley de tierra, la ley de agua la próxima ley de semillas y agro diversidad el código de la producción la ley de comunas que probablemente van a sacar la ley de culturas el cambio de la matriz productiva el tratado de libre comercio con la unión europeo, la inexistencia de una ley macro que permita erradicar la violencia de género. La nueva ley de uso de suelo, catalogo minero que se está ofertando que va a afectar a Cotacachi. Mediante la comunicación entre los debates del pueblo KituKara el tema de la problemática agraria y de género y el tema de agua hemos tenido una

posibilidad de comunicación, de denuncia, de problematización de la desigualdad y acompañar a las organizaciones en sus argumentos, posicionar dirigencias y para que sean ellos los que planteen cuales son los debates y articularnos con otros espacios a nivel institucional u organizativo para tener plataformas más colectivas esa ha sido la estrategia y así hemos podido resolver muchos de estos problemas, ayudarles con temas de comunicación como boletines, difusión sistematización, subir resoluciones a plataformas, ese espacio que las organizaciones no tienen lo hemos hecho.

Económico

¿Cómo se sustenta el IEE económicamente para realizar sus proyectos? Una fundación u ONG que pueda financiar. En este momento tenemos a Rosa Luxemburgo. Además el IEE cuenta con un fondo que tranquilamente puede ser destinado a la comunicación para mejorar ese tema.

¿De qué forma el IEE podría llegar a más organizaciones que financien sus proyectos sociales?

No tiene una estrategia ya que la estrategia está en la capacidad que tenga la dirección para poder poner sus contactos buscar proyectos, moverse en términos administrativos, es decir no hay un encargado. De manera comunicacional no existe una estrategia se trataba de sondear y luego el observatorio empezó a posicionarse mediante la presencia y eso nos permitió que la gente venga a plantearnos y brindarnos su ayuda.

¿Qué porcentaje del presupuesto anual del IEE es destinado para comunicación? ¿Es suficiente?

Tiene presupuesto para el pago a la comunicadora, la página web, la posibilidad de infografías y en este momento se tiene un fondo del IEE se necesita pensar reactivar la página web comprar computadoras e invertir en la gente que ya está ya que muchas veces la comunicadora realiza más trabajo del que le corresponde y ahora ya se lo puede reconocer ya que hay más dinero.

Social- Cultural

¿Cuáles son los principales aportes que realiza el IEE para el desarrollo de las organizaciones con las que trabaja?

Les permite fortalecerse problematizar sus argumentos y construir nuevos argumentos les permite posicionar la idea de que la organización es fundamental y que el estado no la sustituye, les permite pensar que necesitan articularse con otros actores y que solas no pueden salir, les permite construir y aportar en investigaciones que les sean útiles.

¿Cómo se relaciona el IEE con sus públicos? (comunidades, organizaciones, otras ONG, donantes, etc.)

Nosotros tenemos la política ética de poder dialogar con otros espacios y tratar de sumar y no restar no quedarnos con esto y capitalizar sino construir espacios de articulación y coordinación que permitan tener campañas más fuertes y sea un reto poder juntarnos con los otros eso en términos institucionales difundir siempre acompañar dar esa señal que nos interesa y en el caso de las organizaciones ha sido una cuestión ética de respetar sus agendas, problemas, demandas entender el momento de la organización y del espacio sugerir pero no entrar a suplantar a la organización.

¿Cómo maneja el IEE la diversidad cultural con la que trabajan?

El IEE en su trabajo histórico siempre ha estado ligado al movimiento indígena y por lo mismo asumimos el compromiso de la necesidad de construir una sociedad y no solamente un estado plurinacional es decir donde no solo haya una discusión sobre el respeto a las diversidades culturales, sino que también haya una comprensión de que el carácter colonial del estado debe transformarse y que pueblos y nacionalidad tienen derecho a territorio, control de los recursos naturales, administración de justicia de educación de salud y digamos todo aquello que podría ir formando parte de un proyecto plurinacional, en ese sentido el IEE no tiene una estrategia específica de cómo pensar la diversidad cultural, sino que tiene una relación histórica de confianza con los actores organizados, en donde nosotros comprendemos que sus dinámicas y sus propuestas están enmarcadas en todo un proyecto político, es decir no vaciamos de contenido político a los actores sino que los miramos en esta relación, esa relación

también implica una relación ética, es decir de respeto de sus formas comunitarias, de comprensión y de cómo entienden el espacio y de sus propias problemáticas, eso no quiere decir que siempre estemos de acuerdo pero sostenemos un debate abierto.

