

Universidad Andina Simón Bolívar

Sede Ecuador

Área de Comunicación

Maestría en Comunicación Estratégica

Análisis de las estrategias comunicacionales del INPC en materia de tráfico ilícito de bienes culturales en Ecuador

Christian Giovanni Miranda Gaibor

Tutor: Pablo Andrés Escandón Montenegro

Quito, 2022



Cláusula de cesión de derecho de publicación

Yo, Christian Giovanni Miranda Gaibor, autor de la tesis intitulada “Análisis de las estrategias comunicacionales del INPC en materia de tráfico ilícito de bienes culturales en Ecuador”, mediante el presente documento dejo constancia de que la obra es de mi exclusiva autoría y producción, que la he elaborado para cumplir con uno de los requisitos previos para la obtención del título de Magíster en Comunicación Estratégica en la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.

1. Cedo a la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, los derechos exclusivos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación, durante 36 meses a partir de mi graduación, pudiendo, por lo tanto, la Universidad, utilizar y usar esta obra por cualquier medio conocido o por conocer, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico. Esta autorización incluye la reproducción total o parcial en los formatos virtual, electrónico, digital, óptico, como usos en red local y en internet.
2. Declaro que en caso de presentarse cualquier reclamación de parte de terceros respecto de los derechos de autor/a de la obra antes referida, yo asumiré toda responsabilidad frente a terceros y a la Universidad.
3. En esta fecha entrego a la Secretaría General, el ejemplar respectivo y sus anexos en formato impreso y digital o electrónico.

5 de agosto de 2022

Firma: _____

Resumen

El presente estudio tuvo como objetivo principal analizar el uso e impacto de las estrategias comunicacionales implementadas por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC) sobre la Campaña de capacitación, sensibilización, difusión y formación para prevenir el tráfico ilícito de bienes culturales en Ecuador, entre septiembre del 2019 a febrero del 2020. Para ello, dentro de la metodología se tomó en cuenta el enfoque cualitativo, desde el uso de la revisión bibliográfica sobre acciones emprendidas por el departamento de Comunicación del INPC, en materia de la Campaña de capacitación, sensibilización, difusión y formación para prevenir el tráfico ilícito de bienes culturales. Los principales resultados determinaron que, pese a que la entidad ha promovido acciones puntuales de sensibilización en las comunidades, las acciones emprendidas no han dado los efectos deseados, en tanto, el tráfico ilícito en el país aún es preocupante, y la información mayoritaria socializada en los distintos medios se ha enfocado en difundir los operativos de incautación. Se concluye, de este modo, que la comunicación estratégica enactiva es una alternativa válida para apoyar las acciones comunicacionales de la Dirección de Comunicación del INPC, en materia de concienciar y sensibilizar a la sociedad ecuatoriana tomando como eje central la prevención.

Palabras clave: comunicación estratégica enactiva, INPC, tráfico ilícito de bienes culturales

A mi amada familia, por ser todo para mí.

Tabla de contenidos

Figuras y tablas.....	11
Introducción.....	13
Capítulo primero Definiciones conceptuales.....	17
1. Patrimonio cultural.....	17
1.1. Definición y alcances.....	17
1.1.1. Clasificación.....	19
1.1.1.1. Tangible.....	19
1.1.1.2 Intangible.....	20
1.1.1.3. Otro tipo de patrimonios culturales.....	21
2. Bienes culturales: definición y clasificación.....	22
2.3. Características de los bienes culturales que forman parte del patrimonio cultural.....	26
2.4. La legislación de bienes y patrimonios en Ecuador en materia de protección cultural y nacional.....	27
2.5 La normativa internacional e instituciones mundiales en materia de protección de los bienes del patrimonio cultural.....	29
3. La comunicación en las organizaciones.....	30
3.1. La comunicación estratégica: definición y alcances.....	32
3.2.1 Comunicación estratégica corporativa.....	34
3.2.2 Comunicación estratégica prospectiva.....	35
3.2.3 Comunicación estratégica enactiva.....	37
3.3 El papel de la comunicación estratégica y la comunicación estratégica enactiva en el combate del tráfico ilícito de bienes culturales.....	39
Capítulo segundo: Descripción del caso INPC.....	43
1. Antecedentes.....	43

2. Acciones emprendidas por el INPC.....	45
3. Acciones emprendidas por el INPC en materia de tráfico ilícito de bienes culturales en el 2019.	46
4. Acciones emprendidas por el INPC en materia comunicacional	49
5. Aclaración metodológica.....	51
6. Plan estratégico de comunicación y Campaña de capacitación, sensibilización, difusión y formación para prevenir el Tráfico Ilícito de Bienes Culturales TIBC	51
6.1 Resultados.....	53
Capítulo tercero Propuesta de Plan Estratégico Enactivo para INPC	63
1. Estrategias para el Dpto. de Comunicación del INPC para prevenir el tráfico ilícito de bienes culturales, a partir de la comunicación estratégica enactiva	63
1.1 Datos generales de la institución	63
1.2. Introducción.....	63
2. Etapas y procesos de la comunicación estratégica enactiva en materia preventiva contra el tráfico ilícito de bienes culturales	64
Conclusiones.....	79
Lista de referencias	83

Figuras y tablas

Figura 1 Acción: control de tráfico ilícito de bienes del patrimonio cultural.....	47
Figura 2 Acción: control de tráfico ilícito de bienes del patrimonio cultural.....	47
Figura 3 Valoración, caracterización y periciales de bienes del patrimonio cultural	47
Figura 4 Control de tráfico ilícito de bienes del patrimonio cultural	48
Figura 5 Control de tráfico ilícito de bienes patrimonio cultural. Acompañamiento GAD .	48
Figura 6 Control de tráfico ilícito de bienes del patrimonio cultural. Emisión de alertas virtuales	48
Figura 7 Jerarquización de actores vinculados y no vinculados al problema.....	69
Tabla 1 Clasificación de bienes que conforman el patrimonio cultural	24
Tabla 2 Clasificación de bienes materiales muebles según el INPC	25
Tabla 3 Diferencias entre comunicador tradicional y comunicador estratégico enactiva	38
Tabla 4 Operaciones algoritmo fluido en IEC – técnicas, instrumentos y herramientas.....	39
Tabla 5 Etapas y procesos de la Comunicación estratégica enactiva	41
Tabla 6 Resumen actividades INPC 2012 al 2021	45
Tabla 7 Resumen actividades Dpto. Comunicación del INPC 2009 al 2021	50
Tabla 8 Resultados alcanzados. Análisis 2013-2020.....	53
Tabla 9 Publicaciones en medios de comunicación sobre la Campaña.....	55
Tabla 10 Resumen actividades del INPC. Rendición de cuentas 2019	57
Tabla 11 Etapas y procesos de la Comunicación estratégica enactiva en materia preventiva contra el tráfico ilícito de bienes culturales	59
Tabla 12 Versión Técnica Comunicacional VCT.....	64
Tabla 13 Aspecto del problema	65
Tabla 14 Niveles del problema por aspecto: organizacionales y comunicacionales.....	66
Tabla 15 Niveles del problema por aspecto: sociales.....	66
Tabla 16 Niveles del problema por aspecto: económicos y tecnológicos	67

Tabla 17 Etapa II. Análisis y prescripción mediante marcas racionalidad comunicacional	67
Tabla 18 Reconocimiento y jerarquización de los actores vinculados a cada aspecto del problema: organizacionales y comunicacionales	68
Tabla 19 Reconocimiento y jerarquización de los actores vinculados a cada aspecto del problema: sociales	68
Tabla 20 Reconocimiento y jerarquización actores vinculados a cada aspecto del problema: económicos y técnicos	68
Tabla 21 Reconocimiento de matrices socioculturales.....	69
Tabla 22 Caracterización de matrices socioculturales: los que dirigen.....	70
Tabla 23 Caracterización de matrices socioculturales: los que vinculan	70
Tabla 24 Caracterización de matrices socioculturales: los que financian	70
Tabla 25 Caracterización de matrices socioculturales: los que se benefician	71
Tabla 26 Caracterización de matrices socioculturales: los que se benefician	71
Tabla 27 Objetivo estratégico 1 de la propuesta.....	73
Tabla 28 Objetivo estratégico 2 de la propuesta.....	75
Tabla 29 Objetivo estratégico 3 de la propuesta.....	76
Tabla 30 Cronograma actividades de la propuesta.....	77
Tabla 31 Presupuesto de la propuesta.....	78

Introducción

La comunicación estratégica en las organizaciones es un modelo basado en la cooperación e interacción entre los públicos (tanto interno como externo). El fin, fortalecer vínculos a largo plazo que faciliten la consecución de los objetivos y metas trazadas por las mismas. Así, “las decisiones se construyen con comunicación para lograr beneficios sustentables a nivel individual, colectivo y ecológico” (Durán et al. 2016, 178); por lo que en áreas como la preservación de bienes culturales se convierte en un intangible importante para prevenir:

Esto en vista de la afectación del patrimonio cultural, un bien de interés público que lleva inserto una fuerte carga simbólica y emotiva, pero que prevalece el desconocimiento de la sociedad sobre la importancia real del patrimonio.

Se entiende así que al evidenciarse que el tráfico ilícito de bienes culturales es una situación que ha ido en aumento y que, por ende, está violentando la apropiación de una serie de recursos indispensables para la efectivización de derechos como el patrimonio cultural, donde la comunicación se convierte en una herramienta estratégica para enfrentar la problemática, del que a partir de la Campaña de capacitación, sensibilización como difusión y formación, la Comisión Nacional de Lucha Contra el Tráfico Ilícito de Bienes Culturales, de la que forma parte el INPC, ha ido implementado.

En función del problema evidenciado, el presente estudio se justifica en función de contribuir desde la comunicación estratégica enactiva a prevenir el tráfico ilícito de bienes culturales, un elemento importante para mantener y fortalecer la identidad de un país, siendo este la principal motivación del presente estudio conforme la comunicación pueda aportar al derecho de las sociedades de mantener su cultura y preservarla. Para ello, se toma como base la pregunta de investigación que refiere a ¿qué uso e impacto han tenido las estrategias comunicacionales implementadas por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC) sobre la Campaña de capacitación, sensibilización, difusión y formación para prevenir el tráfico ilícito de bienes culturales en Ecuador?

De este modo, el objetivo principal refiere a analizar el uso e impacto de las estrategias comunicacionales implementadas por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural

(INPC) sobre la Campaña de capacitación, sensibilización, difusión y formación para prevenir el tráfico ilícito de bienes culturales en Ecuador, entre septiembre del 2019 a febrero del 2020.

Los objetivos específicos: identificar las estrategias de comunicación emprendidas en la campaña en su fase de capacitación, sensibilización, difusión y formación para prevenir la problemática abordada; examinar los resultados alcanzados con las estrategias comunicacionales emprendidas por el INPC en la campaña hacia servidores públicos, funcionarios del servicio exterior, empleados municipales y sociedad civil y, finalmente, establecer lineamientos generales para el fortalecimiento de las estrategias comunicacionales implementadas por el INPC, en materia de tráfico ilícito de bienes culturales.

Dentro de la metodología utilizada, se ha tomado en cuenta el enfoque cualitativo con el uso de la investigación bibliográfica que permita analizar las acciones emprendidas por el INPC en materia de comunicación dentro de la Campaña de capacitación, sensibilización, difusión y formación para prevenir el Tráfico Ilícito de Bienes Culturales TIBC para, en función de aquello, establecer la propuesta del estudio.

En función de lo expuesto, el capítulo primero toma en cuenta categorías como patrimonio cultural, bienes culturales, la comunicación en las organizaciones, comunicación estratégica, y comunicación estratégica enactiva, entre otros.

El capítulo segundo aborda la realidad del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural: antecedentes, acciones emprendidas en materia comunicacional, el plan estratégico de comunicación dentro de la Campaña de capacitación, sensibilización, difusión y formación para prevenir el Tráfico Ilícito de Bienes Culturales TIBC hasta desembocar en la parte de resultados

El capítulo tercero explica la propuesta comunicacional con enfoque a la comunicación estratégica enactiva. Esto en función, de los resultados obtenidos tras el proceso investigativo.

Finalmente, se expone la parte de conclusiones tomando como base los objetivos específicos trazados en el presente estudio.

Con base a lo expuesto, la propuesta toma como recurso los elementos que la comunicación estratégica enactiva permite identificar las principales estrategias desde sus 5 etapas: versión técnica comunicacional VCT, análisis y prescripción mediante marcas de

racionalidad comunicacional, reconocimiento y jerarquización de los actores vinculados a cada aspecto del problema comunicacional, jerarquización de actores vinculados y no vinculados al problema, y caracterización de matrices socioculturales en torno al problema. Esto en función de tres ejes temáticos: diseño de un modelo de gestión de comunicación pública del patrimonio cultural, acciones de capacitación, sensibilización para prevenir el tráfico ilícito de bienes culturales con el acercamiento directo con la comunidad, y el diseño de estrategias de prevención del tráfico ilícito de bienes culturales a partir del uso de las TIC.

Capítulo primero

Definiciones conceptuales

1. Patrimonio cultural

1.1. Definición y alcances

Para introducir al tema sobre la definición de patrimonio cultural es necesario establecer que la misma parte de la idea de cómo entiende la Escuela de los Estudios Culturales el término cultura, donde uno de sus representantes Raymond Williams (2011) tomará como base la visión antropológica, con la intención de entender la definición de la categoría desde los valores, y enfocarla desde el análisis de las formas de vida resaltando el término no desde una perspectiva externa en el que el ser humano debe incorporarla en su cotidianidad, sino más bien “como una estructura de sentir, es decir, los valores compartidos por comunidades específicas” (Rowan 2012, 9).

En este sentido, para Garet Morgan (citado en Zalpa, 2011, 205), “la cultura ya no puede ser vista como una simple variable, que tienen las organizaciones, sino que tiene que ser entendida como un fenómeno vivió y activo a través del cual la gente crea y recrea los mundos en los que vive”. Además, la cultura como práctica de significación será todo aquello que significa la comunicación no verbal.

Así para el estudio del patrimonio cultural, el término cultura, desde una visión antropológica y conforme a la escuela de los Estudios Culturales, comprende toda forma singular de vida de un pueblo que abarca tanto sus creencias, sus rituales, sus prácticas, códigos, normas de comportamiento que se expresan en la cotidianidad, en el día a día, pero también se manifiestan en la herencia material e inmaterial que dan cuenta, desde sus características, la forma cómo los antepasados vivenciaron la cultura a partir de su particularidad.

Conforme lo expuesto, para María García (2011) el concepto de patrimonio es ampliamente moderno, es decir, que trasciende desde su sentido original de verlo como un bien heredado del pasado, propiedad de un grupo o persona, hacia entenderlo como un

conjunto de bienes como costumbres que se transmite al reconocer en ellos un valor único pero, además, es de propiedad colectiva; por tanto, a su decir, al reconocer los bienes materiales como inmateriales como señas de identidad colectiva, es la sociedad quien le da sentido y contenido a la propiedad conforme a asumirla como una herencia en común: propiedad de todos.

Bajo este contexto, el patrimonio cultural como elemento identitario de un pueblo se asume como el legado, la herencia recibida por los antepasados que se expresa en los bienes tangibles e intangibles, y que a nivel comunitario se asume en un proceso constante de retroalimentación en el que la cultura se manifiesta viva, y en el que los individuos mantienen una conciencia de la riqueza de su cultura como experimentan su distintividad al relacionarse con otros.

De esta forma, para la UNESCO (1986, 32), el término patrimonio cultural comprende:

Las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan sentido a la vida, es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo; la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas.

Como se aprecia, la definición abarca toda expresión humana que se manifiesta desde la cotidianidad y que, sin distinción alguna, le pertenece al colectivo; que surge, además, en la interacción con los demás pero, así mismo, expresa un sentido profundo del bien común como el ser un vínculo de herencia para una cultura en particular, que más allá de mantener un valor económico, es fuente clara de valor simbólico, último punto que conlleva a la necesidad de apuntar a su protección desde la regulación que la legislación de cada país posee, sobre todo cuando a decir del Ministerio Coordinador de Patrimonio del Ecuador (2012), existen valores propios del patrimonio cultural que constituyen un recurso no renovable, es decir, que no puede volver a su estado inicial, siendo necesario preservarlo con el tiempo.

1.1.1. Clasificación

El patrimonio cultural forma parte de uno de los tipos de patrimonio que la UNESCO (2002) reconoce a nivel mundo, los otros son los bienes mixtos, es decir, la combinación del natural y cultural, así como los paisajes culturales, entre otros; y los naturales, tales como el hábitat de especies animales o zonas naturales, entre otros. Así, en la clasificación general del patrimonio de acuerdo al Ministerio Coordinador de Patrimonio del Ecuador (2012), y de acuerdo al artículo 379 de la Constitución de la República está contemplado:

1. Las lenguas, formas de expresión, tradición oral, diversas manifestaciones y creaciones culturales, incluyendo las de carácter ritual, festivo y productivo.
2. Las edificaciones, espacios y conjuntos urbanos, monumentos, sitios naturales, caminos, jardines y paisajes que constituyan referentes de identidad para los pueblos o que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.
3. Los documentos, objetos, colecciones, archivos, bibliotecas y museos que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.
4. Las creaciones artísticas, científicas y tecnológicas. (EC 2008, art. 379)

Así mismo, para el estudio del patrimonio, el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural toma en cuenta la siguiente clasificación: “bienes muebles, inmuebles, arqueológicos, documentales e inmateriales” (EC Ministerio Coordinador de Patrimonio del Ecuador 2012, 14). Cabe señalar que los bienes muebles e inmuebles forman parte del patrimonio cultural tangible.

A continuación, se exponen dos de los tipos que el patrimonio cultural destaca: el material o tangible y el inmaterial o intangible.

1.1.1.1. Tangible

En esencia, el patrimonio cultural tangible es un elemento histórico que aporta significativamente a la identidad de un pueblo como de su memoria que se conserva con el tiempo siendo, además, fuente material para promover la cohesión social: su grado de integración y consenso colectivo, como transmitir los valores y costumbres de una comunidad en particular.

