



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA COMUNICACIÓN**

**LA EDUCOMUNICACIÓN Y SU APOORTE AL
FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN
INTERCULTURAL EN EL MUSEO AMANTES DE SUMPA,
PERIODO 2025.**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO DE:**

LICENCIADO(A) EN COMUNICACIÓN

AUTORAS:

DOMÍNGUEZ RIVERA XEOMARA NICOLE

TOMALÁ SUÁREZ DENISSE NAYELI

TUTOR(A):

LCDO. PETER SANTA MARIA ROMERO, MGTR.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2025



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA COMUNICACIÓN

**LA EDUCOMUNICACIÓN Y SU APORTE AL
FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN
INTERCULTURAL EN EL MUSEO AMANTES DE SUMPA,
PERIODO 2025.**

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO DE:

LICENCIADO(A) EN COMUNICACIÓN

AUTORAS:

DOMÍNGUEZ RIVERA XEOMARA NICOLE

TOMALÁ SUÁREZ DENISSE NAYELI

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

COMUNICACIÓN, CULTURA Y DESARROLLO SOCIAL

SUB-LÍNEA:

PROCESO HISTÓRICO DE LA CONSTRUCCIÓN DE LA REALIDAD
NACIONAL E INTERNACIONAL

LA LIBERTAD – ECUADOR

2025

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	I
DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTOS	III
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC.....	IV
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	IV
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.....	V
RESUMEN	1
INTRODUCCIÓN	3
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
1.1. Antecedentes del problema de investigación.....	5
1.2. Formulación del problema de investigación.	11
1.2.1. Preguntas de investigación.....	12
1.3. Objetivos.....	12
1.3.1. Objetivo general.....	12
1.3.2. Objetivos específicos.	12
1.4. Justificación de la investigación.	13
1.5. Hipótesis	14
1.6. Variables	15
2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL	16
2.1. Conocimiento actual.	16
2.2. Fundamentación teórica y Conceptual.....	19
2.3. Marco Legal.....	33
3. MARCO METODOLÓGICO	38
3.1. Enfoque de investigación.....	38
3.2. Tipo de investigación.....	38
3.3. Diseño de investigación.	39
3.4. Alcance de la investigación.	39
3.5. Operacionalización de las variables.....	41
3.6. Población, muestra y periodo de estudio	43
3.7. Técnicas e instrumentos de levantamiento de información	44
4. ANÁLISIS DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN	47
5. CONCLUSIONES.....	64
6. RECOMENDACIONES	66
REFERENCIAS.....	67
ANEXOS	75

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de Operacionalización	41
Tabla 2. Entrevista 1. César Arízaga Sellan.....	48
Tabla 3. Entrevista 2. Sofía Bermúdez.	52
Tabla 4. Ficha de observación.....	56

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Árbol de problema.....	75
Figura 2. Entrevista al experto en educomunicación y comunicación intercultural, César Arízaga Sellan.....	92
Figura 3. Entrevista a la community manager del Museo Amantes de Sumpa, Sofía Bermúdez.....	92
Figura 4. Análisis de las publicaciones de las redes sociales del Museo Amantes de Sumpa.	93
Figura 5. Tutorías con el Lcdo. Peter Santa María Romero, Mgtr.	101
Figura 6. Carta aval institucional emitida por el Museo Antropológico y de Arte Contemporáneo (MAAC).	102

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Quien suscribe; **DOMINGUEZ RIVERA XEOMARA NICOLE** con C.I. 0928021633 y **TOMALA SUAREZ DENISSE NAYELI** con C.I. 2400036964 estudiantes de la carrera de Comunicación, declaro que el Trabajo de Titulación; Proyecto de Investigación presentado a la Unidad de Integración Curricular, cuyo título es: **LA EDUCOMUNICACIÓN Y SU APOORTE AL FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERCULTURAL EN EL MUSEO AMANTES DE SUMPA, PERIODO 2025**, corresponde exclusiva responsabilidad de autores y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, diciembre, 2025.

Atentamente,

Xeomara NDR

Denisse Tomala

Domínguez Rivera Xeomara Nicole
C.I. 0928021633

Tomalá Suárez Denisse Nayeli
C.I. 2400036964

DEDICATORIA

A mi madre, Greliá Rivera, por su amor inquebrantable, su esfuerzo incansable y por ser mi mayor ejemplo de perseverancia. Dedico este logro a su sacrificio y a todas las horas que invirtió en mi formación, pues sin su apoyo incondicional, este proyecto no habría sido posible.