Tecnología:

¿Cómo la tecnología influye al IEE y la relación con los públicos?

El IEE ha tenido que ir modernizándose en su relación con la tecnología, es decir antes bastaba con tener una página web o simplemente funcionabas por mails o la presencia en eventos y en espacios que implicaban los proyectos, desde la creación el Observatorio del cambio rural ha implicado una presión para que el IEE pueda entrar a esta discusión sobre la tecnología y qué implica la relación de la tecnología con los públicos a los que queremos llegar, asumiendo que el Ecuador todavía es un país en donde la población y la población campesina, rural, organizada y de sectores populares no necesariamente está inscrita en la tecnología, nosotros vemos que hay una relación desigual con la tecnología en cuanto al uso y la producción tecnológica, a pesar de eso hemos apostado por estar presentes y tener una estrategia mínima en relación a eso tanto en redes como Facebook, Twitter, boletines, cómo el desarrollo de herramientas más pedagógicas para poder dialogar con otros públicos que son fundamentalmente públicos más jóvenes.

¿Cree que el IEE aprovecha al máximo las herramientas tecnológicas? ¿Por qué? ¿Cuáles utilizan?

El IEE no aprovecha al máximo las herramientas tecnológicas ya que no existe alguien específicamente destinado a ese tema y que por lo tanto tiene que ser un trabajo que se carga fundamentalmente al observatorio y más allá de la estrategia que tampoco está tan clara en términos comunicacionales del IEE tiene que ver con la imposibilidad de tener a alguien destinado al uso tecnológico.

Fortalezas- Debilidades:

¿Cuál considera la principal fortaleza del IEE?

La principal fortaleza del IEE es su gente, la gente que trabaja en el IEE y que actualmente está en el observatorio, es el compromiso institucional, el compromiso con las instituciones, es la calidad humana y la capacidad humana para asumir los retos que un espacio como el IEE tiene, en ese sentido la gente que está es la que pone sus redes y contactos y va tejiendo junto a relaciones que finalmente quedan para el espacio institucional.

¿Cuál considera la mayor debilidad del IEE?

Atraviesa por crisis institucionales, monetarias y financieras, ya que una de sus virtudes que es ser autónomos a la larga pesa ya que no hay nada asegurado en términos de financiamiento, entonces eso hace que el espacio se reduzca a que no se pueda financiar a un gran equipo de investigadores, comunicadores, de formadores entonces siempre hay una sensación de que estamos en crisis.

Oportunidades- amenazas:

¿De qué manera podría crecer el IEE?

Hemos crecido en términos de tener relaciones, de incursionar en otros debates en tener otros proyectos en estos años, la manera más clara para crecer tiene que ver no solo desde una estrategia de relaciones, sino también lograr sacar toda la investigación que nosotros tenemos, ya que esta no se ha logrado sacar y posicionar del todo en el debate, en el espectro más público, pero tiene que ver con un tema financiero, es decir a medida que no haya nuevos proyectos el IEE no puede crecer.

¿Cuál considera la mayor amenaza que enfrenta el IEE? El tema financiero

¿Qué le diferencia al IEE de los demás institutos de investigación?

Es que tenemos líneas que han ido ampliándose pero que hemos sostenido en el tiempo, creo que además de eso nuestro espacio de investigación es un espacio que no le interesa ser un espacio académico, dialoga con la investigación pero no le interesa quedar específicamente en el espacio académico, nosotros si nos asumimos como un actor que puede plantear argumentos e investigaciones de cara al momento que atraviesan las organizaciones y el campo popular, pero además que pueda hacerlo conjuntamente con estas organizaciones dando elementos que permitan fortalecerlas porque creemos que los actores de transformación son las organizaciones, no los centros de investigación, nosotros aportamos y esa ha sido nuestra línea que nos ha permitido también diferenciarnos de otro tipo de espacios que se meten a otras discusiones interesantes pero si privilegian lo académico ante lo organizativo y lo otro es haber podido trabajar en redes, colectivo, siempre estar pensando en cómo sumar y formar plataformas de coordinación y de articulación y menos de trabajo solitario.