En este sentido, para el Ministerio Coordinador de Patrimonio del Ecuador (2012), el patrimonio cultural tangible está dividido en dos categorías. A saber: el mueble e inmueble. El

primero, “es aquel que podría ser trasladado de un lugar a otro y comprende colecciones u objetos de carácter arqueológico, etnográfico, artístico, utilitario, documental, científico, utilitario y monumentos en espacio público entre otros” (Ministerio Coordinador de Patrimonio del Ecuador 2012, 2).

El patrimonio cultural inmueble hace referencia, en cambio, a todo bien que se encuentra en una zona específica y, por ende, no pueden trasladarse y que pertenecen, según Ángel Quinteros (2020), a cualquier época desde la prehispánica hasta la contemporánea. Comprende así los “urbanos, conjuntos de inmuebles en espacio público y construcciones de arquitectura habitacional, institucional, comercial, industrial, militar, religiosa, para el transporte y obras de ingeniería que dan cuenta de una fisonomía, características y valores distintivos y representativos para una comunidad” (Chaparro 2018, 2).

En resumen, el patrimonio cultural tangible, en general, evoca a aquellos bienes físicos que mantienen un alto valor histórico y simbólico de una comunidad que dan cuenta de la identidad cultural como el legado que de generación en generación se transmite y permanece con el tiempo siendo, además, un factor importante para el desarrollo local de un pueblo.

1.1.1.2 Intangible

Denominado también inmaterial, este tipo de patrimonio cultural al igual que el tangible cumple una función social significativa, y tiene su esencia en aquellas expresiones sobre los conocimientos ancestrales, los rituales, la gastronomía y en toda aquella manifestación que también se gesta desde la cotidianidad como la danza, la música, la lengua, las fiestas y relatos expresando, de esta forma, la concepción del mundo desde la particularidad de una comunidad.

Así, y conforme, a los parámetros establecidos por la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, el Ecuador toma en cuenta las siguientes categorías:

1. Tradiciones y expresiones orales;
2. Artes del espectáculo;
3. Usos sociales, rituales y actos festivos;
4. Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo;

5. Técnicas artesanales tradicionales. Sobre estos ámbitos referenciales se han desarrollado categorías más específicas según la realidad cultural del Ecuador. (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural 2014, 6)

De esta forma, la particularidad de este tipo de patrimonio cultural está dado por ser una manifestación ancestral que aún hoy está viva, siendo palpable a través de la oralidad llevándose a cabo de manera colectiva promoviendo, de este modo, a la creatividad humana según el Ministerio Coordinador de Patrimonio del Ecuador (2012), pero también a la diversidad cultural “siendo compatible con los instrumentos internacionales de derechos humanos existentes. Cumple, además, con los imperativos de respeto mutuo entre comunidades, grupos e individuos y de desarrollo sostenible” (Ministerio Coordinador de Patrimonio del Ecuador 2012, 30).

En definitiva, este tipo de patrimonio cultural devela la diversidad de usos sociales como prácticas culturales que se vivencian a partir de aquellos elementos que son visibles o audibles, pero no poseen una infraestructura fija o que pueda trasladarse de un lugar a otro; sin embargo, mantiene las características esenciales de un patrimonio: la preservación de una herencia proveniente desde los tiempos más lejanos que se han hallado sobre la existencia de la vida humana.

1.1.1.3. Otro tipo de patrimonios culturales

Como se expresó dentro de la clasificación del patrimonio cultural incluyen también aquellos bienes arqueológicos y documentales. En este sentido, los primeros comprenden todo aquel vestigio que ha sido dejado por las civilizaciones pasadas que ocuparon territorio ecuatoriano antes de la llegada de los españoles, lo que a decir del Ministerio Coordinador de Patrimonio del Ecuador (2012, 24) “Estas evidencias dan cuenta de la vida de los grupos, de sus estructuras habitacionales, centros ceremoniales y administrativos” y del que incluyen, además, cementerios, aldeas, caseríos, caminos y vías, entre otros.

Con relación a los bienes documentales, estos comprenden libros y documentos manuscritos que son testimonio de aspectos sociales, del conocimiento, el lado cultural de la humanidad y que, por ende, contiene un amplio valor histórico aportando, de esta forma, al conocimiento universal según García (2009), los mismos que, a su decir, son comprendidos

solo a partir de las relaciones históricas y sociales en las que fueron producidos, es decir, desde su contexto.

Así, para el Ministerio Coordinador de Patrimonio del Ecuador (2012, 27) este tipo de bienes tiene como objetivo principal “registrar, transmitir y conservar información de las actividades realizadas por las personas o instituciones públicas o privadas, en un lugar y fechas determinadas” dando fe, por ende, de la veracidad de aquellos testimonios u objetos hallados con el tiempo.

2. Bienes culturales: definición y clasificación

En palabras de Fernández, Fanjul y Barceló (2018, 4), a diferencia del patrimonio cultural que se define como “el conjunto de bienes muebles, inmuebles e inmateriales que forman parte de nuestro pasado y que hemos decidido proteger como parte de nuestras señas de identidad e historia”; un bien cultural constituye aquellos “bienes muebles, inmuebles e inmateriales que definen la identidad cultural de un pueblo, y que se transmiten o preservan históricamente a través de múltiples aspectos culturales, como la lengua, ritos, ceremonias, etc., los monumentos, libros, objetos de interés artístico, arqueológico, etc., y hemos decidido preservar y conservar” (Fanjul y Barceló 2018, 5).

Así, la Ley del Patrimonio Cultural del Ecuador, publicada en el Registro Oficial 465 de 19 de noviembre de 2004, establece como bien cultural:

- Su entorno ambiental y paisajístico necesario para proporcionarle una visibilidad adecuada, los cuales deben conservar las condiciones de ambientación e integridad en que fueron construidas las obras de la naturaleza cuyas características o valores hayan sido rescatados por la intervención del hombre.
- Las obras de la naturaleza que tengan interés científico para el estudio de la flora, la fauna o la paleontología (Artículo 7, párrafo 1).
- El bien que sea producto del patrimonio cultural ecuatoriano, pasado o presente, que haya sido declarado como tal por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, sin consideración a su situación legal patrimonial actual. (Montenegro 2016, 11)

Ahora bien, es importante resaltar que el bien cultural tiene un fin social, es decir, la necesidad de proteger y preservar dichos bienes atendiendo al derecho humano de “conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural” (EC 2008, 15).

Así mismo, mantiene una naturaleza no regenerable, o sea, si se destruye no podrá ser sustituido; por lo tanto, es importante que las entidades encargadas de su preservación dirijan las acciones hacia la planificación enfocando las estrategias en la educación patrimonial. Esto, para Fernández, Fanjul y Barceló (2018, 5) “permite a la sociedad conocer su Patrimonio, cuando este se conoce se comprende, se respeta y se valora. La valoración de nuestro Patrimonio nos conduce a cuidarlo, disfrutarlo y sentirnos orgullosos de él, lo que nos lleva a transmitirlo, difundirlo. La ausencia de sensibilización patrimonial conlleva al vandalismo”.

Se entiende por vandalismo a la figura del tráfico ilícito de bienes culturales, delito que para combatirlo se ha suscrito una serie de convenios a nivel internacional, con la intención de fortalecer las legislaciones nacionales sobre la preservación del patrimonio cultural y el apoyo para recuperar bienes sustraídos donde, además, ha sido necesario llevar a cabo un inventario de bienes culturales para su respectivo control; así como el uso de “fichas de inventario, plataforma informática, declaración juramentada de no transportar bienes culturales, registro y consulta de profesionales, el sistema de atención de denuncias de riesgos y afectaciones contra el patrimonio cultural, la certificación de No afectación Patrimonial a sitios arqueológicos y paleontológicos” (Nagua 2016, 6).

A esto añadido la ejecución de medidas centradas en llevar a cabo campañas de prevención contra el delito del tráfico ilícito de bienes culturales, como a una serie de capacitaciones a entidades relacionadas a la problemática, y la generación de consciencia a la comunidad sobre el valor que tiene el patrimonio cultural centrada en la protección de bienes culturales.

Esto se expresa en la necesidad de forjar espacios para la educación patrimonial como estrategia para combatir el tráfico ilícito de bienes culturales tomando como base una perspectiva holística, es decir desde “el carácter sistémico, participativo, interactivo, complejo y socio crítico” (Martín y Cuenca 2015, 38) y que en países como Brasil, Argentina, Colombia y Chile han implementado a partir de programas dirigidos a reconstruir la historia local, preservar la tradición oral y material como en preservar y valorar el patrimonio cultural de un pueblo como así lo señala Olaia Fontal (2016).

Se ha expresado en párrafos anteriores que los bienes culturales que forman parte del patrimonio cultural de un país, están dados por los bienes materiales (muebles e inmuebles)

e inmateriales. Así, a continuación, y a modo de resumen, en la tabla 1 se describe la clasificación descritos en el presente estudio.

Tabla 1
Clasificación de bienes que conforman el patrimonio cultural

Tipo	Subclasificación	Ejemplos
Tangible o material	Mueble (puede trasladarse de un lugar a otro)	Colecciones u objetos de carácter arqueológico, etnográfico, artístico, utilitario, documental, científico, utilitario y monumentos en espacio público.
	Inmueble (no puede trasladarse)	Conjuntos de inmuebles en espacio público y construcciones de arquitectura habitacional, institucional, comercial, industrial, militar, religiosa
Intangible o inmaterial	<ul style="list-style-type: none"> • Tradiciones y expresiones orales; • Artes del espectáculo; • Usos sociales, rituales y actos festivos; • Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo; • Técnicas artesanales tradicionales. Sobre estos ámbitos referenciales se han desarrollado categorías más específicas según la realidad cultural del Ecuador. 	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos ancestrales, los rituales. • Gastronomía. • Danza. • Música. • La lengua. • Fiestas; y • Relatos
Arquitectónico	<ul style="list-style-type: none"> • Yacimiento monumental y superficial • Albarradas (construcciones de tierra) • Fósiles • Terracería agrícola y camellones • Petroglifos (símbolos tallados en roca) • Colecciones • Caminos y vías. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tolas • Restos cerámicos • Colecciones privadas • Bosques • Huesos de animales
Documental	<ul style="list-style-type: none"> • Archivo • Biblioteca • Fotográfico • Sonoro • Fílmico audiovisual 	<ul style="list-style-type: none"> • Manuscritos • Libros antiguos y modernos • Partituras • Cintas de video

Fuente: Ministerio Coordinador de Patrimonio del Ecuador (2012), UNESCO (2002), INPC (2014)
Elaboración propia

Así, dentro de los bienes inmateriales, el papel de los pueblos como del Estado ecuatoriano es preservarlos con el tiempo conforme su práctica en la cotidianidad; pero en el caso de los bienes materiales (muebles e inmuebles) aborda el interés de generar conciencia en la ciudadanía de preservarlas como la responsabilidad del Estado de prevenir su tráfico

ilícito, sobre todo de aquellos bienes muebles, los mismos que son objeto de traslado de un lugar a otro.

En este sentido, el INPC (2018) y conforme el interés de salvaguardar este tipo de bienes frente al tráfico ilícito, los ha clasificado de la siguiente manera. Ver tabla 2.

Tabla 2
Clasificación de bienes materiales muebles según el INPC

Bien material mueble	Ejemplo
Arqueología	<ul style="list-style-type: none"> • Ollas • Vasijas • Objetos de piedra, cerámica • Sellos. • Máscaras.
Pintura (de los siglos XVI y XX)	<ul style="list-style-type: none"> • Tabla • Tela • Metal
Escultura	<ul style="list-style-type: none"> • Tallada en madera cuya temática es religiosa
Platería (De índole religioso y civil)	<ul style="list-style-type: none"> • Jarras • Atriles • Custodias. • Mariolas.
Textiles (civil y religioso)	<ul style="list-style-type: none"> • Vestimentas de imágenes. • Ornamentos
Bienes utilitarios	<ul style="list-style-type: none"> • Metal • Madera • Barniz de pasto • Objetos en cerámica
Librería	<ul style="list-style-type: none"> • Libros antiguos
Numismática	<ul style="list-style-type: none"> • De la época prehispánica, colonial y republicana.
Filatelia y medallística	
Notailia	<ul style="list-style-type: none"> • En papel moneda
Manuscritos:	<ul style="list-style-type: none"> • Textos • Lacres • Tipología de letras.

Fuente: INPC (2018)

Elaboración propia.

Conforme lo expuesto dentro de la clasificación de los bienes del patrimonio cultural, existe el interés en general no solo de mantener la identidad de una cultura, sino también, el de promover conciencia sobre su conservación con el tiempo.

2.3. Características de los bienes culturales que forman parte del patrimonio cultural

Para que un bien cultural forme parte del patrimonio mundial debe poseer una serie de características que conforme a la UNESCO ha sido establecido de la siguiente manera:

1. Representar una obra maestra del genio creativo humano.
2. Exhibir un importante intercambio de valores humanos dentro de un espacio de tiempo o de una determinada área cultural del mundo, sea en el desarrollo arquitectónico, tecnológico, las artes monumentales, urbanismo o diseño paisajístico.
3. Ser el único testimonio excepcional de una tradición cultural o de una civilización que esté viva o que ha desaparecido. Ser ejemplo excelente de un tipo de edificación, conjunto arquitectónico o tecnológico, o paisaje que ilustre una o varias etapas significativas en la historia humana.
4. Ser un ejemplo excelente de un asentamiento humano tradicional o del uso de la tierra que sea representativo de una cultura o culturas, sobre todo cuando se ha puesto vulnerable bajo el impacto de cambio irreversible.
5. Estar directamente asociado con eventos o tradiciones vivientes; con ideas o creencias, con trabajos artísticos y literarios de excepcional importancia universal (dos criterios usados en circunstancias excepcionales). (EC Ministerio Coordinador de Patrimonio del Ecuador 2012, 11)

Como se aprecia, entre las características destacan aquellas que involucran un valor humano importante, el ser testimonio vivo o que ha desaparecido con el tiempo pero que es fuente excepcional del asentamiento de una civilización, una cultura. Así mismo, que permite preservar la memoria de un pueblo siendo, en esencia, la herencia que permanece con el tiempo y mantiene la identidad cultural de una comunidad.

En este sentido, el INPC ha establecido una serie de pasos para su registro como su posterior protección. En resumen: “a) Solicitud de Declaratoria; b) Expediente Técnico; c) Informe técnico emitido por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural” (Dirección de Gestión de Riesgos del Patrimonio Cultural 2021).

Conforme a lo expuesto, el mismo organismo ha establecido un inventario de las manifestaciones culturales desde el uso de una ficha de sistematización de información, a fin de valorar como salvaguardar la evidencia material como inmaterial que posee una localidad, y que fuera acogido en Quito tras la Ordenanza Metropolitana 0260 de Áreas Históricas aprobada el 4 de junio del 2008.

2.4. La legislación de bienes y patrimonios en Ecuador en materia de protección cultural y nacional

Los antecedentes más claros para que el Estado ecuatoriano incluyera con el tiempo, dentro de su legislación el tema de la protección cultural y nacional de los bienes del país, tiene sus bases desde 1830, año en que con la instalación de La República, donde de acuerdo a la investigación desarrollada por Alberto Mejía (2014, 14), se sentaran las bases del respeto a la propiedad intelectual, pero será solo en 1945 cuando se “dotó a la cultura de un contenido constitucional autónomo, a través de la sección tercera, del título décimo tercero de las garantías fundamentales, a la que se denominó De la educación y la cultura” y para la Constitución de 1967 se recogerá, por primera vez, el derecho a la cultura.

Sin embargo, será a partir de la Carta Magna de 1978 (época en la que se crea el Instituto de Patrimonio Cultural con personería jurídica propia) y, posteriormente, con la Constitución del 2008 se le otorgará mayor validez al término cultura, siendo en esta última Carta Magna como categoría trascendente la defensa del patrimonio cultural del país, del que para el 2009 la reciente instalada Asamblea Nacional dará paso a la Ley Orgánica de Culturas.

Así, y de acuerdo a la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública (por sus siglas LOTAIP), literal 2) Base legal que la rige; la norma jurídica que apoya las acciones del combate del tráfico ilícito de bienes culturales en el Ecuador tiene sus bases en la Constitución de la República del Ecuador del 2008, en cuyo artículo 377, sección quinta, establece lo siguiente:

El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales. (Constitución de la República del Ecuador 2008, 109)

En este sentido, el país se ha adherido a convenios y tratados internacionales entre los que están el Convenio Constitutivo de la UNESCO, en el Ecuador; Convenio para Evitar Transferencia Ilícita de Bienes Culturales, Convenio para la Protección del Patrimonio Mundial y Cultural, Convención sobre la Protección del Patrimonio Cultural Subacuático, Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial Códigos y el Código Orgánico de la Economía Social según el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (2021).

Así mismo, a nivel nacional se apoyan las acciones a partir del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, el Código Orgánico de Organización Territorial COOTAD, el Código Orgánico Integral Penal (Artículo 237.- Destrucción de bienes del patrimonio cultural), Ley Orgánica de Ordenamiento Territorial, Ley de Patrimonio Cultural y demás reglamentos, decretos ejecutivos, acuerdos y resoluciones que se han diseñado alrededor del tema.

De acuerdo a Pineira (2021), el INTERPOL (una organización transnacional que fue creada para contrarrestar los delitos transnacionales), trabaja sobre cuatro normativas. A nivel internacional, los convenios de la UNESCO y otras series de tratados y convenios. A nivel nacional:

Tenemos la Constitución, obviamente como la ley madre del Ecuador, el COIP desde el artículo 327 al 330 que habla sobre el tráfico ilícito de bienes patrimoniales, Ley Orgánica de la Cultura y el Reglamento a la Ley orgánica de la Cultura. Dentro de eso se realizan indagaciones e investigaciones respecto a delitos patrimoniales a nivel nacional, que tiene jurisdicción a nivel nacional. (Pineira, comunicación personal, 23 de septiembre de 2021)

Ahora bien, la Comisión Nacional de Lucha Contra el Tráfico Ilícito de Bienes Culturales, creada en el 2010, tiene como objetivo fundamental implementar políticas públicas para proteger y salvaguardar los bienes culturales del Ecuador. Está integrada por entidades públicas como el Ministerio de Cultura y Patrimonio, Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC), el Ministerio de Gobierno, Procuraduría, Cancillería, Fiscalía y Aduana del Ecuador.