A mis hermanos, Brando, Sofía y Matías, su presencia ha sido un motor constante en los momentos de mayor desafío.

A mis abuelos y segundos padres, Cruz De La Cruz y Ángel Rivera, por ser mi refugio de cariño y sabiduría que siempre he tenido.

Y a mí misma, por no rendirme, por superar cada obstáculo y por creer en mis capacidades. Este logro representa no solo el resultado de un trabajo académico, sino también el fruto de mi constancia, dedicación y crecimiento personal.

Domínguez Rivera Xeomara Nicole

Dedico este logro principalmente a Dios, por guiarme y darme fortaleza en cada momento de este proceso. Por darme la sabiduría, la paciencia y la fe necesaria para continuar, incluso cuando las fuerzas parecían agotarse.

A mis amados padres, Iván Tomalá y Mariana Suárez porque cada paso que doy es fruto de su esfuerzo, su amor y sus sacrificios que me enseñaron que los sueños se alcanzan con fe, constancia y humildad.

A mis hermanos, John, Jair, Justin, Jordan y Johan, por su cariño, apoyo y compañía constante, recordándome siempre la importancia de la unidad familiar.

A mi compañero de vida, Josué García por su comprensión, paciencia y motivación inagotable, que me alentaron a no rendirme y continuar hasta alcanzar esta meta.

Tomalá Suárez Denisse Nayeli

AGRADECIMIENTOS

Agradezco profundamente a Dios por darme la fortaleza, la sabiduría y la perseverancia necesaria para culminar esta etapa académica.

A mis padres, Grelia Rivera y Álvaro Domínguez, por su inmenso esfuerzo y las incontables horas de trabajo que hicieron posible mi formación. Este proyecto es parte de la materialización de su sacrificio.

A cada uno de mis familiares maternos, por su apoyo incondicional, comprensión y aliento durante todos estos años de esfuerzo. Este logro es también suyo.

A mi tutor, el Lcdo. Peter Santamaría, por su invaluable orientación, dedicación y sabios consejos que orientaron el desarrollo de esta investigación.

A mi compañera de tesis, Denisse Tomalá, por la dedicación, la paciencia y el incalculable trabajo en equipo. Su amistad y apoyo constante transformaron este arduo camino en una experiencia de crecimiento mutuo.

Y de manera especial, y aunque no esté presente, a Ángel Rivera, por ser mi inspiración silenciosa.

A todos, mi eterno agradecimiento.

Domínguez Rivera Xeomara Nicole

Agradezco infinitamente a Dios, por su presencia constante en mi vida, por brindarme salud, sabiduría y perseverancia que me permitieron culminar esta etapa llena de aprendizajes y poder compartirlo con las personas que más amo.

A mis padres, Iván Tomalá y Mariana Suárez, por cada consejo y apoyo constante con palabras de aliento que me impulsaron a seguir adelante. Ustedes son el amor más grande de mi vida y mi mayor motivo para alcanzar cada meta.

A mi familia materna, por impulsarme a seguir adelante y nunca rendirme a pesar de las adversidades que se me presenten.

A mi tutor, Lcdo. Peter Santamaría, por su dedicación, acompañamiento y valiosas orientaciones que fueron esenciales para el desarrollo de este trabajo.

A mi compañera de tesis Xeomara Domínguez, por su amistad sincera, por su compromiso, esfuerzo y trabajo conjunto para lograr nuestros objetivos.

Tomalá Suárez Denisse Nayeli



**FACULTAD DE CIENCIAS
SOCIALES Y DE LA SALUD**
CARRERA DE COMUNICACIÓN

**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

La Libertad, 31 de octubre del 2025

Lic. Gerzon Cochea Panchana, Mgtr.
Director de la Carrera de Comunicación- UPSE

En su despacho. -

En calidad de tutor(a) asignado(a) por la carrera de Comunicación, informo a usted que las estudiantes **Domínguez Rivera Xeomara Nicole** con cédula de identidad N° **0928021633** y **Tomalá Suárez Denisse Nayeli** con cédula de identidad N° **2400036964**, ha cumplido con los requisitos estipulados en el *Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la UPSE y Protocolos Vigentes de la carrera de Comunicación*, para la implementación y desarrollo del Trabajo de Titulación, bajo la modalidad de Proyecto de Investigación, de título **“La educucomunicación y su aporte al fortalecimiento de la comunicación intercultural en el Museo Amantes de Sumpa, periodo 2025”**.