Comunicadora

Estimada entrevistada el propósito de esta entrevista es conocer cómo se maneja la comunicación externa del Instituto de Estudios Ecuatorianos y cuál es su imagen a partir de sus proyectos sociales, toda la información brindada será utilizada para fines estrictamente académicos. ¿Estaría de acuerdo a que su nombre aparezca en la tesis o prefiere que se guarde confidencialidad?

¡Gracias por su Colaboración!

Nombre: Isabel salcedo

Edad: 36

Organización a la que pertenece: Instituto de Estudios Ecuatorianos

Cargo: Comunicadora social Imagen:

¿Qué actividades debe cumplir la comunicadora del IEE para la construcción de imagen?

Elaboración de videos institucionales, con entrevistas a antiguos colaboradores del IEE, sin embargo no existe actividades planificadas ya que se maneja más la comunicación de OCARU. La comunicación del IEE viene arrastrado de la comunicación del observatorio ya que no hay una estrategia concreta ya que arrea la comunicación del OCARU pero no tiene una autónoma.

¿Cómo las acciones comunicacionales utilizadas actualmente permiten la construcción de la imagen y posicionamiento del IEE en sus públicos?

El IEE tiene un Facebook y página web pero no se alimentan desde hace mucho tiempo, el instituto se centra en el debate rural. Hay una imagen del IEE que es de debate agrario, a través del observatorio, aunque el IEE tiene una imagen de por si de un trabajo de campo con las organizaciones y la investigación social de 30 años, es más estuvo en la constituyente recorriendo el país con talleres para recoger propuestas del campesinado, tuvo su momento de apoyo al movimiento indígena en los 90 y los 2000, ha tenido varias épocas, sin embargo en la última década se ha posicionado por el debate agrario que se ha levantado por el OCARU que tiene su propio equipo y financista permite conjugar la investigación con la comunicación, lo que permite conjugar la investigación con la comunicación, que ha sido uno de los éxitos toda la investigación social realizada por el IEE no se ha quedado en simple estudio gracias al impulso de comunicación del observatorio. Esto ha permitido que se visibilicen debates complicados como lo es el del tema agrario y se ha logrado hacer visible también al IEE

¿Cómo busca el IEE posicionarse en el mercado?

La institución busca posicionarse mediante el observatorio a través de mesas permanentes y de coyuntura, a forma de foros abiertos donde pueden participar públicos como sociedad civil, académicos, estudiantes, investigadores, masa crítica y es más abierta al público, cualquiera se puede unir. Las mesas permanentes son mesas con las organizaciones sociales campesinas e indígenas donde se debaten las problemáticas y se actualizan determinados debates.

¿Existe un factor diferenciador que posea la organización?

Tras 30 años es una de las ONG más antiguas del Ecuador y se ha podido mantener en estos tiempos de crisis, para el país, para la cooperación porque tiene una renta media, aunque ahora con el terremoto las cosas cambian un poco ya que entran nuevas formas de financiación con el tema de reconstrucción, pero creo que para este tipo de proyectos, el IEE ha podido sobrevivir a los tiempos de crisis. Lo que le diferencia es que el IEE hace investigación social, pero también hace trabajo de campo ya que se nutre de los discursos para poder analizar las políticas públicas desde los assembleístas hasta los discursos que se manejan dentro del campo, es una investigación con retroalimentación ya que no solo se hace uso de los sujetos de uso para la investigación sino que da resultados y busca generar soluciones mediante una relación continua y el debate.

¿Cuáles son sus proyectos emblemáticos?

Investigación y mapeo sobre comunas en Quito, debate rural que se sigue un eje, además ayuda y apoyo al pueblo KituKara. No es una ONG que ejecuta proyecto busca general relaciones de confianza. OCARU gracias a la investigación y comunicación logró posicionarse es el más posicionado actualmente.