En este sentido, la Comisión trabaja en función de seis programas: investigación sobre la problemática en el país, control en materia técnica y salvaguardia de los bienes culturales patrimoniales, fortalecimiento de los instrumentos legales establecidos en la materia, campaña de capacitación, sensibilización, difusión y formación para prevenir el TIBC, y coordinación en el trabajo conjunto a nivel nacional e internacional.

Así, y dentro del Reglamento de la Ley de Patrimonio Cultural, artículo 39, sección primera, se establece que:

El Instituto Nacional de Patrimonio Cultural - INPC, es la entidad responsable de la gestión y administración del Sistema de Información del Patrimonio Cultural del Ecuador, para lo cual establecerá la norma técnica para el levantamiento, clasificación, incorporación, desvinculación y difusión de información referente al registro de bienes

de interés patrimonial e inventario de los bienes y manifestaciones del patrimonio cultural nacional. (Asamblea Nacional del Ecuador 2017, 12)

Según la normativa, la entidad pública tiene como funciones “investigar, preservar, conservar, restaurar, exhibir y promocionar” el patrimonio cultural en Ecuador desde 1973 hasta la actualidad” (Andrade 2016, 14), labor que apoya los convenios a nivel internacional que como se dijo en párrafos anteriores, la intención es fortalecer las acciones entre países para la preservación del patrimonio cultural y el apoyo para recuperar bienes sustraídos.

Sin embargo, y de acuerdo a Jaime Erazo (2010) para que la problemática alrededor del Tráfico Ilícito de Bienes Culturales se reduzca en el país, es necesario llevar a cabo tres acciones puntuales. La primera, focalizar a únicas personas como los banqueros, el surgimiento de cadenas de comercialización ilegal, la segunda, fortalecer los vacíos existentes respecto al valor ciudadano respecto a la cultura e historia del país, y, en tercer lugar, fortalecer la legislatura nacional con la intención de penalizar dicha problemática, entendiéndose en este último punto para Rosero (2021) que existen aún vacíos legales para sancionar.

2.5 La normativa internacional e instituciones mundiales en materia de protección de los bienes del patrimonio cultural

El patrimonio cultural de un pueblo se asume como un derecho humano al pleno goce de los rastros materiales e inmateriales que se van dejando con el tiempo y se preservan en el mismo, como parte del interés de promover el sentido de pertenencia como el reconocimiento de diversas prácticas expresadas en una gran variedad de símbolos.

En tal sentido, en la Declaración Universal de los Derechos Humanos en su artículo 27 manifiesta lo siguiente: “toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad, a gozar de las artes y a participar en el progreso científico y en los beneficios que de él resulten” (Naciones Unidas 2020, párr. 2); por lo que dentro del ámbito jurídico, es deber de los Estados establecer un marco normativo que regule y proteja los bienes culturales conforme la normativa internacional que ha sido establecido por organismos internacionales como la UNESCO, y que ha sido aceptado por dichos Estados mediante una serie de convenios, con carácter de sugerencia y no impositivo.

Así, los antecedentes más próximos relativos a la protección del patrimonio cultural a nivel internacional está dado a partir de 1954, año en que se establece la Convención internacional según Alberto Mejía (2014), en el que se establece la identificación de aquellos bienes que debían ser protegidos frente a un conflicto armado. Esto a razón de la destrucción masiva que provocara la Segunda Guerra Mundial y que, en efecto, conllevara a establecerse sanciones para los 133 Estados parte de acuerdo al Gobierno de España (2016).

Así para 1972, la Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural establecerá una serie de artículos tendientes a promover el patrimonio cultural y natural frente al deterioro o desaparición constituyendo estos actos “un empobrecimiento nefasto del patrimonio de todos los pueblos del mundo” (Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural 1972, 3).

En adelante, la Unesco, el principal organismo internacional dedicado a la labor de la protección de los bienes naturales y culturales, que aunque tuvo menos notoriedad hasta el 2000, aportó con sus iniciativas y recomendaciones, llevándose a cabo, además, otra Convención en el 2005, la última según los registros de Ana González (2020) pero la octava reunión de la Asamblea General de los Estados Parte que se llevara a cabo en 2020, y que desde 1975, Ecuador formará parte de los 193 Estados que se adhirieron a la causa.

3. La comunicación en las organizaciones

El valor intangible que la comunicación le otorga a las organizaciones es trascendente, desde el punto de vista de entender que esta aporta a mejorar el desempeño del recurso humano (optimizando el clima laboral y sentido de pertenencia), como las relaciones externas (hacia los *stakeholders* o grupos de interés) tendiente al cumplimiento de los objetivos trazados.

En este sentido, y de acuerdo a la experiencia de las entidades tanto públicas como privadas que según Ramos, Paredes, Terán y Lema (2017) refiere han evidenciado un mayor crecimiento en su productividad al medir comportamientos y aplicación de objetivos, políticas y metas trazadas; la comunicación se ha convertido en una herramienta de trabajo que en el proceso de interacción entre los públicos en general, han conjugado 4 dimensiones conforme lo detallan Ramos, Paredes, Terán y Lema (2017). En resumen:

- La primera inherente a su propia naturaleza, cuya característica principal es el bien común, un impulso natural que le hace al ser humano un ser social.
- La segunda, desde su propiedad física que, como fuerza vectorial, crea y le da sentido a la realidad transfiriendo información de unos a otros.
- La tercera, conforme su carácter dinámico, que mantiene un lado expresivo y realizador del pensamiento. Una fuerza que influye y transforma realidades.
- La cuarta, esta fuerza que de ella emana si no es bien direccionada corre el riesgo de traicionar su naturaleza: el bien común.

Como se aprecia, la comunicación en las organizaciones mantiene un rol influyente, de cambio y transformación de una realidad tendiente a forjar espacios hacia el bien común (elemento clave de su razón de ser), donde a nivel del público externo es la razón de ser para forjar una imagen y reputación positiva de una entidad, pero también como fuente para transmitir un mensaje claro e influyente hacia la concientización, por ejemplo, pero desde la perspectiva de entender la responsabilidad social que de ella emana.

Así, y conforme lo señala Ángela Rodríguez (2016, 18), la medición de la gestión de la comunicación presenta los siguientes indicadores:

La eficiencia de la comunicación, se refiere al grado de aprovechamiento de los recursos disponibles evitando los desperdicios.

La eficacia de la comunicación, es la transmisión del mensaje con el cumplimiento de los objetivos estratégicos en la claridad y el impacto en los medios escogidos.

La efectividad comunicativa, es efectivo cuando los recursos disponibles se logra la receptividad esperada por parte de la audiencia a los cuales el mensaje va dirigido.

Eficiencia, eficacia y efectividad de la comunicación que en la práctica se proyectan en un Plan de comunicación que integra estrategias, previo un estudio de investigación para el diagnóstico de la realidad, y lo proyecta hacia un público objetivo transmitiendo en un mensaje el impacto que se desea obtener y genera, por ende, provocar retroalimentación.

En definitiva, y como se aprecia, el valor que la comunicación le otorga a una organización está dada por todo aquello que le puede otorgar a una entidad, en su imagen, en su reputación en la consecución de los objetivos trazados, pero, principalmente, en cómo puede convertirse en una herramienta útil para transformar una realidad pensando en el bien común, donde la comunicación estratégica puede aportar ampliamente al campo.

3.1. La comunicación estratégica: definición y alcances

Al entenderse que la comunicación ha sido un campo amplio de estudio sobre su grado de efectividad en los distintos procesos del ámbito público como privado, organizacionalmente hablando; su anclaje al término estrategia le otorga un valor adicional conforme el interés de ejercer una dirección al más alto nivel de parte.

Comenta Antonio Cambria (2016), que el término comunicación estratégica fue utilizado por primera vez por Emily Goldman, quien lo utilizó para afirmarlo como un instrumento de poder, pero direccionado a defender los intereses de un país; por lo tanto, su campo de acción estuvo dirigido a influir sobre las personas en sus comportamientos y actitudes utilizando, de esta manera, la palabra con la acción.

De este modo, el concepto de comunicación estratégica, según Enrique Díaz (2017), tuvo en sus inicios una definición coloquial, pero conforme pasó el tiempo fue adquiriendo mayor notoriedad, principalmente en el campo académico como profesional, lo que en efecto se convirtió en un elemento de mayor trascendencia para las entidades, “frente a la necesidad de coordinar lo que se comunica con lo que se hace, puesto que las acciones comunican de por sí; y que ambas, comunicación y acciones, se deben dirigir a conseguir los objetivos de cada organización” (Díaz 2017, 15).

Es así que el término comunicación estratégica asume una conceptualización integrada y holística de acuerdo a Antonio Cambria (2016), es decir, como una fuerza vital conforme al uso de líneas de acción que aportan al logro de los objetivos trazados, y que al ser un campo multidisciplinar porque utiliza el marketing, la publicidad, la comunicación organizacional, la responsabilidad social y, hoy por hoy, la comunicación digital; se convierte en un intangible que bien trabajada contribuye positivamente a asumir de manera coherente los desafíos por los que una empresa pasa, encajando con las verdaderas necesidades del individuo o un colectivo y su entorno, pero además, entendiendo las distintas posiciones y, conforme a un diagnóstico previo, armonizarlas.

Por todo lo expuesto, para Francisco Garrido (2017, 18), la comunicación estratégica se define como “un marco ordenador que integra los recursos de comunicación corporativa en un diseño de largo plazo, conforme a objetivos coherentes, adaptables y rentables para la empresa” pero al señalar marco ordenador no se hace alusión a una normativa rígida, sino

por su capacidad de adaptación; lo que para Antonio Cambria (2016, 9) “es un conjunto de procesos que se plantean en diferentes ámbitos, sobre todo en el informativo, permitiendo obtener una ventaja competitiva sobre los otros grupos”.

Como se aprecia, de ambas definiciones se resalta el hecho que la comunicación estratégica maneja un proceso comunicacional planificado estructurando acciones tendientes no solo a sobresalir por sobre los demás, sino también a que la organización sea ampliamente productiva; por tanto, sus actividades se concentraran en el receptor, facilitará a que la toma de decisiones sean coherentes y claras, establecerá objetivos medibles y alcanzables, conjugará estrategias hacia la consecución de las metas y, con ello, optimizará los recursos a mano siendo esencial, además, su interés por innovar utilizando la creatividad. Para ello, según Antonio Cambria (2016), la organización debe ajustarse a sus 9 principios. En resumen:

1. Dirección estratégica: uso de imágenes y palabras con un discurso claro y coherente.
2. Credibilidad: combinando la confianza y respeto mutuo.
3. Comprensión: que el mensaje sea claro.
4. Diálogo: generando espacios de feedback.
5. Uso de mensajes profundos.
6. Integración de esfuerzos.
7. Es una guía para la obtención de resultados.
8. Que el mensaje llegue en el momento y lugar adecuado.
9. Prepararse siempre para los cambios.

Como se aprecia, el campo de la comunicación estratégica es amplio, ya que a su paso posibilita abordar distintas realidades dentro del campo comunicacional para forjar vínculos entre la organización con su entorno de manera armoniosa conforme los intereses y objetivos trazados. Para ello, Gabriela Omalendi (citado por Nieves (2021) para llevar a cabo un plan de comunicación estratégica recomienda seguir 8 fases. A saber:

1. Análisis de la empresa.
2. Estudios del sector (mercado y competencia).
3. Objetivos espacio/temporales de la empresa.
4. Destinatarios principales y sus necesidades de información.
5. Planteamiento básico de la comunicación.
6. Mix de comunicación (selección de medios).
7. Calendario para todas las acciones.
8. Presupuesto.

Para ello es esencial que en el trayecto se tome muy en cuenta elementos como la motivación y la coordinación como facilitadores de la gestión de comunicación, y que, como proceso participativo, la comunicación estratégica asume un rol innovador, socialmente responsable, dialógico conforme la optimización de los recursos disponibles asumiendo, de esta forma, un nivel estratégico y táctico.

3.2.1 Comunicación estratégica corporativa

Como campo de la comunicación estratégica, la comunicación corporativa según Joan Costa (2002) es una herramienta transversal, en tanto, atraviesa todos los procesos de una organización convirtiéndose en su sistema nervioso central para el mantenimiento de las buenas relaciones entre los públicos internos como externos aportando, desde su espacio, con ideas innovadoras aportando además a fortalecer la imagen corporativa.

Así para Galvis y Botero (citado por Aguilar, Salgueiro y Barriga 2017), este ámbito de la comunicación estratégica integra toda forma de comunicación en una institución hacia el forjamiento de su identidad contribuyendo así a su posicionamiento. En tal sentido, para Paúl Capriotti (1999, 31), se define como “la totalidad de los recursos de comunicación de los que dispone una organización para llegar efectivamente a sus públicos. Es decir, la comunicación corporativa de una entidad es todo lo que la empresa dice sobre sí misma” comprendiendo, de esta manera, toda acción de comunicación tanto a nivel interno como externo.

Se entiende, con ello, que este campo de acción comunicacional se interesa por la imagen e identidad de una entidad que, aunque es relativamente nuevo en su accionar, su importancia ha trascendido para una organización porque aporta significativamente a la reputación que se construye hacia los grupos de interés, lo que en la práctica se traduce en la confianza de los públicos sobre lo emprendido.

Lo expuesto, para Apolo, Báez, Pauker y Pasquel (2017) se traduce en el uso de 3 categorías complementarias de la gestión de la comunicación corporativa: la identidad, la imagen y reputación. En el primer caso, se distingue de una organización sus rasgos particulares y atributos que le diferencian de otras y que, por ende, busca ser reconocida por sus grupos de interés buscando, con ello, no solo transmitir un mensaje, sino principalmente relacionarse con el público externo, con su contexto identificando así Paúl Capriotti (1999)

dos componentes para su comprensión: la cultura (el alma de una empresa: el conjunto de valores y creencias) y la filosofía corporativa (lo central, lo distintivo y perdurable de una entidad) y que contempla la misión, visión, principios, valores y objetivos, aunque no siempre todos para una empresa.

En el caso de la imagen corporativa, según Paúl Capriotti (1999) esta se asume como la representación mental que se desea proyectar y trascender en la memoria de los stakeholders, pero que también le interesa mantener un grado de notoriedad desde su reconocimiento y recuerdo. Finalmente, la reputación corporativa que, en esencia, apoyándose en cómo se construye la identidad y la imagen, genera una experiencia positiva o no entre los públicos, y cuyos atributos pueden ser la honestidad, la responsabilidad social, transparencia, y ética profesional, entre otros.

Así, el éxito de la gestión de la comunicación corporativa depende, en gran medida, de cómo se manejen estos componentes, pero conforme el uso de una comunicación horizontal que inicia con el público interno y continúa con el público externo; por tanto, su importancia trasciende hacia el hecho de entenderla como una herramienta útil para difundir qué es lo que le interesa a una organización que los públicos perciben de ella, y cómo esta se muestra.

3.2.2 Comunicación estratégica prospectiva

El término prospectiva hace alusión a una visión a futuro, cuya razón de ser es la de “adquirir información situacional operativa y estratégica próxima a la previsión gracias al análisis de la dirección del objeto estudiado y analizado” (Grupo de Estudios en Seguridad Internacional 2019, 15) asumiéndose así como una actitud mental, y que solo a partir de procedimientos estratégicos otorga paso para la consolidación de una propuesta real y tangible conforme una mirada comunicacional como fuente importante de análisis.

Sin embargo, es esencial entender que la palabra no es un juego de acciones que intentan adivinar el futuro, en tanto, como se indicó en líneas anteriores se apoya en la investigación, por tanto, su validez en general es otorgar opciones de actuación sobre el futuro al comprenderlo con mayor profundidad y, por ende, facilita incidir en este lo que en la práctica significa idear el mejor futuro asociada, además, con la idea de cambio sin caer en discursos irrealizables.

En este sentido, dentro de la comunicación estratégica la prospectiva posibilita construir distintos escenarios futuros para que en el presente se diseñen acciones para mejorarlo, conforme el uso de un proceso metodológico riguroso para, en función de aquello, diseñar las estrategias más idóneas según la realidad abordada convirtiéndose en una propuesta interesante para una organización; por tanto, otorgarle una mirada prospectiva estratégica desde la comunicación, para Washington Uranga (2007), es darle un valor adicional conforme confronta posibles escenarios futuros ideales para la organización.

Sin embargo, aunque no existe una receta única, sí es viable establecer un proceso de investigación sólido en su fase de diagnóstico de cómo llegar a un futuro deseable, y cuya finalidad es “contribuir a una mejor comprensión del mundo contemporáneo, explorando lo que puede suceder (futuribles) y lo que nosotros podemos hacer (políticas y estrategias), por medio de un proceso pluridisciplinario que tiene en cuenta la dimensión del largo plazo” (Uranga 2007, 6-7).

De tal modo que la prospectiva adquiere un sentido real, que como disciplina transversal y holística según Sandra Rodríguez (2012) aporta a ampliar el conocimiento, y cómo se debe actuar comunicacionalmente hablando en una organización, cuya planeación prospectiva contribuiría a fortalecer las estrategias planteadas y, por ende, a la gestión de la comunicación, y conjuntamente con esta “a cambiar la manera de ver la realidad en las organizaciones (poblaciones, instituciones, empresas, etc.) para orientar acciones que permitan pensar en el futuro deseable” (Rodríguez 2012, 3).

En tal sentido, en el proceso general, la prospectiva interviene en dos momentos: en el diagnóstico dinámico desde la comunicación y en la planificación desde la comunicación conforme señala Washington Uranga (2007). En la primera fase intervienen el acercamiento inicial en el reconocimiento del ámbito a abordar, mapeo de actores, la propuesta del trabajo y una primera aproximación a las imágenes futuras. Dentro de esta misma fase interviene el análisis prospectivo estratégico en el que se trabaja o construye una imagen futura, se expone el marco conceptual como el metodológico, se realiza un análisis de las brechas detectadas, se establecen factores inerciales y se realiza una conclusión del diagnóstico.

En la segunda fase incluye nuevamente el momento prospectivo con el establecimiento de escenarios posibles, se explicita la voluntad prospectiva estratégica y la filosofía de la planificación. Está así mismo el momento táctico operacional donde se procede

a seleccionar las estrategias de comunicación, se realiza el plan de acción y, finalmente, se evalúa.