Manejo de la comunicación:

¿Existe planificación en cuanto a la comunicación externa de sus proyectos sociales?

Existe una planificación que podría ser más informal, sabemos que tenemos que hacer mesas de coyuntura y permanentes, pero según los sucesos nos vamos acoplando, por ejemplo por el terremoto tuvimos que trabajar mucho con la escuela de agroecológica de esmeraldas. Entonces nos vamos acoplando según las cosas que surgen las distintas circunstancias. No hay un documento, realizamos una reunión por trimestre para ponernos objetivos y planificar todo lo que se debe producir comunicacionalmente por este periodo de tiempo. De esta forma cada uno sabe lo que tiene que ir haciendo, pero no contamos con un cronograma fijo.

¿Cuáles son los objetivos de comunicación?

No se tiene un objetivo bien trazado ni una estrategia fija, pero en este marco de 30 años por ejemplo con el video institucional que se está realizando se busca mostrar que el IEE ha sobrevivido a través de la crisis, que sigue realizando investigación, que sigue siendo una ONG posicionada, y ha tenido un trabajo riguroso con el movimiento indígena, movimiento campesino, distintos debates. Ese es nuestro principal objetivo en tiempo presente con el video que se va a lanzar. A través del Facebook tiene un público intelectual, académico, masa crítica, universitario al cual se puede acceder.

¿Cuáles son los objetivos de la organización?

Acompañamiento a organizaciones campesinas e indígenas a través de una investigación rigurosa.

¿Qué considera que hace falta para mejorar la comunicación externa?

Hay una necesidad de llegar al público estudiantil porque es complicado ya que están en sus clases y lo intentamos pero nos falla, tratamos de hacer mesas de coyuntura pero no nos va a funcionar por su tiempo, ya que quisiéramos que los estudiantes asistan a las mesas. Hemos conseguido crear la campaña de comunicación al grano para posicionar el debate agrario y crear una plataforma que nos permita decir cosas que mediante un proyecto financiado no se puede ya que se está implicando y haces demasiado visible a las otras organizaciones y hay relaciones que se debe cuidar entonces mediante esta campaña carreras como sociología política economía comunicación social.

Gestión de la información:

¿De qué forma se envían los mensajes? (medio, eje temático, tiempo, destinatario y objetivo)

Estrategia de mailing que funciona bien hasta ciertos públicos sobre todo por temas de presupuesto, pero gracias a las alianzas que tuneemos podemos llegar a más por ejemplo el pueblo KituKara tiene una base de datos enorme que podemos mandar los boletines que aunque no llegan al 100% de nuestros públicos pero al menos lo hace al pueblo KituKara. Esto nos funciona por el presupuesto, también el Facebook y el Twitter. En este momento a la página nos falta dinamizarla, pero la falta de recurso. El mensaje principal es el debate agrario, como se hacen seguimiento de política pública, además hacen monitoreo diario de noticias, los ejes principales son conflicto de lucha campesina, debate agrario y política pública. Los mensajes llegan o al menos busca llegar a masa

crítica que son los académicos, investigadores, estudiantes y a organizaciones sociales indígenas y campesinas. El objetivo de los mensajes es que la gente tenga una visión de lo que sucede en el Ecuador con relación a los ejes temáticos que ya se mencionaron y además dar a conocer lo que hace el IEE a través del OCARU, como lo es entrevistas, reseñas, síntesis documentos de análisis de ley de tierras, publicaciones, videos.

¿Cómo la información enviada permite obtener la imagen deseada?

Con un formato amable sin mucho texto con imágenes, cosas cortas sin demagogia y eso permite llegar con mensajes claros y comunicar lo que se quiere,

Proceso de Comunicación:

¿Existe un proceso para comunicarse con sus públicos de interés?

A través de la campaña al grano logramos llevar a la pre cumbre de Quevedo, Chimborazo con conjugación de tema técnico de ONG y comunicadores se pudo sacar rápido información hacer un documento de sistematización al interior de las organizaciones, mediante la campaña se puede vender una idea más dinámica con redes sociales fotos boletines.

¿Qué canales utiliza el IEE para comunicarse con sus públicos de interés?