Como se aprecia, la prospectiva de la comunicación estratégica sigue una serie de pasos planificados y estructurados que bien ejecutados contribuyen significativamente no solo a ampliar el conocimiento sobre una realidad, sino especialmente a plantear escenarios posibles futuros que pueden incidir positivamente en el presente.

3.2.3 Comunicación estratégica enactiva

La comunicación estratégica enactiva (por sus siglas CEE) es una propuesta teórico-práctica planteada por el colectivo Escuela de Comunicación Estratégica de Rosario, de Argentina, desde donde la investigadora Sandra Massoni es su fundadora; campo que ha sido aplicado en distintas organizaciones a nivel de la región, y cuyo origen de acuerdo a García (2022), se remonta al año 1986 aplicado en el ámbito agropecuario, y que solo a partir del 2000 se utilizara en las instituciones y para el 2013 alcanzara mayor perfeccionamiento metodológico hacia la solución de problemas.

Es así que la CEE asume un tipo de comunicación en el que el diálogo de todo el colectivo es un elemento importante para alcanzar el mayor beneficio posible en común, y del que para Sandra Massoni (2019, 244), en este proceso lo que se trata es la búsqueda de la complejidad “a partir de una comunicación como modalidad siempre abierta a nuevas acciones y sentidos compartidos”, siendo para esta teoría la comunicación como un fenómeno multidimensional, respetuosa de la diversidad, y en el que confluyen la reflexión-acción otorgando, con ello, nuevos sentidos compartidos. Es así que, de acuerdo a Édgar García (2022), para que la CCE se desarrolle deben tomarse en cuenta cinco puntos clave. A saber:

1. La Teoría de la Comunicación Estratégica Enactiva (CEE) es el fundamento teórico de la Investigación Enactiva en Comunicación, ambas constituyen un mismo modelo operativo para el planteamiento y resolución de problemas.
2. La conversación es el eje transversal de esta propuesta, el diálogo articula.
3. Es indispensable asumir una mirada compleja, es decir, tomar conciencia de que hay diversas variables y factores que derivan en la situación aparente.
4. La Comunicación Estratégica Enactiva promueve la innovación y co-diseño heterogéneo para el planteamiento y solución de problemas.
5. El trabajo en red y una postura global facilitan el aprovechamiento de lo que conllevan las tendencias y las trayectorias, y también ser parte de ellas.

De esta forma, la propuesta central de la CCE es abordar aquellas problemáticas que reducen el aprovechamiento del potencial de una organización “mediante la atención de los siguientes principios: abordaje desde la complejidad, innovación y co-diseño desde la heterogeneidad, trabajo en red y actuación global, teniendo como eje transversal, es decir, presente en todos los procesos, la conversación” (García 2022, 1), y que resume su principal función: la acción y no solo representación del conocimiento.

En función de lo expuesto Sandra Massoni (2019) establece diferencias entre el comunicador tradicional y el comunicador estratégico enactivo. Ver tabla 3.

Tabla 3

Diferencias entre comunicador tradicional y comunicador estratégico enactivo

Comunicador tradicional	Comunicador estratégico enactivo
El análisis diagnóstico lo realiza mediante la investigación descriptiva.	Desde la IEC, el mapeo de actores trabaja a partir de la identificación de los agentes semióticos y simbióticos de la reconfiguración en el territorio donde se ejecuta la investigación (uso de matrices socioculturales)
Contribuye a aportando un saber complementario de otros saberes disciplinares según el tipo y ámbito de organización del que se trate	Propicia encuentros en la diversidad aportando nuevas vinculaciones entre los participantes, desde el diálogo de saberes (acciones y sentidos que se comparten)
Lo comunicativo se ejecuta a partir de un registro de inventario que asegure la transmisión y recepción.	Trabaja la comunicación a partir del encuentro en la diversidad.
Trabaja con un plan conforme una planificación técnica desde los expertos	Propicia distintas modalidades comunicacionales en un trabajo permanente de co-diseño junto a los actores.
Hace uso de una dimensión de la comunicación	Trabaja desde la multidimensionalidad de la comunicación
investiga con un horizonte de comunicación efectiva	Las estrategias de comunicación como algoritmos fluidos mediante las siete operaciones de una IEC
especialista en tecnologías comunicacionales de la dominación	Utiliza una matriz de planificación de acciones, proyectos, programas y políticas a corto, mediano y largo plazo, combina redes jerárquicas y heterárquicas en un entorno de reconfiguración que trabaja simultáneamente incluyendo y rebasando el control

Fuente: (Massoni 2019)

En función de lo expuesto, Sandra Massoni (2019) señala que dentro de la CEE existen siete pasos (o denominadas también operaciones) para comunicar estratégicamente, otorgándole a la comunicación una mirada que trasciende la simple transmisión de un mensaje. A continuación, en la tabla 4 se describe en detalle:

Tabla 4

Operaciones del algoritmo fluido en una IEC – técnicas, instrumentos y herramientas

Operación cognitiva	Técnica	Instrumento (ejemplo)	Herramienta (ejemplo)
1. Diálogo de saberes	Versión Técnica Comunicacional (VTC)	Test de la fotoproblema	VTC sintética
2. Determinación del tipo de encuentro dominante	Marcas de Racionalidad Comunicacional (MRC)	Reconocimiento de MRC en productos y espacios de comunicación	Diseño mediante MRC
3. Identificación de los agentes semióticos y simbióticos de la reconfiguración	Mapeo comunicacional de actores (MCA)	Diagrama de actores por componente del problema	Diagrama evolutivo de actores
4. Reconocimiento de los autodispositivos colectivos	Matrices Socioculturales (MS)	Test de modos y formas	Caracterización de MS
5. Diseño y codiseño de espacios y productos comunicacionales	Árbol de Soluciones (AS)	Prototipado evolutivo de tecnologías sociales, productos y espacios de comunicación	Matriz escalonada de planificación concertada de acciones, proyectos, programas y políticas de comunicación
6. Diseño y realización de investigación de campo	Matrices de datos IEC	Matriz de datos IEC por MS	Matriz de datos IEC escalonada
7. Reconfiguración micro social del encuentro en la diversidad	Plan operativo inicial de la estrategia comunicacional	Matriz de planificación de acciones, proyectos, programas y políticas a corto, mediano y largo plazo	Ejes y tonos de comunicación por MS

Fuente: Massoni (2019)

En definitiva, el CEE se constituye en una alternativa diferente pero válida para operativizar lo comunicacional dentro de las organizaciones en general, desde un espacio estratégico que la comunicación asume o debe asumir dado los tiempos actuales que requieren de nuevos enfoques para trascender; por lo que este campo toma en cuenta las distintas dimensiones de la comunicación, se interesa por la diversidad, por escuchar las distintas voces de los colectivos, y tiende al cambio social hacia la realidad deseada.

3.3 El papel de la comunicación estratégica y la comunicación estratégica enactiva en el combate del tráfico ilícito de bienes culturales

Se ha manifestado que el campo de la comunicación estratégica dentro de una organización debe utilizar un discurso coherente, tiene que generar estrategias para ampliar la confianza de los públicos, que propicie espacios para el diálogo y que se prepare a la

organización para los cambios. En tal sentido, frente a problemáticas sociales como el tráfico ilícito de bienes culturales que de acuerdo a la UNESCO (2021) constituye una preocupación a nivel de la región que se ha agudizado con la intervención del crimen organizado transnacional en esta actividad; la comunicación estratégica se convierte en una herramienta importante a trabajar con el público externo conforme una visión estratégica e integral que permita no solo transmitir el mensaje deseado, sino también que facilite cambiar la realidad negativa, desde un espacio dialógico y participativo en el proceso. Así:

La comunicación estratégica en la empresa intercultural puede ayudar a fomentar la participación y transformación entre los actores involucrados en la empresa (público interno y externo) tanto en el mundo real (...) Permite que el público externo (clientes) se sienta partícipe de las decisiones de la empresa y con ello genere un público fiel a la empresa (...) (Cisneros, y otros 2012, 147)

Además, su campo es hábil para plantear propuestas de mejora según la realidad abordada ofreciendo a la organización una mirada distinta con enfoque a la acción, y tendiente al cumplimiento de los objetivos trazados, por lo que en el campo de la preservación del patrimonio cultural requiere de un plan de comunicación coherente e integrador. Para ello, según refiere Dávila y Saladrigas (2020), el proceso debe seguir previamente el diseño de un Modelo de Gestión de comunicación pública del patrimonio, el mismo que sigue las siguientes fases para su establecimiento. En resumen:

- De diagnóstico: conformación de un equipo de trabajo dedicado a la parte operativa del proceso forjando un espacio de compromiso de los involucrados, donde previa a una capacitación del equipo se construye los instrumentos metodológicos para la recogida de información.
En esta fase, se puede utilizar la herramienta DAFO, para diagnosticar a la entidad en estudio.
- De planificación: establecer las políticas de comunicación y los objetivos, identificar y segmentar a los públicos que pueden interesarse por el patrimonio, establecer formatos, líneas temáticas e instrumentos de comunicación, los más idóneos; diseño de acciones y programas punto en el que se toma en cuenta el criterio de los actores que intervienen en el proceso comunicativo hacia la mejora. Diseño de las estrategias de comunicación y las herramientas mix de comunicación y, finalmente, la elaboración del Manual de Gestión de Comunicación. Aquí, es esencial la participación posible de todos los actores provenientes de la población, paso esencial para encaminar la comunicación de la manera adecuada.
- De organización: toda aquella actividad que facilite el Modelo de Gestión conformando la organización funcional y estructural como financiera. Se discute, así mismo, el presupuesto e infraestructura estableciéndose también el perfil del comunicador.
- De evaluación y control: su papel esencial es vigilar porque se cumplan los objetivos trazados en la gestión de la comunicación, revisión de los resultados obtenidos y el impacto que han generado las estrategias.

Sin embargo, desde la propuesta de la comunicación estratégica que le interesa que lo comunicacional sea operativo, y que se plantea como una nueva teoría de la comunicación estratégica; el diseño de estrategias comunicacionales debe estar enfocado al cambio social conversacional, que propicien la transformación; lo que implica “el despliegue de un camino cognitivo capaz de convocar a los actores relevantes en torno a problemáticas situadas, sobre las que se trabaja a partir del reconocimiento de las racionalidades comunicacionales existentes” (Massoni 2018, 5) y ,por ende, desvirtúa el tradicional diseño de una estrategia que sigue formulas, recetas o soluciones normativas según Sandra Massoni (2018). En tal sentido, el diseño contempla los siguientes pasos. Ver tabla 5.

Tabla 5
Etapas y procesos de la Comunicación estratégica enactiva

Etapas	Proceso
Definición de la Versión Técnica Comunicacional	Sobre el problema comunicacional evidenciado se desglosan componentes inherentes al objeto de estudio ya sea en su aspecto sociocultural y económico, causas, síntomas y consecuencias
Análisis y prescripción mediante marcas de racionalidad comunicacional.	“Es una técnica de investigación enactiva en comunicación que atiende a las diferentes modalidades del encuentro sociocultural en una operación de doble registro: el reconocimiento de las racionalidades comunicacionales dominantes en una situación y el diseño de estrategias como dispositivos de interpelación de la situación” (htt33)186
Reconocimiento y jerarquización de los actores	Se establece según cada componente evidenciado en el problema comunicacional.
Caracterización de matrices socioculturales en torno al problema	Agrupación de actores conforme la modalidad actual con la problemática
Árbol de soluciones	Conforme a identificar aquellos procesos comunicacionales deseables y posibles conforme cada matriz sociocultural y según cada aspecto de un problema. Se realizan acciones como diseñan los productos comunicacionales que apoyan la estrategia trazada.
Investigación de campo	Diseño de una matriz de datos. Se registra la percepción de los actores según la Versión Técnica Comunicacional establecida en el paso 1.
Diseño del Plan Operativo	Diseño de acciones, productos y espacios comunicativos que facilite la comunicación conforme cada matriz sociocultural. Aquí se integran las fases previas, pero especialmente el árbol de soluciones y la información recabada en la investigación de campo.

Fuente: Massoni (2016)
Elaboración propia

Como se aprecia, dentro del diseño de las estrategias planteadas por Sandra Massoni (2016) y que anteriormente en la Tabla 4 ya se explicitó conforme el cuadro de las Operaciones del algoritmo fluido en una IEC – técnicas, instrumentos y herramientas; el enfoque de la comunicación estratégica enactiva si bien es cierto resulta más complejo en su

elaboración, en la práctica trasciende el aspecto informativo que usualmente es la dimensión tratada en los planes de comunicación, por otras dimensiones que abocan hacia la constitución de un cambio social conversacional según Sandra Massoni (2016).

Capítulo segundo

Descripción del caso INPC

1. Antecedentes

El Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (por sus siglas INPC) fue creado el 9 de junio de 1978, mediante Decreto Supremo 2600. “Es una entidad pública de investigación y control técnico del patrimonio cultural, con personería jurídica propia y competencia nacional, con capacidad de gestión financiera y administrativa, adscrita al Ministerio de Cultura y Patrimonio” (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural 2021, 1); cuya tarea es la de asesorar y fortalecer las capacidades de los gobiernos locales en materia de la adecuada gestión de los bienes culturales del Ecuador. Su misión:

El Instituto Nacional de Patrimonio Cultural es una entidad del sector público de ámbito nacional, que promueve, difunde y gestiona la preservación, conservación y salvaguardia del patrimonio cultural material e inmaterial, mediante la investigación y el control técnico conforme a las políticas públicas emitidas por el ente rector, para su apropiación social. (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural 2021, 2)

Esto conforme a la normativa legal que rige al Instituto, entre las que destacan el Convenio para evitar transferencia ilícita de bienes culturales celebrada en París de 1970 que en el artículo 2, numeral 1, manifiesta que:

Los Estados Partes en la presente Convención reconocen que la importación, la exportación y la transferencia de propiedad ilícitas de los bienes culturales constituyen una de las causas principales del empobrecimiento del patrimonio cultural de los países de origen de dichos bienes, y que una colaboración internacional constituye uno de los medios más eficaces para proteger sus bienes culturales respectivos contra todos los peligros que entrañan aquellos actos. (Convenio para evitar transferencia ilícita de bienes culturales 1972, 2)

Así mismo, la normativa de la Ley Orgánica de Cultura (2016) que le permitió al Instituto consolidarse como un ente público orientado a la investigación científica en materia de patrimonio cultural, donde forma parte del Sistema Nacional de Cultura (cuya rectoría le corresponde al Ministerio de Cultura), dentro del Subsistema de la Memoria Social y el Patrimonio Cultural, según lo manifiesta el artículo 24 de dicha ley.

En este sentido, la Ley Orgánica de Cultura (2016, 3), en el Capítulo 3.- Del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural-INPC en los artículos 42 a 44 establece, en resumen, su naturaleza; es decir, ser “una entidad pública de investigación y control técnico del patrimonio cultural”. Su finalidad, “el desarrollo de la investigación y el ejercicio del control técnico del patrimonio cultural” (Ley Orgánica de Cultura 2016, 13; y entre las atribuciones y deberes están los siguientes:

- a) Investigar y supervisar las investigaciones sobre patrimonio cultural, para lo cual podrá coordinar acciones con las universidades e instituciones dedicadas al estudio del patrimonio cultural a nivel nacional e internacional;
- b) Articular con las universidades nacionales o extranjeras aspectos vinculados a su función;
- c) Desarrollar y alimentar los catálogos de servicios de su competencia en el Sistema Integral de Información Cultural;
- d) Registrar e inventariar el patrimonio cultural nacional, así como supervisar que los Gobiernos Autónomos Descentralizados y de Régimen Especial, desarrollen este registro e inventario de manera técnica y responsable a través del procedimiento y metodología que establezca este Instituto. Esta información formará parte del Sistema Integral de Información Cultural SIIC;
- e) Coordinar, supervisar y orientar a los Gobiernos Autónomos Descentralizados y de Régimen; y demás establecidas por la ley.

El interés en general es que el INPC aporte, desde su competencia, a salvaguardar y socializar los patrimonios culturales del Ecuador, conforme lo establece la Constitución de la República del Ecuador (2008) en el artículo 377 que menciona la finalidad que el Sistema Nacional de Cultural, y como parte de ella el INPC tiene:

Art. 377.- El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales. (Constitución de la República del Ecuador 2008, 177)

Como se aprecia, la Constitución en el artículo mencionado, como en la Ley Orgánica de Cultura y demás normativas en materia de cultura; tienden sus acciones a proteger el patrimonio cultural de país como a difundir dando concordancia a los principios que rigen la Ley Orgánica de Cultura (2016) y que, en esencia, resaltan el mantener la propia identidad, el disfrute de la interculturalidad, protección de la diversidad y patrimonio cultural, y el derecho cultural que le asiste a todo pueblo; entre otros.

2. Acciones emprendidas por el INPC

De acuerdo al INPC (2021, 3:42) “el Estado ecuatoriano cuenta con aproximadamente 80 declaratorias de patrimonio cultural material e inmaterial que contribuyen a ese legado”, que dan cuenta de un alto valor cultural herencia de los antepasados en objetos y documentos que han trascendido con el tiempo.

Es así que el Instituto mantiene una moderna infraestructura para asumir sus funciones, donde se “han creado las direcciones registro, inventario, catalogación y conservación, de riesgo y vulnerabilidad, de transferencia del conocimiento y gestión y cooperación internacional. Además, cuenta con direcciones regionales en Guayas, Loja, Azuay, Chimborazo y Manabí” (INPC 2021, 09:03). En función de aquello, entre las acciones ejecutadas por el INPC hasta la fecha, son las siguientes.