Son digitales, documentos escritos, ahora como publicación IEE se tiene cartillas digitales e impresas, además documentos a través de la web, redes sociales. De manera física se llega mediante los talleres ahí se distribuye a los asistentes. Tenemos postales, cartillas infografías y de esa forma la gente accede a la información

¿Con qué herramientas cuenta el IEE?

Página web y a través del observatorio por YouTube y lo que son las redes sociales del observatorio. Mailing en su mayoría son digitales, además debates cara a cara en forma de talleres y asambleas y poder cubrir los distintos eventos de la organización.

El observatorio es parte del IEE pero existe un problema de identidad ya que por ejemplo su comunicadora no se siente identificada con la organización pero se considera la comunicadora del proyecto como tal, ya que en la actualidad no se ve muy bien decir que es la comunicadora del IEE ya que sus herramientas no están bien manejadas, no se actualizan constantemente, muchas de ellas no sirven por ejemplo el Facebook está bloqueado. Por lo tanto prefiere concentrarse en el OCARU

¿Existe algún tipo de retroalimentación con los públicos? ¿Cuál? ¿Por qué medios? ¿Cómo se evalúa?

Mesas de coyunturas y permanentes se difunden es decir existe esa difusión pero no sabes si la gente lee o no sabes que les llegó pero no sabes a cierta si llega o no .no existe una respuesta solo se envía la información y no hay posibilidad de generar una respuesta por parte del público externo y se evalúa con las estadísticas que te brinda el mailing pero no se tiene una evaluación que si el contenido les sirve o no eso se puede saber en el trabajo de campo cuando se va a los talleres y boca a boca se pregunta si las herramientas les está sirviendo. Y de esta forma se sabe que les sirve para generar el debate crear conocimientos pero es de forma más informal.

¿Existen indicadores que permitan evidenciar el posicionamiento y la imagen actual del IEE?

No existe. Hay una exposición de resultados de investigaciones y publicaciones que se habían realizado en el pasado mediante reuniones de evaluación con las organizaciones que se generaba una retroalimentación pero en la actualidad ya no se ha hecho.

¿Qué busca comunicar el IEE hacia sus públicos de interés?

Cuáles son los proyectos a quienes van dirigidos y tener una información constante de que debate posicionado no y siempre desde el observatorio se ha buscado en la voz del campesino sea lo más importante que se logra mediante las generar relaciones de confianza y extraer la información de su demande y problemáticas a la ciudad para que tengan un protagonismo.

Proyecto OCARU:

¿De qué trata el proyecto OCARU?

Proyecto sobre política agraria en el Ecuador y está basado sobre un seguimiento de la política pública y la reforma institucional del estado entonces surge en el 2011 con la publicación del libro Ecuador rural del siglo XXI que el autor es el antiguo director del IEE Stalin Herrera y se empieza a generar una necesidad de posicionar el debate agrario desde el campo a la ciudad y se va con el proyecto a Rosa Luxemburgo y empieza con un proyecto de análisis pero luego se expande

¿Qué tipo de contenidos y mensajes se manejan en este proyecto?

Ley de tierras y actualizar el debate desde diferentes documentos, con organizaciones como la CONAIE y se amplía a ver todas las problemáticas que pueden acarrear. Se da apoyo a organizaciones se les brinda información para que ellos puedan ir debatir y relacionarse.

¿Qué herramientas comunicacionales se utilizan para este proyecto?

¿Funcionan? ¿Por qué?

Página web, Facebook, Twitter, mailing, alianzas con otras ONG que apoyan al tema agrario, la lucha campesina. El OCARU llega a comunidad indígena mediante cartillas realizadas en conjunto con las organizaciones se busca llegar a los dirigentes y que estos puedan difundir la información hacia los otros mediante talleres.

¿A qué públicos está dirigido este proyecto? ¿Por qué?

Organizaciones sociales y se gustaría llegar más a la masa crítica, otras ONG que trabajan con estos mismos temas.

¿Considera que el proyecto OCARU es más reconocido por los públicos que el IEE?

¿Por qué?

Si porque a la final el OCARU se diversifico más ya que el IEE como institución carece de estrategias de comunicación no tiene más posicionado que los públicos que tuvo siempre pero hasta ahora no se han buscado renovar.