Tabla 6
Resumen actividades INPC 2012 al 2021

Acciones	Fuente:
<ul style="list-style-type: none"> • Acciones emergentes frente a la afectación de bienes patrimoniales. • Asesorías técnicas sobre acciones de conservación preventiva de sitios arqueológicos, identificación de riesgos y análisis de procesos de conservación, restauración, rehabilitación del patrimonio edificado. 	INPC (2021 a); INPC (2021 b)
<ul style="list-style-type: none"> • III Reunión del Comité Ejecutivo del Centro Regional de Formación en Gestión del Patrimonio Mundial Lucio Costa, con el objetivo de evaluar las actividades realizadas en el Plan de Acción 2020 y programar las gestiones para el 2021 	INPC (2021 c)
<ul style="list-style-type: none"> • Firma de convenio específico de cooperación interinstitucional entre, el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural Zonal 4 y la Universidad Central del Ecuador, Facultad Ciencias de la Comunicación Social. 	INPC (2020 d)
<ul style="list-style-type: none"> • Reuniones de trabajo interinstitucional y capacitación técnica, dentro en proyectos como “Conectividad Ecológica, Sitio El Conchal” como parte del Plan Estratégico de la Red de Áreas Marinas y Costeras Protegidas del Ecuador Continental ejecutado por el Ministerio del Ambiente y Plan Internacional. • Capacitaciones dirigidas a las Asociaciones de Pescadores comunitarias, que empoderen y revaloricen la identidad cultural de sus habitantes 	INPC (2019 e)
<ul style="list-style-type: none"> • Ejecución de 6 proyectos patrimoniales (Plan Operativa Anual 2018) en la provincia de Loja. <ul style="list-style-type: none"> ○ Planes de contingencia ○ Plan para salvaguardar las danzas tradicionales, entre otros. 	INPC (2018 f).
<ul style="list-style-type: none"> • Rendición de cuentas 2017: ejes de acción: ejes: Investigación, Inventario, Trabajo con Gad's, Conservación, Control Técnico y Tráfico Ilícito, Análisis de riesgos, Gestión de áreas arqueológicas 	INPC (2017 g)

<p>y paleontológicas, Gestión y Cooperación Internacional, Transferencia de conocimientos, difusión y promoción.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Taller con las Ciudades Patrimoniales del Ecuador. • Asesorías a Prefecturas dentro de los Planes para Salvaguardar carnavales como la de Guaranda. • Asesoramientos técnicos para preservar bienes culturales (iglesias). • Estudios técnicos para la rehabilitación de bienes inmuebles patrimoniales que fueron afectados por el terremoto de Manabí en 2016. • Apoyo para repatriar 27 bienes culturales y recuperar, en territorio nacional, 5 objetos que son parte de la historia cultural del Ecuador. • Apoyo al Programa de Educación, Cultura y Patrimonio 2015-2017. • Se realizó el primer taller seminario de Arquitectura Moderna y Contemporánea del Ecuador, conjuntamente con el Instituto Metropolitano de Patrimonio del Municipio de Quito y el Colegio de Arquitectos del Ecuador. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Capacitaciones sobre Patrimonio Cultural a servidores de Gad's municipales, reuniones de trabajo internas. • Foros de actualización de conocimientos con debates sobre las temáticas de interés • Realización de encuentros de entidades públicas externas, entre ellas del Ministerio de Cultura y Patrimonio, del Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, de entidades regionales como la CAN, UNESCO, NNUU. 	INPC (2017)
<ul style="list-style-type: none"> • Exposición de piezas recuperadas • Rehabilitación de bienes inmuebles, entre otros 	INPC (2015)
<ul style="list-style-type: none"> • Programas con la comunidad • Talleres-capacitación • Proyectos de investigación para la conservación del patrimonio cultural 	INPC (2014)
<ul style="list-style-type: none"> • Plan de capacitación interinstitucional para el control de tráfico ilícito de bienes patrimoniales (Loja, Guayaquil, Quito, Riobamba, Cuenca y Portoviejo) 	INPC (2013 h)
<ul style="list-style-type: none"> • Plan de capacitación interinstitucional para el control de tráfico ilícito de bienes patrimoniales 	INPC (2012 i)

Elaboración propia.

3. Acciones emprendidas por el INPC en materia de tráfico ilícito de bienes culturales en el 2019.

Dentro de las tareas que le competen al INPC, la entidad se ha interesado por emprender una serie de acciones para prevenir y reducir la problemática social evidenciada. A continuación, se explica un resumen estas acciones ejecutadas en el 2019, y los resultados alcanzados.

a) Control de tráfico ilícito de bienes del patrimonio cultural



Figura 1. Acción: control de tráfico ilícito de bienes del patrimonio cultural
Fuente: INPC (2019)



Figura 2. Acción: control de tráfico ilícito de bienes del patrimonio cultural
Fuente: INPC (2019)

b) Valoración, caracterización y periciales de bienes del patrimonio cultural para el control del tráfico ilícito



Figura 3. Valoración, caracterización y periciales de bienes del patrimonio cultural
Fuente: INPC (2019)

c) Control de tráfico ilícito de bienes del patrimonio cultural



Figura 4. Control de tráfico ilícito de bienes del patrimonio cultural
Fuente: INPC (2019)

d) Control de tráfico ilícito de bienes del patrimonio cultural. Acompañamiento GAD'S



Figura 5. Control tráfico ilícito bienes patrimonio cultural. Acompañamiento GAD
Fuente: INPC (2019)

e) Control de tráfico ilícito de bienes del patrimonio cultural. Emisión de alertas virtuales



Figura 6. Control de tráfico ilícito de bienes patrimonio cultural. Emisión de alertas virtuales
Fuente: INPC (2019)

4. Acciones emprendidas por el INPC en materia comunicacional

Como parte del interés de implementar políticas públicas para proteger y salvaguardar los bienes culturales del Ecuador, en el 2010 se creó la Comisión Nacional de Lucha Contra el Tráfico Ilícito de Bienes Culturales. La misma está integrada por entidades públicas como el Ministerio de Cultura y Patrimonio, el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC), el Ministerio de Gobierno, Procuraduría, Cancillería, Fiscalía y Aduana del Ecuador.

Así, como parte de su trabajo conjuntamente con las carteras del Estado como el Ministerio de Cultura y Patrimonio, el INPC ha ejecutado las siguientes estrategias de comunicación establecidas en el 2009:

Guía de Identificación de Bienes Culturales Patrimoniales. Instrumento a través del cual se impartió programas de capacitación a las instituciones involucradas en la prevención del TIBC: Migración, Aduanas, Correos del Ecuador, Policía Judicial, y Fiscalías del país. Se han realizado y difundido productos informativos como: manuales, catálogos, guías glosarios creados con el objeto de promover en la ciudadanía el cuidado del patrimonio cultural. También se han implementado campañas comunicacionales, en prensa escrita, televisiva y radio, a fin de fomentar las denuncias ante casos de exportación, robo, incuria, vandalismo y alteración de bienes de patrimonio cultural. (Erazo, Bienes culturales. Venta 2010, 8)

Para el 2019, la Comisión Nacional de Lucha Contra el Tráfico Ilícito de Bienes Culturales trabajó en función de seis programas: investigación sobre la problemática en el país, control en materia técnica y salvaguardia de los bienes culturales patrimoniales, fortalecimiento de los instrumentos legales establecidos en la materia, campaña de capacitación, sensibilización, difusión y formación para prevenir el Tráfico Ilícito de Bienes Culturales TIBC, y coordinación en el trabajo conjunto a nivel nacional e internacional.

Dentro del programa, el INPC ha colaborado en la campaña de capacitación, sensibilización, difusión y formación para prevenir el TIBC, desde la Dirección de Comunicación social. Así mismo ha trabajado con spots de concienciación frente al tráfico ilícito del patrimonio cultural, a saber:

- Spots de concienciación preservación del patrimonio cultural (inventario nacional).
- Spots socialización actividades del INPC: creación Policía patrimonial.
- Spots trabajo patrimonio religioso.

Añadido a ello, el departamento de Comunicación ha socializado a través de su página Web las acciones ejecutadas por el INPC; entre las que se encuentran:

Tabla 7
Resumen actividades Dpto. Comunicación del INPC 2009 al 2021

Año	Acciones	Link
2021	<ul style="list-style-type: none"> • Socialización sobre las acciones emergentes frente a la afectación de bienes patrimoniales en el centro histórico de Zaruma. 	https://n9.cl/9roeq
	<ul style="list-style-type: none"> • Socialización de la rendición de cuentas 2020 	https://n9.cl/4rj3n
	<ul style="list-style-type: none"> • Registro fotográfico e inventario de 1476 bienes de reserva de tráfico ilícito 	https://n9.cl/x3why
2020	<ul style="list-style-type: none"> • Socialización de las conferencias virtuales del INPC, a favor del patrimonio cultural. 	https://n9.cl/o3cry
	<ul style="list-style-type: none"> • 13 jornadas de capacitación para la prevención del tráfico ilícito de bienes culturales 	https://n9.cl/g9kid
2019	<ul style="list-style-type: none"> • Socialización del proyecto: “Conectividad Ecológica, Sitio El Conchal”, cantón Huaquillas, provincia de El Oro como parte del Plan Estratégico de la Red de Áreas Marinas y Costeras Protegidas del Ecuador Continental ejecutado por el Ministerio del Ambiente y Plan Internacional. 	https://n9.cl/ib1n7
2018	<ul style="list-style-type: none"> • Socialización a través de medios de comunicación, y la página web institucional sobre la ejecución emprendida en 6 proyectos patrimoniales (Plan Operativa Anual 2018) 	https://n9.cl/g5h8p
2017	<ul style="list-style-type: none"> • Socialización Rendición de cuentas 2017 a través de la web del INPC y medios de comunicación 	https://n9.cl/dnmzs
2016	<ul style="list-style-type: none"> • Socialización del trabajo conjunto entre INPC y GAD’S para preservar el Patrimonio Cultural del país 	https://n9.cl/2slln
2015	<ul style="list-style-type: none"> • Campaña Yo soy patrimonio en Riobamba dirigido a diez centros educativos 	https://n9.cl/sx688q
	<ul style="list-style-type: none"> • Concientización a la comunidad: “Manual de Preservación del Patrimonio” en Quito 	
2014	<ul style="list-style-type: none"> • Producción editorial (17 en total) 	https://n9.cl/nh6pt
	<ul style="list-style-type: none"> • Revistas académicas 	
	<ul style="list-style-type: none"> • Revistas Patrimonio Cultural Infantil 	
2013	<ul style="list-style-type: none"> • Series: estudios 	https://n9.cl/qdlv4
	<ul style="list-style-type: none"> • Infantil y juvenil 	
	<ul style="list-style-type: none"> • Revista institucional 	
2012	<ul style="list-style-type: none"> • Programa radial Vive tu Patria: radio Municipal 	https://n9.cl/95zbp
	<ul style="list-style-type: none"> • Publicaciones 	
	<ul style="list-style-type: none"> • Revista infantil Chereco 	
	<ul style="list-style-type: none"> • Revista Institucional 	
	<ul style="list-style-type: none"> • Plegable de servicios 	
	<ul style="list-style-type: none"> • Folletos 	
2011	<ul style="list-style-type: none"> • Videos multimedia 	https://n9.cl/c3nr5
	<ul style="list-style-type: none"> • Publicaciones 	
	<ul style="list-style-type: none"> • Plegable promocional: servicios que oferta el INPC 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Trípticos: informativos preservación patrimonio cultural. • Publicación revista: Bocinero para niños, y revista Patrimonio Cultural Inmaterial • Programas radiales y de TV • Videos: preservación patrimonio cultural. 	
2010	<ul style="list-style-type: none"> • Campaña de concienciación para combatir el Tráfico Ilícito de Bienes Culturales: socialización en principales medios radiales y de televisión un spot publicitario sobre información de la entrada en vigencia del Formulario de No transportar Bienes culturales fuera del país. • Concienciar a la población sobre la preservación del patrimonio nacional. • Resultados: incremento del número de inspecciones de Bienes Culturales No patrimoniales 	https://n9.cl/pf2cs
2009	<ul style="list-style-type: none"> • Creación del logo del INPC • Creación de la nueva página web institucional • Circulación de suplementos a nivel de los principales medios de comunicación. • Publicaciones para fortalecer la imagen institucional. • Videos educativos y explicativos sobre la preservación del patrimonio cultural. • Ruedas de prensa • Participación en programa radial Eres. • Entrevistas en medios impresos 	https://n9.cl/orv5g

Elaboración propia.

5. Aclaración metodológica

Con la finalidad de evaluar el uso e impacto de las estrategias de comunicación emprendidas en la Campaña por el INPC en materia del combate al tráfico ilícito de bienes culturales se ha recurrido a un análisis cualitativo tomando como base información obtenida a partir de la web institucional, noticias en medios digitales relacionadas a la Campaña y documentos proporcionados por la entidad; entre los períodos comprendidos desde el 2008 hasta el 2019, año en que se ejecuta la Campaña de sensibilización.

De este modo, la recolección de la información ha servido de base para aplicar las etapas y procesos de la comunicación enactiva que previamente ya se explicó. La finalidad, establecer lineamientos generales de actuación para fortalecer las estrategias comunicacionales que la entidad mantiene tomando como eje un modelo comunicacional operativo que involucre de manera activa a la comunidad afectada y, por ende, facilite el diseño de un plan de acción, con enfoque a cambiar la realidad del tráfico ilícito de los bienes culturales en el país desde el aporte que la comunicación en general pueda dar a la solución de la problemática.

6. Plan estratégico de comunicación y Campaña de capacitación, sensibilización, difusión y formación para prevenir el Tráfico Ilícito de Bienes Culturales TIBC

Se ha señalado que como parte de la Comisión Nacional de Lucha Contra el Tráfico Ilícito de Bienes Culturales, el INPC ha colaborado en la campaña de capacitación, sensibilización, difusión y formación para prevenir el TIBC, desde la Dirección de Comunicación Social, que entre otras funciones tiene como tarea elaborar y ejecutar los planes, programas y proyectos de comunicación orientados a la conservación preventiva del patrimonio cultural desde la concienciación ciudadana para valorar el patrimonio; y capacitación a servidores públicos, funcionarios del servicio exterior, empleados municipales y ciudadanos.

Es así que la Dirección de Comunicación Social, con sede en Quito, se maneja a nivel zonal en los siguientes sitios:

Dirección Técnica Zonal 4: Portoviejo.

Dirección Técnica Zonal 7: Loja.

Dirección Técnica Zonal 5: Guayaquil

Dirección Técnica Zonal 6: Cuenca.

Dirección Técnica Zonal 3: Riobamba.

De igual forma, cuenta con el siguiente personal en comunicación:

- Periodista regional
- Periodista de prensa en Quito
- Analista de Tecnologías de la Información y Comunicaciones Regional Unidad de Asesoría Institucional Zonal 7 (Loja).
- Analista de Tecnologías de la Información y Comunicaciones Regional Unidad de Asesoría Institucional Zona 6 (Cuenca).
- Analista de Tecnologías de la Información y Comunicaciones Regional Unidad de Asesoría Institucional Zonal 5 (Guayaquil).
- Periodista Audiovisual Dirección de Comunicación Social: Quito. (LOTAIP 2021)

Así para el 2019, se emprendió la campaña de capacitación, sensibilización, difusión y formación para prevenir el TIBC, la misma que dentro de las acciones que le competen al INPC, la Dirección de Comunicación del INPC ha llevado a cabo actividades como talleres, capacitaciones, entre otros. Este apartado se detalla posteriormente.

6.1 Resultados

Para el presente apartado se ha considerado necesario establecer una línea referencia sobre datos estadísticos que evidencien en qué medida las entidades encargadas han logrado reducir el tráfico ilícito de bienes culturales desde el año 2013 hasta el 2020 para, posteriormente, examinar los resultados alcanzados con las estrategias comunicacionales emprendidas por el INPC en la campaña hacia servidores públicos, funcionarios del servicio exterior, empleados municipales y sociedad civil que se llevó a cabo en el 2019.

Tabla 8
Resultados alcanzados. Análisis 2013-2020

Año	Link	Datos estadísticos
2013	https://n9.cl/okko9	Repatriación de aproximadamente 672 bienes y próxima recuperación de 3450 más según cifras del Comité de Lucha contra el Tráfico Ilícito de Bienes Patrimoniales.
2013	https://n9.cl/9sxe9	A nivel nacional: 1.147 bienes arqueológicos, pertenecientes al patrimonio cultural. De Italia: 4.176 bienes arqueológicos y 207 fragmentos arqueológicos
2014	https://n9.cl/tkar9	La Unidad Especializada en Investigación de Delitos contra el Patrimonio Cultural recuperó: <ul style="list-style-type: none"> • 150 Objetos arqueológicos • Más de 300 fragmentos arqueológicos • Osamentas • Objetos de piedra • Botijuelas –cántaros
2015	https://n9.cl/sx688q	7.055 bienes culturales recuperados en territorio nacional
2010-2016	https://n9.cl/asdo2	4919 piezas, provenientes de los países de Argentina, Chile, Dinamarca, Egipto, España, Estados Unidos, Gran Bretaña, Italia, Noruega y Perú. A nivel nacional: 7051 bienes patrimoniales recuperados.
2008-2017	https://n9.cl/l4l7g	Se recuperaron aproximadamente 10.000 piezas que habían sido sustraídas ilegalmente de territorio ecuatoriano.
2019	INPC (2020)	545 bienes culturales repatriados
2020	https://n9.cl/zeyij	Según datos de la INTERPOL, durante la pandemia del COVID-19 continúa el tráfico ilícito de bienes culturales y que a nivel mundial se confiscó un total de 854 742 bienes culturales manifestados, especialmente, en excavaciones; aunque en museos se redujo drásticamente, por el cierre de los mismos.

Elaboración propia.

De los datos expuestos, se aprecia que desde el 2013 ha existido una actividad importante para recuperar bienes patrimoniales, especialmente en el 2015, del que se tiene

como dato que a nivel nacional se recuperó más de 7 mil piezas consideradas como patrimonio cultural; y entre el 2008 al 2017 se recuperaron aproximadamente 10 mil piezas sustraídas de manera ilegal en el país.

Los resultados evidencian que el INPC ha dado respuesta y cumplimiento con lo que demanda la Constitución de la República del Ecuador 2008, que en el artículo 3, numeral siete señala el deber primordial del Estado proteger el patrimonio natural y cultural del país; además de acuerdos internacionales de los Países Miembros de la Comunidad Andina de Naciones, firmado en el 2004, y en el 2010 dar cumplimiento con el Decreto Ejecutivo, fecha en la que se declara política de Estado el combate al tráfico ilícito de bienes culturales; entre otros.

Sin embargo, se aprecia que los datos reflejan una preocupante situación del tráfico ilícito que tiende a incrementarse lo que, en efecto, sugiere la implementación de acciones más puntuales para prevenir. A razón de aquello, se ejecuta la Campaña de campaña de capacitación, sensibilización, difusión y formación para prevenir el TIBC.

Ahora bien, a continuación, se explica en detalle el número de publicaciones en medios de comunicación (tradicionales y digitales) que se han emitido sobre la labor ejecutada por el INPC, en el 2019, específicamente las relacionadas a la Campaña emprendida en materia de tráfico ilícito de bienes patrimoniales. Para ello se establece una tabla que recoge la información para el análisis: fecha, medio, titular, tono (este se mide en función de las publicaciones sobre la Campaña estableciéndose + cuando la mencionan y – cuando no lo hacen), interpretación sobre la nota periodística y, finalmente, el link de la noticia.

Tabla 9
Publicaciones en medios de comunicación sobre la Campaña

Fecha	Medio	Titular	Tono	Interpretación	Link
09-03-2019	Diario El Universo	Seis piezas arqueológicas, devueltas al Ecuador	-	En la nota periodística no se menciona las acciones emprendidas por el INPC en la Campaña en estudio -	https://n9.cl/aygv3
11-11-2019	Diario El Comercio	Ecuador recupera 530 bienes culturales por el gesto de un heredero alemán	-	En la nota periodística no se menciona las acciones emprendidas por el INPC en la campaña en estudio	https://n9.cl/5y064
12-11-2019	Diario El Telégrafo	Ecuador recupera 530 bienes culturales por gesto de alemán	-	En la nota periodística no se menciona las acciones del INPC sobre la Campaña en estudio, sino las acciones en materia de recuperación de bienes	https://n9.cl/ctfsp

Elaboración propia.

Como se aprecia, desde que se socializó la Campaña capacitación, sensibilización, difusión y formación para prevenir el TIBC en el 2019, ninguna de las notas periodísticas hace mención. Solo se limitan a socializar los resultados obtenidos por el INPC en materia de recuperación de bienes culturales lo que devela, en primera instancia, que el departamento de Comunicación del INPC en el 2019, no ha dirigido sus acciones a difundir la labor ejecutada por la Campaña en materia de prevención.

Ahora bien, a continuación, se exponen las noticias emitidas por los medios oficiales del gobierno, en el 2019, en donde se expone la Campaña de capacitación, sensibilización, difusión y formación para prevenir el Tráfico Ilícito de Bienes Culturales TIBC de parte de la Comisión Nacional de Lucha Contra el Tráfico Ilícito de Bienes Culturales, de la que forma parte el INPC. Para ello se establece una tabla que recoge la información para el análisis: fecha, medio, titular, tono (este se mide en función de las publicaciones sobre la Campaña estableciéndose + cuando la mencionan y – cuando no lo hacen), interpretación sobre la nota periodística y, finalmente, el link de la noticia.

Tabla 10
Monitoreo página Web INPC y del Ministerio de Cultura y Patrimonio

Fecha	Medio	Titular	Tono	Interpretación	Link
24-10-2018	Página Web Ministerio de Cultura y Patrimonio	Ecuador aprobó el Plan Trienal de Lucha contra el Tráfico Ilícito de Bienes Culturales	+	Se habla sobre las acciones ejecutadas por la Comisión destacándose, entre otros, la campaña de capacitación, sensibilización, difusión y formación para prevenir el tráfico ilícito de bienes culturales patrimoniales	https://n9.cl/0ai22
04-06-2019	Página web INPC	Comisión Nacional de Lucha Contra el Tráfico Ilícito de Bienes Culturales informó sobre el desarrollo del plan de acciones 2019	+	Se expone la labor de la Comisión desde sus 6 programas, del que incluye la Campaña. Se resalta el interés de la Comisión para enfrentar la lucha contra el tráfico ilícito de bienes culturales destacándolo como una política de Estado.	https://n9.cl/87whbx
04-06-2019	Página web INPC	Comisión Nacional de Lucha Contra el Tráfico Ilícito de Bienes Culturales aprobó su Plan de Acción 2019	-	Se destaca la labor de la Comisión de manera general, en sus 6 programas, no se habla en materia específica de la Campaña: delineamientos, acciones.	https://n9.cl/gceqj
21-11-2019	Página Web INPC	La Comisión y su Comité Nacional de Lucha contra el Tráfico Ilícito de Bienes Culturales recuperan 536 objetos patrimoniales	-	Presentación pública de los bienes culturales patrimoniales repatriados de Alemania Caso Rettinger (heredero) en el Centro de Investigación de la Memoria y el Patrimonio Cultural. No se habla sobre acciones	https://n9.cl/wck36

				específicas emprendidas en la Campaña.	
21-11-2019	Twitter	La Comisión y su Comité Nacional de Lucha contra el Tráfico Ilícito de Bienes Culturales recuperan 536 objetos patrimoniales	-	Se publica la labor del INPC en materia exclusiva de recuperar bienes culturales.	https://n9.cl/9k0v2

Elaboración propia.

Dentro del presente resultado, se aprecia que el departamento de Comunicación del INPC se ha interesado por socializar la Campaña, pero dentro de sus medios digitales, especialmente la página Web. Sin embargo, la información no explica los lineamientos específicos de la misma, ni los resultados alcanzados. Pese a ello, se ha establecido como positivo el contenido de noticias; aunque continúa la línea de la labor del INPC en materia de recuperación de bienes.

A continuación, se explican las acciones específicas emprendidas por el INPC en el 2019 a nivel general y dentro de la Dirección de Comunicación, en el mismo año. Para ello, se ha tomado como base la Rendición de cuentas 2019, la misma que es publicada en julio del 2020.

Tabla 11
Resumen actividades del INPC. Rendición de cuentas 2019

AÑO	ACCIONES	FUENTE
2019	<ul style="list-style-type: none"> • Materiales de promoción elaborados a partir de junio de 2019: 5 en total. • Eventos institucionales realizados: 5 en total • Control de tráfico ilícito de bienes del patrimonio cultural: <ul style="list-style-type: none"> ○ Total, bienes repatriados: 545 ○ Emisión de alertas virtuales de sustracción de bienes culturales ecuatorianos: ○ 20 alertas virtuales con información de más de 210 bienes culturales • Capacitación sobre prevención del tráfico ilícito de bienes patrimoniales <ul style="list-style-type: none"> ○ I Jornada de capacitación para la prevención del tráfico ilícito de bienes culturales patrimoniales abril Quito ○ I Congreso de Inventarios y tráfico ilícito de bienes culturales julio-agosto Quito ○ III Jornada de Prevención del Tráfico ilícito de Bienes Culturales patrimoniales noviembre-Quito • Talleres de sensibilización a las comunidades con alto índice de excavación ilícita en sitios arqueológicos: <ul style="list-style-type: none"> ○ Esmeraldas/La Tolita (GAD Esmeraldas, dirigentes de la comunidad Chachi y actores sociales de Esmeraldas). ○ Imbabura/Pimampiro (comunidades El Inca, Shanshipamba y El Cabadal. ○ Carchi/El Ángel/cantón Espejo/comuna Pasto y parroquia rural La Libertad. • Exposiciones a la ciudadanía para la difusión del patrimonio cultural <ul style="list-style-type: none"> ○ “Cuando la ciencia explora la historia. Exposición sobre la obra de Philippe Charlier. 	INPC (2020)

	<ul style="list-style-type: none"> ○ “Un espejo en el tiempo. Borges en Ecuador- a 40 años de su visita: Exposición de la colección fotográfica de Jorge Aravena. ○ Obras Mayores: Exposición de Nelson Román. ○ “Reencuentro”. Exposición de Luis Baca. ○ “Texturas ZX4”. Exposición de Cecilia Sanz. ○ “Historia del sombrero de paja toquilla” ○ Exposición digital de fotografías de religiosidad popular comunitarias y desarrollo del inventario participativo de las fiestas de San Pedro y San Pablo de Picdazá 2019 ○ Vestimenta Cañari con el apoyo de la Universidad del Azuay ○ Retrospectiva fotográfica del complejo arqueológico Ingapirca. 	
--	--	--

Fuente y elaboración propias

Como se aprecia, las estrategias específicas de comunicación se han emprendido en la campaña en su fase de capacitación, sensibilización, difusión y formación para prevenir la problemática abordada, ha incluido actividades clave como capacitaciones, talleres de sensibilización en zonas sensibles para el tráfico ilícito como Esmeraldas e Imbabura, elaboración de productos promocionales, eventos institucionales; y exposiciones a la ciudadanía sobre el patrimonio cultural que posee el país. Este último punto, se interpreta como una forma de sensibilizar a la sociedad sobre la riqueza cultural que tiene el país.

Se deduce, de este modo, que durante el año de la Campaña sí se han ejecutado actividades en materia preventiva, pero las mismas no han sido socializadas en los distintos canales de comunicación monitoreados. Esto frente a la necesidad de reducir el porcentaje del tráfico ilícito de bienes culturales del Ecuador.

En términos generales, el Plan de comunicación estratégica del INPC ha tomado como línea discursiva socializar los resultados obtenidos por los organismos encargados de velar porque el patrimonio cultural tangible no sea vulnerado, y del que incluye el Instituto; donde la información obtenida en medios de comunicación, la página web del INPC proyectan una preocupante situación de los bienes culturales que cada vez más se intensifica el tráfico ilícito, lo que conlleva aunar esfuerzos para ejecutar constantes operativos.

Además, su principal medio de socialización ha sido su página web, sin embargo, en esta no se explica en detalle las actividades ejecutadas en materia preventiva, y que sí se aprecia en la Rendición de cuentas del 2019.

Por otro lado, no se tiene claridad sobre los resultados alcanzados en los talleres de sensibilización, elaboración de productos comunicacionales, exposiciones de los bienes

culturales que posee el país que, aunque se considera positivo el interés por focalizar las acciones en espacios especialmente vulnerables a cometer el delito del tráfico ilícito, no se aprecia que la Campaña haya trascendido de manera evidente, por los resultados de incautación que incluso en el 2020 continúan siendo preocupantes. Esto a nivel mundial, donde según la INTERPOL (2021) las Américas revelaron un 187 % de incremento del tráfico ilícito.

Capítulo tercero

Propuesta de Plan Estratégico Enactivo para INPC

1. Estrategias para el Dpto. de Comunicación del INPC para prevenir el tráfico ilícito de bienes culturales, a partir de la comunicación estratégica enactiva

1.1 Datos generales de la institución

Entidad responsable de la comunicación: Dirección de Comunicación del INPC.

Responsable de la comunicación: Personal de la Dirección de Comunicación del INPC.

Presupuesto asignado: 110.500,00 mil dólares.

Recursos internos disponibles: personal dirección de Comunicación del INPC.

Horizonte temporal: Un año.

Ámbito geográfico de actuación: INPC, sede Quito.

1.2. Introducción

En el 2019, en Ecuador se dio a conocer la Campaña de capacitación, sensibilización, difusión y formación para prevenir el TIBC, esto con la finalidad de reducir la problemática del tráfico ilícito de bienes culturales que hasta la fecha reflejaba una situación muy preocupante manifestada en el número de incautación de bienes que se han ido incrementando.

En esta materia, el INPC como parte de la Comisión Nacional de Lucha Contra el Tráfico Ilícito de Bienes Culturales intervino desde la Dirección de Comunicación social, que entre otras funciones tiene como tarea elaborar y ejecutar los planes, programas y proyectos de comunicación orientados a la conservación preventiva del patrimonio cultural desde la concienciación ciudadana para valorar el patrimonio; y capacitación a servidores públicos, funcionarios del servicio exterior, empleados municipales y ciudadanos; con acciones dirigidas a prevenir el tráfico ilícito. Para ello, en el 2019 llevó a cabo talleres de sensibilización en ciudades más vulnerables a esta situación, capacitación ciudadana para el

cuidado de los bienes, productos informativos, exposiciones de bienes culturales tangibles a fin de concienciar sobre la importancia de su preservación.

Sin embargo, el discurso se ha dirigido a socializar los resultados obtenidos en materia de incautación de bienes culturales, mas no a exponer las acciones puntuales que dentro de la Campaña se han ejecutado y que sí se manifiesta en la Rendición de cuentas del 2019.

A razón de aquello, dentro del presente apartado se establecen lineamientos generales para potenciar la labor que la Dirección de Comunicación social del INPC emprende para prevenir el delito desde el aporte que la comunicación estratégica enactiva pueda aportar tomando como pregunta orientadora para la planificación ¿de qué manera la comunicación enactiva aporta a fortalecer las estrategias implementadas por el INPC en materia de prevención del tráfico ilícito de bienes culturales?

2. Etapas y procesos de la comunicación estratégica enactiva en materia preventiva contra el tráfico ilícito de bienes culturales

Dentro del presente apartado se toma como referente el aporte de Massoni (2016). Así en la Tabla se explican lineamientos generales sobre la comunicación estratégica enactiva para la Dirección de Comunicación del INPC.

Tabla 12

Etapas y procesos de la Comunicación estratégica enactiva en materia preventiva contra el tráfico ilícito de bienes culturales

Etapas	Proceso
Definición de la Versión Técnica Comunicacional	Sobre el problema comunicacional evidenciado dentro del INPC se desglosan componentes inherentes al objeto de estudio ya sea en su aspecto organizacional y comunicacional, aspecto social, técnico y económico: causas, síntomas y consecuencias referente al bajo impacto generado en la Campaña de capacitación, sensibilización, difusión y formación para prevenir el TIBC para prevenir el tráfico ilícito de bienes culturales del Ecuador.
Análisis y prescripción mediante marcas de racionalidad comunicacional.	Uso de la metodología marcas de racionalidad comunicacional que parte de la observación etnográfica para identificar el tipo de dimensión comunicacional dominante del INPC, y determinar qué otras dimensiones se pueden complementar.
Reconocimiento y jerarquización de los actores	Se establece según cada componente evidenciado en el problema comunicacional, que incluyen: Actores vinculados en sus causas próximas, causas básicas, en aspectos de los problemas comunicacionales y organizacionales evidenciados, síntomas y consecuencias.
Caracterización de matrices socioculturales en torno al problema	Jerarquización de actores vinculados y no vinculados al problema comunicacional de la Campaña (quienes se benefician, quienes dirigen, los que vinculan y los que financian).

	Relación directivos INPC, capacitadores, sociedad en materia de concienciación y sensibilización frente al tráfico ilícito de bienes culturales.
Árbol de soluciones	Conforme a identificar aquellos procesos comunicacionales deseables y posibles conforme cada matriz sociocultural y según cada aspecto del problema comunicacional evidenciado en la Campaña. Se realizan acciones como diseñan los productos comunicacionales que apoyan la estrategia trazada para fortalecer la Campaña.
Investigación de campo	Diseño de una matriz de datos. Se registra la percepción de los actores según la Versión Técnica Comunicacional establecida en el paso 1.
Diseño del Plan Operativo	Diseño de acciones, productos y espacios comunicativos que facilite la comunicación conforme cada matriz establecida en materia organizacional, comunicacional, social y económica Aquí se integran las fases previas, pero especialmente el árbol de soluciones y la información recabada en la investigación de campo.

Fuente: Massoni (2016); Rivadeneira (2020)
Elaboración propia.

Etapa 1

Versión técnica comunicacional VCT

Tabla 13

Versión Técnica Comunicacional VCT

Versión técnica comunicacional del proyecto: Estrategias comunicacionales del INPC en materia de tráfico ilícito de bienes culturales en Ecuador	
Tema:	Estrategias de comunicación enactiva y tráfico ilícito de bienes culturales
Para quien	Dirección de Comunicación del INPC
Frase núcleo de la VCT	Uso de estrategias comunicacionales de concientización ciudadana sobre tráfico ilícito de bienes culturales con bajo impacto.

Fuente: Massoni (2016); Rivadeneira (2020)
Elaboración propia.

Tabla 14
Aspecto del problema

Versión técnica comunicacional del proyecto: Estrategias comunicacionales del INPC en materia de tráfico ilícito de bienes culturales en Ecuador		
Frase núcleo de la VCT: Uso de estrategias comunicacionales de concientización ciudadana sobre tráfico ilícito de bienes culturales con bajo impacto.		
Aspecto Organizacionales comunicacionales	1 y	1.1 Bajo uso de medios tradicionales para concientizar a la ciudadanía. 1.2 No se socializa en redes ni en la página Web las actividades (talleres, exposiciones, y otros) que se ejecutan para concientizar a la ciudadanía. 1.3 Se desconoce los resultados obtenidos en las actividades que se ejecutan para concientizar a la ciudadanía. 1.4 Los productos que se elaboran no se socializan a la ciudadanía. 1.5 El discurso se centra en difundir la incautación de bienes mas no prevenir.
Aspecto 2 Sociales		2.1 Desinterés de parte de la sociedad sobre temas culturales. 2.2 No hay conciencia ciudadana sobre la importancia de preservar los bienes culturales. 2.3 Grupos delictivos dedicados al tráfico ilícito de bienes culturales.
Aspecto 3 económicos y tecnológicos		3.1 Insuficientes recursos económicos para impulsar la Campaña 3.2 Baja interacción en redes sociales. 3.3 Desconocimiento de recursos virtuales que puedan ser utilizados para concientizar a la población ecuatoriana.

Fuente: Massoni (2016); Rivadeneira (2020)
Elaboración propia.

Tabla 15
Niveles del problema por aspecto: organizacionales y comunicacionales

Versión técnica comunicacional del proyecto: Estrategias comunicacionales del INPC en materia de tráfico ilícito de bienes culturales en Ecuador	
Causas básicas	1. Desinterés por socializar las acciones positivas para concientizar. 2. Desinterés por aprovechar recursos tecnológicos.
Causas próximas	1. Comunicación unidireccional
Aspecto 1 Organizacionales y comunicacionales	1.1 Bajo uso de medios tradicionales para concientizar a la ciudadanía. 1.2 No se socializa en redes ni en la página Web las actividades (talleres, exposiciones, y otros) que se ejecutan para concientizar a la ciudadanía. 1.3 Se desconoce los resultados obtenidos en las actividades que se ejecutan para concientizar a la ciudadanía. 1.4 Los productos que se elaboran no se socializan a la ciudadanía. 1.5 El discurso se centra en difundir la incautación de bienes mas no prevenir.
Síntomas	La ciudadanía desconoce las acciones ejecutadas para concientizar sobre el tráfico ilícito de bienes culturales.
Consecuencias	Las estrategias comunicacionales no aportan a prevenir el tráfico ilícito de bienes culturales.