¿Qué diferencia existe entre la imagen que proyecta el OCARU y la que proyecta el IEE?

El IEE es institución pura y dura a veces se confunde con el iaen y el observatorio por todo el dinamismo que tiene se posiciona de mejor manera. El OCARU tiene una imagen de apoyo técnico al tema agrario organizaciones sociales, sistematización de información intenta brindar un espacio para el dialogo.

Las organizaciones se benefician ya que en el conocimiento de información a través de investigación facilita el acceso a la información.

¿Qué desea comunicar el OCARU y qué desea comunicar el IEE?

OCARU desea comunicar apoyo incondicional a organizaciones indígenas desde investigación y comunicación, que se sepa que hay una relación de confianza y se puede confiar y el IEE sigue ahí como un instituto de investigación que ha tenido importancia durante las décadas.

El resultado son las relaciones de confianza que hay con las organizaciones y el fortalecimiento organizacional tanto de ellos como de nosotros.

Academia



Estimado entrevistado el propósito de esta entrevista es conocer cómo se maneja la comunicación externa del Instituto de Estudios Ecuatorianos y cuál es su imagen a partir de sus proyectos sociales, toda la información brindada será utilizada para fines estrictamente académicos. ¿Estaría de acuerdo a que su nombre aparezca en la tesis o prefiere que se guarde confidencialidad?

¡Gracias por su Colaboración!

Nombre: Edgar Efraín Isch López

Edad: 54

Institución educativa a la que pertenece: Universidad Central del Ecuador, Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación

Cargo: Profesor en la materia Realidad cultural y ecológica del Ecuador y Etnografía.

¿Conoce el Instituto de Estudios Ecuatorianos, que conoce de él?

Es una entidad que busca desarrollar análisis sobre la problemática socio ambiental que contribuya a la formación de ecologistas populares, a formación también de personas de distintas carreras profesionales que puedan acercarse a la temática social y ambiental y que den argumentos a la defensa a los derechos de la naturaleza y las personas que han sido víctimas de la violación de sus derechos.

¿Qué imagen tiene del IEE y los proyectos sociales que realiza?

Pienso que es una organización con mucho compromiso social y calidad

técnica, estas dos cosas sumadas generan una posibilidad de acción permanente en ambientes diversos, lo cual ha permitido a su vez el acercamiento a trabajar también temas de vinculación con la academia, como lo son las universidades ecuatorianas, es una manera que los estudios que realizan logren una mayor difusión la cual no podría realizarse si no existirían estas alianzas.

¿Cómo el IEE beneficia al trabajo que realizan los académicos?

Beneficia entregando información fresca, verificada y rigurosa que facilita el acercamiento y actualización de los académicos a problemas sociales y ambientales que vive el Ecuador. El IEE también hace un gran trabajo con las comunidades indígenas dentro del país, esto permite el desarrollo de investigaciones y trabajos sociales. Hoy que las universidades están obligadas a realizar procesos de vinculación, qué mejor que esos procesos se realicen en organizaciones sociales y populares, entonces el desarrollo de investigación, formación y actividades conjuntas, es una vía de interés tanto para los docentes, ya que no solo ayuda a cumplir un fin social, ético e ideológico, sino contribuye también a cumplir una serie de normativas legales que resultan bastante engorrosas para la mayoría de docentes universitarios.

¿De qué manera la academia aporta a los proyectos que realiza el IEE?

El aporte fundamental en el caso de la academia tiene que ver con dos cosas, la primera es el haber permitido la presentación de los resultados de las investigaciones dentro de la academia, por tanto el acercamiento a estudiantes y docentes. La segunda es que se ha dado la posibilidad de que determinados académicos puedan sumarse a actividades concretas de las planteadas por el Instituto.

¿Cuál considera usted que es la mejor manera de llegar a más académicos y se sumen a los eventos del IEE?

En esencia es caminar por el mismo camino, no creo que hay posibilidades

mayores cuando los recursos de una ONG en este momento suelen ser estrechos y de difícil obtención, parece que a eso lo que puede sumarse es que el Instituto de Estudios Ecuatorianos tiene pertenencia como miembro de CLACSO (Consejo Latinoamericano de Ciencias sociales) y que eso podría abrir las posibilidades de trabajar más frecuentemente en grupos CLACSO, sumando gente a fin de distintas universidades.