Fuente: Massoni (2016); Rivadeneira (2020)
Elaboración propia.

Tabla 16
Niveles del problema por aspecto: sociales

Versión técnica comunicacional del proyecto: Estrategias comunicacionales del INPC en materia de tráfico ilícito de bienes culturales en Ecuador	
Causas básicas	1. Desigualdad social 2. Falta de concientización
Causas próximas	1. Delincuencia organizada
Aspecto 2 Sociales	2.1 Desinterés de parte de la sociedad sobre temas culturales. 2.2 No hay conciencia ciudadana sobre la importancia de preservar los bienes culturales. 2.3 Grupos delictivos dedicados al tráfico ilícito de bienes culturales.
Síntomas	Desinterés general por preservar los bienes culturales.
Consecuencias	El tráfico ilícito de bienes culturales se mantiene.

Fuente: Massoni (2016); Rivadeneira (2020)

Elaboración propia.

Tabla 17
Niveles del problema por aspecto: económicos y tecnológicos

Versión técnica comunicacional del proyecto: Estrategias comunicacionales del INPC en materia de tráfico ilícito de bienes culturales en Ecuador	
Causas básicas	1. Asignación de recursos económicos hacia otras áreas. 2. Falta de capacitación sobre uso de recursos digitales y redes sociales
Causas próximas	1. Desinterés por aprovechar las TIC.
Aspecto 3 Económicos y tecnológicos	3.1 Insuficientes recursos económicos para impulsar la Campaña. 3.2 Baja interacción en redes sociales. 3.3 Desconocimiento de recursos virtuales que puedan ser utilizados para concientizar a la población ecuatoriana.
Síntomas	Se desconoce las acciones ejecutadas en materia de concientizar sobre el tráfico ilícito de bienes culturales.
Consecuencias	Los recursos virtuales no son eficientes para concientizar.

Fuente: Massoni (2016); Rivadeneira (2020)

Elaboración propia.

Etapa II

Análisis y prescripción mediante marcas de racionalidad comunicacional

Tabla 18

Etapa II. Análisis y prescripción mediante marcas de racionalidad comunicacional

Análisis y prescripción mediante marcas de racionalidad comunicacional	
•	Dimensión informativa: Destaca en el INPC una comunicación operativa, lineal.
•	Dimensión interaccional: Surge al momento de llevar a cabo capacitaciones y talleres dirigidos a la ciudadanía.

Fuente: Massoni (2016); Rivadeneira (2020)

Elaboración propia.

ETAPA III

Reconocimiento y jerarquización de los actores vinculados a cada aspecto del problema comunicacional

Tabla 19

Reconocimiento y jerarquización de los actores vinculados a cada aspecto del problema: organizacionales y comunicacionales

Versión técnica comunicacional del proyecto: Estrategias comunicacionales del INPC en materia de tráfico ilícito de bienes culturales en Ecuador	
Causas básicas	1. Directivos 2. Dirección de Comunicación
Causas próximas	1. Directivos
Aspecto 1 Organizacionales y comunicacionales	1.1 Dirección de Comunicación 1.2 Dirección de Comunicación 1.3 Dirección de Comunicación 1.4 Dirección de Comunicación 1.5 Directivos.
Síntomas	Beneficiarios
Consecuencias	Dirección de Comunicación

Fuente: Massoni (2016); Rivadeneira (2020)

Elaboración propia.

Tabla 20

Reconocimiento y jerarquización de los actores vinculados a cada aspecto del problema: sociales

Versión técnica comunicacional del proyecto: Estrategias comunicacionales del INPC en materia de tráfico ilícito de bienes culturales en Ecuador	
Causas básicas	1. Beneficiarios 2. Beneficiarios
Causas próximas	1. Gobierno central.
Aspecto 2 Sociales	2.1 Beneficiarios 2.2 Beneficiarios 2.3 Gobierno central.
Síntomas	Beneficiarios
Consecuencias	Beneficiarios.

Fuente: Massoni (2016); Rivadeneira (2020)

Elaboración propia.

Tabla 21

**Reconocimiento y jerarquización de los actores vinculados a cada aspecto del problema:
económicos y técnicos**

Versión técnica comunicacional del proyecto: Estrategias comunicacionales del INPC en materia de tráfico ilícito de bienes culturales en Ecuador	
Causas básicas	1. Estado. 2. Dirección de Comunicación.
Causas próximas	1. Dirección de Comunicación.
Aspecto 3 Económicos y tecnológicos	3.4 Gobierno central. 3.5 Dirección de Comunicación. 3.6 Dirección de Comunicación y Directivos.
Síntomas	Beneficiarios
Consecuencias	Beneficiarios.

Fuente: Massoni (2016); Rivadeneira (2020)

Elaboración propia.

ETAPA IV

Jerarquización de actores vinculados y no vinculados al problema

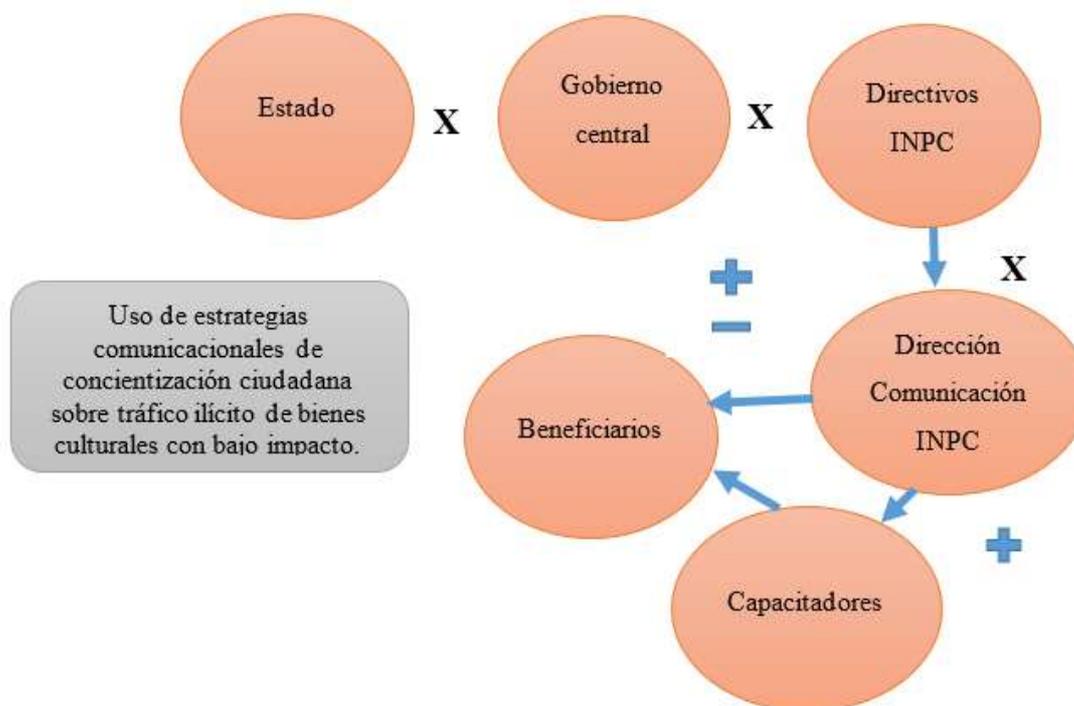


Figura 7 Jerarquización de actores vinculados y no vinculados al problema

Fuente: Massoni (2016); Rivadeneira (2020)

En la Figura 7 se aprecia que existe un proceso de jerarquización que va desde el Estado ecuatoriana y el Gobierno Central con relación a la asignación de recursos para el

área de cultura. Además, se aprecia un proceso jerarquizado entre los Directivos y la Dirección de Comunicación, última área que mantiene una relación positiva con los capacitadores y, estos en conjunto, promueven la Campaña en beneficio de la sociedad.

ETAPA V

Caracterización de matrices socioculturales en torno al problema

Tabla 22

Reconocimiento de matrices socioculturales

Proyecto: Estrategias comunicacionales del INPC en materia de tráfico ilícito de bienes culturales en Ecuador
Los que se benefician
Los que dirigen
Los que vinculan
Los que financian

Fuente: Massoni (2016); Rivadeneira (2020)

Elaboración propia.

Tabla 23

Caracterización de matrices socioculturales: los que dirigen

Proyecto: Estrategias comunicacionales del INPC en materia de tráfico ilícito de bienes culturales en Ecuador	
Matriz sociocultural: los que dirigen	
Actores	Directivos INPC, Dirección Comunicación
Expectativas	Conseguir que la sociedad concientice sobre la preservación de bienes culturales Lograr aunar esfuerzos interinstitucionales para el combate al tráfico ilícito de bienes culturales.
Necesidades	Que las acciones emprendidas tengan los efectos deseados.
Intereses	Que el INPC aporte a la solución de la problemática.
Saberes	Desconocimiento de cómo articular una comunicación eficiente. Poseen un nivel profesional competente.
Emociones	Sensibles a la situación del tráfico ilícito de bienes culturales.

Fuente: Massoni (2016); Rivadeneira (2020)

Elaboración propia.

Tabla 24

Caracterización de matrices socioculturales: los que vinculan

Proyecto: Estrategias comunicacionales del INPC en materia de tráfico ilícito de bienes culturales en Ecuador	
Matriz sociocultural: los que vinculan	
Actores	Capacitadores
Expectativas	Lograr conectar las acciones del INPC con las comunidades, Gad
Necesidades	Necesitan los recursos económicos suficientes para continuar con las actividades.
Intereses	Les interesa generar conciencia ciudadana sobre el cuidado de bienes culturales
Saberes	Profesionales en el área. Conocimiento de la realidad del tráfico ilícito de bienes culturales.
Emociones	Se sienten afectados por la vulneración de bienes culturales.

Fuente: Massoni (2016); Rivadeneira (2020)
Elaboración propia.

Tabla 25
Caracterización de matrices socioculturales: los que financian

Proyecto: Estrategias comunicacionales del INPC en materia de tráfico ilícito de bienes culturales en Ecuador	
Matriz sociocultural: los que financian	
Actores	Estado ecuatoriano
Expectativas	Esperan que la inversión en el área de cultura sea bien invertida. Que la inversión en la Campaña tenga los efectos deseados
Necesidades	Informes permanentes sobre los efectos generados en la Campaña.
Intereses	Que las acciones emprendidas a favor de la cultura les genere una buena imagen como Estado.
Saberes	Desconocen a profundidad la realidad en materia de tráfico ilícito de bienes culturales.
Emociones	Afinidad por preservar bienes culturales del país.

Fuente: Massoni (2016); Rivadeneira (2020)
Elaboración propia.

Tabla 26
Caracterización de matrices socioculturales: los que se benefician

Proyecto: Estrategias comunicacionales del INPC en materia de tráfico ilícito de bienes culturales en Ecuador	
Matriz sociocultural: los que se benefician	
Actores	Comunidad en general.
Expectativas	Que no exista tráfico ilícito de bienes culturales.
Necesidades	Preservar los bienes culturales.
Intereses	Proveer a las generaciones venideras de elementos identitarios del país
Saberes	Son personas de diversos estratos sociales. Grupos con alto conocimiento ancestral.
Emociones	Sensibles ante la pérdida de identidad nacional con la sustracción de bienes culturales.

Fuente: Massoni (2016); Rivadeneira (2020)
Elaboración propia.

Conforme el análisis realizado a partir de la comunicación enactiva se determina que el uso de las estrategias comunicacionales de concientización ciudadana sobre tráfico ilícito de bienes culturales tiene un bajo impacto tomando en cuenta los siguientes indicadores:

- Deficiente uso de medios tradicionales y redes sociales para prevenir el tráfico ilícito de bienes culturales
- Desconocimiento ciudadano sobre las actividades preventivas que el INPC realiza en materia de tráfico ilícito de bienes culturales.
- Un discurso enmarcado en la incautación de bienes y no en la prevención.

- El INPC mantiene una comunicación operativa, lineal.

Lo expuesto determina el planteamiento de los objetivos y, con ello, las estrategias puntuales a implementar dentro del plan de acción para el INPC.

3. Plan de acción

Tras el proceso ejecutado en las fases de la comunicación estratégica enactiva, a continuación, se explican las estrategias, acciones, indicadores y responsables del proyecto.

3.1 Objetivos

3.1.1 General

- Diseñar estrategias comunicacionales del INPC de concientización sobre el tráfico ilícito de bienes culturales en Ecuador.

3.1.2 Específicos

- Diseñar un modelo de gestión de comunicación pública del patrimonio cultural.
- Ejecutar acciones enfocadas en la capacitación, sensibilización para prevenir el tráfico ilícito de bienes culturales con el acercamiento directo con la comunidad.
- Diseñar estrategias de prevención del tráfico ilícito de bienes culturales a partir del uso de las TIC.

Tabla 27
Objetivo estratégico 1 de la propuesta

Objetivo Estratégico 1: Diseñar un modelo de gestión de comunicación pública del patrimonio cultural.			
Estrategia	Acciones	Indicadores	Responsables
Involucramiento de todos los actores para el diseño del modelo de gestión.	Diagnóstico: <ul style="list-style-type: none"> Conformación de un equipo de trabajo de la Dirección de Comunicación del INPC dedicado a la parte operativa; es decir, a establecer instrumentos metodológicos de recogida de información que permita diagnosticar qué resultados se han obtenido con la Campaña. En esta fase, es de utilidad la herramienta DAFO, la misma que otorga una panorámica de la realidad de las acciones emprendidas en materia preventiva. 	Número de reuniones del equipo de trabajo.	✓ Dirección de Comunicación
	Planificación: <ul style="list-style-type: none"> Establecer las políticas de comunicación y los objetivos, identificar y segmentar a los públicos que pueden interesarse por el patrimonio como grupo de apoyo para las acciones comunicacionales. Establecer formatos, líneas temáticas e instrumentos de comunicación, los más idóneos para socializar el discurso en materia preventiva Diseño de acciones y programas tomando en cuenta el criterio de los actores que intervienen en el proceso comunicativo hacia la mejora de las acciones emprendidas para sensibilizar y concienciar a la ciudadanía. Diseño de las estrategias de comunicación y las herramientas mix de comunicación dirigidas a prevenir la problemática. Elaboración del Manual de Gestión de Comunicación en materia preventiva contra el tráfico ilícito de bienes culturales. Aquí, es esencial la participación de todos los actores provenientes de la población, paso esencial para encaminar la comunicación de la manera adecuada. 	Número de reuniones del equipo de trabajo.	✓ Dirección de Comunicación
	Organización:	Número de reuniones del equipo de trabajo.	✓ Dirección de Comunicación

	<ul style="list-style-type: none"> • Toda aquella actividad que facilite el Modelo de Gestión conformando la organización funcional y estructural como financiera. Se discute, así mismo, el presupuesto e infraestructura estableciéndose también el perfil del comunicador que aporte con su experiencia sobre campañas de concienciación y sensibilización. 		
	<p>Evaluación y control:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conformación de un equipo para vigilar el cumplimiento de los objetivos trazados en la gestión de la comunicación, revisión de los resultados obtenidos y el impacto que han generado las estrategias. • Informe final. 	Número de reuniones del equipo de trabajo.	✓ Dirección de Comunicación

Elaboración propia.

Tabla 28
Objetivo estratégico 2 de la propuesta

Objetivo Estratégico 2: Elaborar acciones enfocadas en capacitación, sensibilización para prevenir el tráfico ilícito de bienes culturales con el acercamiento directo con la comunidad.			
Estrategia	Acciones	Indicadores	Responsables
Alianzas interinstitucionales en materia cultural para las acciones a ejecutarse.	Reuniones para establecer las acciones de trabajo.	Número de reuniones del equipo de trabajo.	✓ Dirección de Comunicación
	Reuniones con instituciones enfocadas a la cultura para el planteamiento de actividades de capacitación	Número de reuniones del equipo de trabajo.	✓ Dirección de Comunicación ✓ Dptos. de comunicación de las entidades culturales.
	Reuniones con instituciones enfocadas a la cultura para el planteamiento de actividades de sensibilización.	Número de reuniones del equipo de trabajo.	✓ Dirección de Comunicación. ✓ Dptos. de comunicación de las entidades culturales.
	Plan de trabajo de actividades a ejecutarse.	Número de reuniones del equipo de trabajo.	✓ Dirección de Comunicación. ✓ Dptos. de comunicación de las entidades culturales.
	Monitoreo de los resultados alcanzados	Número de informes emitidos.	✓ Dirección de Comunicación

Elaboración propia.

Tabla 29
Objetivo estratégico 3 de la propuesta

Objetivo Estratégico 3: Diseñar estrategias de prevención del tráfico ilícito de bienes culturales para la difusión de las actividades en redes sociales, página web institucional, medios digitales y tradicionales.			
Estrategia	Acciones	Indicadores	Responsables
Creación de contenidos creativos, de interés social, información directa y clara y permanente, y herramientas digitales de navegación sencilla en redes sociales, medios tradicionales, y uso de recursos digitales.	Reunión de trabajo para definir equipos y roles.	Número de reuniones de trabajo.	✓ Dirección de Comunicación
	Crear contenido atractivo digital y tangible para radio, televisión, redes sociales.	Número de contenido creado.	✓ Dirección de Comunicación
	Realizar publicaciones permanentes en distintos medios digitales y tradicionales socializando el discurso de prevención.	Número de publicaciones.	✓ Dirección de Comunicación
	Elaboración de contenido visual a ser ubicados en sitios estratégicos del país.	Número de contenido visual elaborado.	✓ Dirección de Comunicación

Elaboración propia.