¿Por qué medios es más fácil contactar a los actores de la academia?

El medio es contactarlos para tareas precisas que posibilita trabajos incluso de vinculación. Los medios digitales son los que más se utilizan, también en ciertas ocasiones se han tomado la molestia de realizar llamadas por teléfono si quieren hacerlo más personal, pero estas son las dos vías fundamentales. En el caso de los análisis de coyuntura, los medios digitales tienen una enorme importancia, ya que cuando estas se realizan es necesario realizar una difusión en vivo en el internet y sería bueno también que eso quede grabado en una página web y la gente pueda acceder de manera regular, porque sirve incluso como un recurso pedagógico y educativo a nivel de la universidad. Los temas de coyuntura ofrecen un gran nivel de debate e investigación que son importantes en el ámbito universitario. Es necesario mejorar la constancia de ese material ya sea de forma física o virtual, tanto en la academia como en las organizaciones.

¿Qué recomendaciones brindaría al IEE para la mejora de su imagen y comunicación?

Hace falta abrir una relación más allá de los contactos existentes y para eso siempre es necesario establecer una vinculación formal con autoridades universitarias que den esa facilidad, la segunda es la posibilidad de negociar proyectos de investigación o de otro tipo, no es un tema fácil, ya que existen algunas normas, sobre todo en la universidad pública que complican de alguna manera el nexo con un ONG, pero tampoco la impide, entonces si hay las posibilidades pero hay que apuntar a ellas.

Anexo 3 Diario de campo:

El día 13 de mayo de 2016 asistí al V Congreso Nacional de la ECUARUNARI. Llegué a las 9 de la mañana a la comunidad la Toglla ubicada en la intervalles entre el valle de los chillos y el valle de Tumbaco, en esta comunidad reside el pueblo KituKara. El momento de ingresar fue un poco incierto, ya que las comunidades indígenas son muy reservadas en cuanto a sus eventos y manejan un hermetismo complejo debido a tema de infiltrados y conflictos políticos, además que tienen una organización muy rígida y esto no permite la flexibilidad al momento de permitir el ingreso de un forastero.

El equipo del IEE llegó alrededor de las 10 de la mañana, con cuya presencia se permitió mi acceso, ya que después de un intenso diálogo con los dirigentes indígenas estos permitieron que entre como equipo de comunicación de la organización quienes eran invitados por parte de Fernando Cabascango líder del pueblo KituKara. El IEE asistió al congreso debido a una nueva campaña que lanzó llamada Al Grano. Alrededor de las 11 de la mañana logramos entrar e inscribirnos como equipo de comunicación para recibir nuestras credenciales, sin embargo todavía quedaba pendiente dialogar para que permitan realizar las encuestas, fue un poco frustrante y creó en mi mucha incertidumbre, ya que al preguntar si se podía realizar encuestas a la comunidad indígena se generaba cierto rechazo y desconfianza por parte de los dirigentes, entre mi pensaba que daño podría hacer una simple encuesta, sin embargo tras tener una larga charla con Darío Iza y otros dirigentes entendí que existía un antecedente muy fuerte en cuanto a este método de recaudación de información, ya que el pueblo indígena dentro de su historia ha sido sometido a responder este tipo de herramientas durante gobiernos corruptos que aprovechaban esta información para implantarles impuestos, quitarles sus derechos o dividir a las comunidades para intereses políticos, por lo tanto al ser un evento tan importante y decisivo para el futuro de la comunidad indígena existía mucho recelo y miedo por posibles infiltrados o saboteadores, además el día tenía varias actividades y era muy poco probable que los compañeros tengan

un tiempo libre para responder mis encuestas.