Tabla 31
Presupuesto de la propuesta

Acción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Método de financiamiento
Fase 1: De diagnóstico.	3 horas por día	\$0,00	\$0,00	Presupuesto aprobado 2022-2023-sueldo empleados
Fase 2: De planificación	3 horas por día	\$0,00	\$0,00	Presupuesto aprobado 2022-2023-sueldo empleados
Fase 3: De organización	3 horas por día	\$0,00	\$0,00	Presupuesto aprobado 2022-2023-sueldo empleados
Fase 4: De evaluación y control.	3 horas por día	\$0,00	\$0,00	Presupuesto aprobado 2022-2023-sueldo empleados
Reuniones para establecer las acciones de trabajo.	3 horas por día	\$0,00	\$0,00	Presupuesto aprobado 2022-2023-sueldo empleados
Reuniones con instituciones enfocadas a la cultura para el planteamiento de actividades de capacitación	5 horas por semana	\$0,00	\$0,00	Presupuesto aprobado 2022-2023-sueldo empleados
Reuniones con instituciones enfocadas a la cultura para el planteamiento de actividades de sensibilización.	5 horas por semana	\$0,00	\$0,00	Presupuesto aprobado 2022-2023-sueldo empleados
Plan de trabajo de actividades a ejecutarse.	5 horas por semana	\$0,00	\$0,00	Presupuesto aprobado 2022-2023-sueldo empleados
Monitoreo de los resultados alcanzados	Permanentemente	\$0,00	\$0,00	Presupuesto aprobado 2022-2023-sueldo empleados
Reunión de trabajo para definir equipos y roles.	2 horas por día	\$0,00	\$0,00	Presupuesto aprobado 2022-2023-sueldo empleados
Crear contenido atractivo digital y tangible para radio, televisión, redes sociales.	2 horas por día	\$2.000,00	\$8.000,00	Presupuesto aprobado 2022-2023-sueldo empleados
Realizar publicaciones permanentes en distintos medios digitales y tradicionales socializando el discurso de prevención.	Permanentemente	\$3.000,00	\$36.000,00	Presupuesto aprobado 2022-2023-sueldo empleados
Elaboración de contenido visual a ser ubicados en sitios estratégicos del país.	Permanentemente	\$60.000,00	\$60.000,00	Presupuesto aprobado 2022-2023-sueldo empleados
Subtotal			104.000,00	
Imprevistos 10%			6.500,00	
Total			110.500,00	

Elaboración propia.

Conclusiones

Tras los resultados obtenidos, dentro del presente apartado se elabora la parte de conclusiones tomando como base el objetivo principal que refiere a analizar el uso e impacto de las estrategias comunicacionales implementadas por el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC) sobre la Campaña de capacitación, sensibilización, difusión y formación para prevenir el tráfico ilícito de bienes culturales en Ecuador, entre septiembre del 2019 a febrero del 2020. A continuación, se explica en detalle:

a) Sobre identificar las estrategias de comunicación emprendidas en la campaña en su fase de capacitación, sensibilización, difusión y formación para prevenir la problemática abordada se concluye lo siguiente:

- Las acciones de la Dirección de Comunicación del INPC se han dirigido a socializar un discurso en materia de los resultados obtenidos con los operativos ejecutados para incautar bienes culturales, mas no en materia preventiva.
- No se han aprovechado lo suficiente medios de comunicación tradicionales y digitales para socializar las acciones emprendidas en la Campaña, las mismas que solo son expuestas visiblemente pero no en función de los resultados alcanzados, en la Rendición de cuentas del 2019.
- Las acciones emprendidas en la Campaña han sido expuestas básicamente en la web del INPC, pero no de manera explícita. No se observan las acciones ejecutadas ni los resultados obtenidos.

b) Respecto a examinar los resultados alcanzados con las estrategias comunicacionales emprendidas por el INPC en la campaña hacia servidores públicos, funcionarios del servicio exterior, empleados municipales y sociedad civil se concluye:

- Los datos estadísticos de incautación de bienes culturales en el Ecuador develan que desde el 2013 hasta el 2020, la problemática se ha intensificado donde, incluso, en época de pandemia no se redujo.
- Sobre los datos expuestos, se concluye que la Campaña no ha tenido los efectos deseados en materia preventiva, puesto que el enfoque principal: la prevención, no se

toma como eje fundamental en el discurso del INPC al socializar las acciones emprendidas en medios digitales y tradicionales; aunque sí sean más evidentes en la Rendición de cuentas del 2019.

- Las acciones emprendidas por el INPC dentro de la Campaña han sido focalizadas en espacios altamente vulnerables. Aquí se han emprendido talleres de sensibilización, y capacitación; además de exposiciones de bienes culturales del Ecuador que elevan el sentido de preservación; pero las acciones no se han socializado ampliamente en distintos medios de comunicación, incluso ni en la página Web institucional.

Además, no se han contemplado otros recursos comunicacionales como videos de concienciación, difusión masiva en redes sociales sobre concienciación y sensibilización, entre otros.

c) Finalmente, sobre establecer lineamientos generales para el fortalecimiento de las estrategias comunicacionales implementadas por el INPC, en materia de tráfico ilícito de bienes culturales se concluye:

- La Dirección de Comunicación del INPC necesita un Modelo de Gestión de comunicación pública del patrimonio, donde exista personal profesional en comunicación dirigido a materia exclusiva de investigación para diagnosticar los resultados de la Campaña. Además, el proceso de planificación debe orientarse casi exclusivamente a un discurso en materia de prevención. Así mismo, el establecimiento de un equipo comunicacional dirigido a monitorear los resultados de la Campaña para, en función de aquello, fortalecer puntos.
- Los lineamientos posteriores están dirigidos a diseñar un plan de comunicación estratégica enactiva, el mismo que en esencia debe profundizar sobre la problemática en materia comunicacional de la Campaña tomando como base la metodología marcas de racionalidad comunicacional, para identificar el tipo de dimensión comunicacional dominante del INPC, y determinar qué otras dimensiones se pueden complementar para fortalecer la Campaña para reducir el tráfico ilícito de bienes culturales, desde el aporte que la comunicación pueda dar en materia de concienciación y sensibilización.

Conforme a las conclusiones expuestas y con base a la pregunta de investigación que refiere a ¿qué uso e impacto han tenido las estrategias comunicacionales implementadas por el

Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC) sobre la Campaña de capacitación, sensibilización, difusión y formación para prevenir el tráfico ilícito de bienes culturales en Ecuador? se señala que los objetivos trazados se han cumplido en su totalidad, en tanto, se ha podido diagnosticar el uso e impacto de las estrategias de comunicación implementadas por el INPC en la Campaña como se señalan en los objetivos 1 y 2 respectivamente mediante un monitoreo exhaustivo en la web y fuentes bibliográficas. Paso previo que ha facilitado establecer lineamientos generales para el fortalecimiento de las estrategias comunicacionales de la entidad referente a prevenir el tráfico ilícito de bienes culturales en el país tomando como base el aporte que la comunicación enactiva contribuye al campo.

Lista de referencias

- Aguilar, Stalin, Rafael Salgueiro, y Santiago Barriga. 2017. *Comunicación e imagen corporativa*. Machala: Editorial UMACH.
- Apolo, Diego, Valeria Báez, Lizeth Pauker, y Gabriel Pasquel. 2017. "Gestión de Comunicación Corporativa: consideraciones para el abordaje de su estudio y práctica". *Revista Latina de Comunicación Social*, n.º 72: 521-39.
- Auza, María Alejandra. *Fricciones y realidades de los Estudios Culturales*. Quito: FLACSO, 2009.
- Barranquero, Alejandro. 2011. «Latinoamericanizar los estudios de comunicación. de la dialéctica centro-periferia al diálogo interregional.» *Razón y Palabra*, nº 75: 1-26.
- Caloca, Eloy. 2015. "Significados, identidades y estudios culturales: Una introducción al pensamiento de Stuart." *Razón y Palabra*, n.º 92: 1-32.
- Cambria, Antonino. 2016. «La importancia de la Comunicación Estratégica.» *iee.es*: 1-13.
- Campos, Hugo. 2018. «Estudio de la identidad cultural mediante una construcción epistémica.» *Cinta Moebio*, nº 62: 199-212.
- Capriotti, P. 1999. *Comunicación Corporativa. Una estrategia de éxito a corto plazo*. Buenos Aires: 30-33.
- Cepeda, Jesús. 2018. «Una aproximación al concepto de identidad cultural a partir de experiencias: el patrimonio y la educación.» *Tabanque*, nº 31: 244-262.
- Chaparro, María. 2018. "Patrimonio cultural tangible". *Prospectiva II*.
- Cisneros, Nancy, Nancy Cisneros, Patricia Durán, Víctor Meléndez, y Lirio García. 2012. «La comunicación estratégica en la empresa intercultural dentro del mundo digital.» *Revista Electrónica de Investigación y Docencia*: 141-155.
- Constitución de la República del Ecuador*. 2008. Registro Oficial 449.
- Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural. 1972. <https://whc.unesco.org/archive/convention-es.pdf>. 1972.
- Convenio para evitar transferencia ilícita de bienes culturales. 1972. *Convenio para evitar transferencia ilícita de bienes culturales*. Quito: Lexis.

- Costa, Joan. 2002. *Imagen Corporativa en el siglo XXI*. Ediciones La Crujía.
- Crespo, Regina, y Daniela Parra. 2017. «¿Estudios culturales latinoamericanos? Reflexiones a partir de algunas antologías.» *Latinoamérica. Revista de Estudios Latinoamericanos* (DOI: 10.22201/cialc.24486914e.2017.64.55243) 64: 13-37.
- Dávila, Marianela, y Hilda Saladrigas. 2020. «Modelo de gestión de comunicación pública del patrimonio: alternativa sistémica para las oficinas del conservador y del historiador en Cuba.» *Revista Latina de Comunicación Social*, nº 77: 329-356.
- Díaz, Enrique. 2017. «Comunicación estratégica. Origen y evolución del concepto.» *Dialnet*:13-34.
- Dirección de Gestión de Riesgos del Patrimonio Cultural. 2021. *Dirección de Gestión de Riesgos del Patrimonio Cultural*. Quito: Dirección de Gestión de Riesgos del Patrimonio Cultural.
- Erazo, Jaime. 2010. «Bienes culturales venta.» *Ciudad segura*, nº 39: 1-7.
- Flores, Ivonne. 2005. «Identidad cultural y el sentimiento de pertenencia a un espacio social: una discusión teórica.» *Cd Digital*: 41-48.
- Fontal, Olaia. 2016. «Educación patrimonial: retrospectiva y perspectivas para la próxima década.» *Estudios pedagógicos* 42, nº 2: 415-436.
- García, Édgar. *Comunicación estratégica enactiva*. 2022, 21 de febrero de 2022. <http://strategiamagazine.com/comunicacion-estrategica-enactiva/>
- García, Idalia. 2009. «Los bienes bibliográficos y documentales: un acercamiento a su problemática.» *Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas*: 1-28.
- García, María del Pilar. 2011. *El patrimonio cultural. Conceptos básicos*. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza.
- Garrido, Francisco. 2017. «Comunicación Estratégica.» *Research Gate*: 1-20.
- Gobierno de España UNESCO. 2016. *Convención de 1954. Convención para la protección de los bienes culturales en caso de conflicto armado (La Haya, 1954)*, 11 de febrero de 2022. <https://n9.cl/ro09e>
- González, Ana. 2020. *Patrimonio cultural y desarrollo sostenible: una mirada desde las convenciones culturales de la UNESCO*. Quito: UNESCO.
- Grupo de Estudios en Seguridad Internacional. 2019. «La prospectiva, herramienta de inteligencia al servicio de la comunicación estratégica.» *GESI*: 1-21.

- Hall, Stuart. 1996. *Cuestiones de identidad cultural*. Buenos Aires-Madrid: Amorrortu editores.
- Hall, Stuart. 2010. *Sin garantías*. Quito: Envi3n Editores.
- INPC. *Atenci3n: INPC implementa acciones emergentes frente a la afectaci3n de bienes patrimoniales en Zaruma*. 16 de diciembre de 2021 a. <https://www.patrimoniocultural.gob.ec/atencion-inpc-implementa-acciones-emergentes-frente-a-la-afectacion-de-bienes-patrimoniales-en-zaruma/> (3ltimo acceso: 2022).
- . *Guía de identificaci3n de bienes culturales patrimoniales*. Quito: INPC, 2018.
- . *Informe de Gestió n del INPC 2011*. 17 de enero de 2012 i. https://issuu.com/riesgosinpc/docs/inpc_gestion.
- . *Informe de Gestió n INPC 2012*. 22 de enero de 2013 h. https://issuu.com/inpc/docs/inpc_gestion_03-01-13.
- . *INPC brind3 asesoría t3cnica a los GAD Municipales de La Maná y Pangua*. 2 de julio de 2021 b. <https://www.patrimoniocultural.gob.ec/inpc-brindo-asesoria-tecnica-a-los-gad-municipales-de-la-mana-y-pangua/>.
- . *INPC cumpli3 con Rendici3n de Cuentas periodo 2017*. diciembre de 2017 g. <https://www.patrimoniocultural.gob.ec/inpc-cumplio-con-rendicion-de-cuentas-periodo-2017/>.
- . *INPC DTZ7 promueve gesti3n del patrimonio arqueol3gico en el sitio Los Conchales*. 2019. <https://www.patrimoniocultural.gob.ec/inpc-dtz7-promueve-gestion-del-patrimonio-arqueologico-en-el-sitio-los-conchales/>.
- . *INPC participa en la III Reuni3n del Comit3 Ejecutivo del Centro Regional de Formaci3n en Gestió n del Patrimonio Mundial Lucio Costa*. 10 de marzo de 2021 c. <https://www.patrimoniocultural.gob.ec/inpc-participa-en-la-iii-reunion-del-comite-ejecutivo-del-centro-regional-de-formacion-en-gestion-del-patrimonio-mundial-lucio-costa/>
- . *INPC y la Universidad Central del Ecuador firman convenio para fortalecimiento del patrimonio y turismo cultural en Manabí*. 26 de octubre de 2020 <https://www.patrimoniocultural.gob.ec/inpc-y-la-universidad-central-del-ecuador->

firman-convenio-para-fortalecimiento-del-patrimonio-y-turismo-cultural-en-manabi/ (último acceso: 2022).

—. "INPC zonal 7 socializa y entrega proyectos patrimoniales ejecutados en el 2018". *Patrimonio Cultural*, 2018. <https://www.patrimoniocultural.gob.ec/inpc-zonal-7-socializa-y-entrega-proyectos-patrimoniales-ejecutados-en-el-2018>.

INPC. *Presentación institucional y Plan de acciones que desarrolla el INPC*. Quito, 2021.

—. *Rendición de Cuentas 2019*. 3 de julio de 2020. https://issuu.com/inpc/docs/rendicion_de_cuentas_2020-publicacion.

—. *Rendición de Cuentas 2020*. Quito: INPC, 2021.

—. *Rendición de cuentas 2021*. Quito: INPC, 2022.

—. *Rendición de cuentas enero-diciembre 2016*. Quito: INPC, 2017.

—. *Rendición de cuentas INPC 2013*. 26 de agosto de 2014. https://issuu.com/inpc/docs/rendicion_de_cuentas_inpc_2013.

—. *Rendición de cuentas INPC 2014*. 1 de abril de 2015. https://issuu.com/inpc/docs/rc_inpc2014.

Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. *Patrimonio cultural inmaterial*. Loja: Editorial Gráficas Hernández, 2014.

—. *Reseña Histórica INPC 2021*. 1 de agosto de 2021. <https://n9.cl/0sam5>

Ley Orgánica de Cultura. 2016. *Ley Orgánica de Cultura*. Quito: Asamblea Nacional.

LOTAIP. 2021. *Directorio del INPC*. 11 de febrero de 2021. <https://n9.cl/yc4is>

Massoni, Sandra. 2018. *Comunicación estratégica: matrices de datos en la investigación enactiva*. Buenos Aires.

Massoni, Sandra. 2019. «Teoría de la Comunicación Estratégica Enactiva: un aporte.» *Organicom*, n° 30: 52-64.

Massoni, Sandra. 2019. «Teoría de la Comunicación Estratégica Enactiva e investigación enactiva en Comunicación: aportes desde Latinoamérica a la democratización de la vida cotidiana.» *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, n° 141: 237-256.

Mejía, Alberto. 2014. «El patrimonio cultural como derecho:» *Revista de Derecho*, n° 21: 1-22.

- Ministerio Coordinador de Patrimonio del Ecuador. 2012. *Introducción al patrimonio cultural*. Quito: MInisterio Coordinador de Patrimonio del Ecuador.
- Naciones Unidas. *La Declaración Universal de Derechos Humanos*. 2020. <https://www.un.org/es/about-us/universal-declaration-of-human-rights> (último acceso: febrero de 2022).
- Nieves, Felipe. *Plan de comunicación estratégica*. 2021, 3 de febrero de 2022. <https://www.gestiopolis.com/plan-de-comunicacion-estrategica/>
- Quinteros, Ángel. 2020. *“El uso del patrimonio cultural tangible inmueble como fomento del turismo”*. Tulcán: Universidad Politécnica Estatal del Carchi.
- Ramos, Washington, Mauricio Paredes, Paulina Terán, y Luis Lema. 2017. *Comunicación organizacional*. Guayaquil: Compas.
- Rivadeneira, Gladys. 2020. *La aplicación de la comunicación estratégica en organizaciones sin fines de lucro para generar redes de cooperación entre beneficiarios*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Rodríguez, Ángela. 2016. «La comunicación dentro de las organizaciones.» Bogotá: Universidad Militar Nueva Granada.
- Rodríguez, Sandra. 2012. *Aportes de la planeación prospectiva a la gestión de la comunicación organizacional*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Rowan, Jaron. 2012. *Estudios culturales*. Primera Edición. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.
- Thompson, E. P. 1995. *Costumbres en Común*. Barcelona: Grijalvo Mondari.
- UNESCO. *La UNESCO y el patrimonio mundial*. París: Ediciones UNESCO, 2002.
- Uranga, Washington. 2007. *Prospectiva estratégica desde la comunicación*. Buenos Aires.
- Urteaga, Eguzki. 2009. "Orígenes e inicios de los estudios culturales." *Gazeta de Antropología*, no. 25: 1-22.
- Williams, Raymond. 1994. *Sociología de la cultura*. Barcelona: Paidós Comunicación.