Tras un largo diálogo y explicación que mi trabajo era con fines única y exclusivamente académicos, para conocer la imagen que tenía los pueblos y nacionalidades indígenas sobre el IEE, después de un largo convencimiento y la mala cara de muchos asistentes que no aprobaban la actividad que estaba por hacer. Darío Iza permitió que realice las encuestas, sin embargo bajo varias condiciones, la primera era que lo haga bajo la supervisión de un líder asignado por ellos que iba a estar vigilándome, la segunda era que sólo podía hacerlo con un grupo reducido de personas que se encontraban en los graderíos del estadio y el tercero fue que enseñe mi encuesta para que sea aprobada previamente. Me asignaron el líder indígena y él comunicó a la comunidad de qué se trataba la encuesta y preguntó quién estaba dispuesto a colaborar, en seguida se formó un ambiente hostil de desconfianza lo que redujo mucho más las personas que iban a apoyarme con la misma, esto ocasionó que sólo 120 quisieran realizar la encuesta debido a las experiencias previas mencionadas. De esta población muy pocas personas conocían a fondo el IEE, algunas habían escuchado de él o tenían una pequeña referencia mientras otras no sabían que era. Al finalizar las encuestas un poco desilusionada de la poca acogida que me dieron, decidí observar cómo se relacionaba el equipo del IEE en el entorno. La organización fue al evento con el fin de documentarlo y a la vez dialogar con los líderes indígenas acerca de las distintas problemáticas del sistema agrario, recursos el cambio rural y cómo este se relaciona con las zonas urbanas en donde pude llegar a la conclusión que la una depende de la otra, ya que sin la zona rural la urbana no podría abastecerse de todos los productos agrícolas que produce la rural, mientras que la rural sin la urbana no tendría acceso a las redes de comercio y oportunidad laboral. Ambas funcionando como un sistema en donde la una influye a la otra.

El IEE es más reconocido a nivel de líderes ya que al trabajar estos directamente con la organización están más enterados de la misma por lo tanto al pedirles una entrevistas ellos aceptaban con gusto sin mostrar ninguna

resistencia, eso sí durante sus ratos libres ya que era una jornada extensa y muy ajetreada. El congreso inició con un ritual típico de las comunidades indígenas que consistía en la limpia y agradecimiento a sus dioses, con el fin de llenarse de energía en este evento tan crucial como lo es la elección de los nuevos directivos de la ECUARUNARI. En el congreso se encontraban varios personajes importantes tanto para la comunidad indígena como para el desarrollo político de nuestro país como lo es Carlos Pérez Guartambel actual presidente de la ECUARUNARI, Salvador Quishpe Gobernador de Zamora, Juan Macas, Darío Iza, Fernando Cabascango, además varios asambleístas como Nina Pacari, Lourdes Tiban quienes se encontraban en la mesa directiva.

Fue una experiencia realmente privilegiada, ya que sin el contacto del IEE nunca podría haber ingresado al evento debido a que todo se realiza a puertas cerradas por así decirlo por lo tanto fue una suerte poder estar ahí y observar cómo se desarrollan los congresos indígenas además fue importante para entender y verificar cuál es el papel que cumple el IEE dentro de las comunidades indígena Y como sus proyectos sociales le permiten establecer o no una imagen.

Carta de aprobación de Free Press en Radio Sensación 800 AM



Quito, 24 de junio del 2016

RADIO SENSACIÓN 800 AM

Sra. Isabel Salcedo Comunicación IEE

Radio Sensación 800am se caracteriza por ser una radio de noticias, actualidad y entretenimiento.

Nuestro programa estelar: "Te la dejo picando", se emite de 09h00 a 12h00 de lunes a viernes y consiste en el desarrollo de las noticias más importantes en el ámbito político, económico, social y cultural del país. Un noticiero matizado con música, entrevistados, columnas de opinión, panorama internacional y humor.

Al ser el IEE una organización que realiza investigación formación y asistencia técnica al desarrollo local, a movimientos sociales rurales, de género y ambiente con el fin de acompañar a las organizaciones en resolución de problemas y diálogo de políticas públicas.

Como medio de comunicación estaríamos gustosos de brindar un espacio a esta institución en nuestro programa. Otorgando una entrevista a la Sra. Alejandra Santillana directora del IEE, con el fin de difundir el trabajo que realizan mediante proyectos e investigaciones.

Christian Racines

Director Sensación 800 AM Teléfono: 0983749555

Email: chracinesc@hotmail.com