Por lo ante expuesto, recomiendo se apruebe el Trabajo de Titulación referido anteriormente, bajo el Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la UPSE vigente que cita:

“Art 11. Actividades académicas del docente tutor. - El docente tutor realizará un acompañamiento a los estudiantes en el desarrollo del proyecto del trabajo de integración curricular, quién presentará el informe correspondiente de acuerdo a la planificación aprobada por el Consejo de Facultad.”

Debo indicar que es de exclusiva responsabilidad del/la autor(a), cumplir con las sugerencias realizadas durante el proceso de revisión.

Para los fines académicos pertinentes, es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

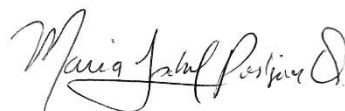
Atentamente,

Lcdo. Gregory Peter Santa María Romero, Mgtr
DOCENTE TUTOR(A)

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR




Lcdo. Gerzon Cochea Panchana, MSc.
**DIRECTOR DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Lcda. María Isabel Posligua Quinde, MSc.
**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Lcdo. Peter Santa María Romero, Mgtr.
**DOCENTE TUTOR(A) DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



Lcdo. Ángel Matamoros Dávalos, Ph.D.
**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



Domínguez Rivera Xeomara Nicole
ESTUDIANTE



Tomalá Suárez Denisse Nayeli
ESTUDIANTE

La educomunicación y su aporte al fortalecimiento de la comunicación intercultural en el Museo Amantes De Sumpa, periodo 2025.

Xeomara Nicole Domínguez Rivera

Código Orcid (1) <https://orcid.org/0000-0001-6451-835X>

Denisse Nayeli Tomalá Suárez

Código Orcid (2) <https://orcid.org/0000-0001-9553-8185>

Universidad Estatal Península de Santa Elena-Carrera de Comunicación

RESUMEN

La presente investigación identifica cómo la educomunicación puede fortalecer la comunicación intercultural en el Museo Amantes de Sumpa, a través del análisis de contenido de sus principales redes sociales, con el fin de promover espacios de diálogo y participación entre los visitantes. Se empleó una metodología de enfoque cualitativo, con un diseño no experimental y un alcance descriptivo. Como técnicas de recolección de información se utilizaron entrevistas a un experto en educomunicación y comunicación intercultural, a la persona responsable de la gestión de las redes sociales del museo (community manager) y, por último, el análisis de las publicaciones realizadas en las plataformas digitales: Instagram y Facebook. Los resultados evidencian que la educomunicación y la comunicación intercultural aportan de manera significativa a la construcción de espacios inclusivos y participativos dentro del museo. Asimismo, el análisis de contenido demuestra que el Museo Amantes de Sumpa constituye un espacio relevante para el ámbito educomunicacional, debido a la aplicación constante de recursos didácticos en sus procesos comunicativos. No obstante, se identifica la necesidad de fortalecer una comunicación más bidireccional y participativa, cuya implementación permitiría consolidar al museo como un referente en la gestión educativa y cultural dentro de la provincia de Santa Elena.

Palabras Clave: *Educomunicación, comunicación intercultural, redes sociales, recursos didácticos, museo.*

Educommunication and its contribution to strengthening intercultural communication at the Amantes de Sumpa Museum, 2025 period.

ABSTRACT

This research identifies how educommunication can strengthen intercultural communication at the Amantes de Sumpa Museum through content analysis of its main social media accounts, with the aim of promoting spaces for dialogue and participation among visitors. A qualitative methodology was used, with a non-experimental design and a descriptive scope. The techniques used to collect information included interviews with an expert in educommunication and intercultural communication, the person responsible for managing the museum's social media (community manager), and, finally, analysis of the posts made on the digital platforms Instagram and Facebook. The results show that educommunication and intercultural communication contribute significantly to the construction of inclusive and participatory spaces within the museum. Likewise, content analysis shows that the Amantes de Sumpa Museum is a relevant space for educommunication, due to the constant application of educational resources in its communication processes. However, there is a need to strengthen more bidirectional and participatory communication, the implementation of which would consolidate the museum as a benchmark in educational and cultural management within the province of Santa Elena.

Keywords: *Educommunication, intercultural communication, social media, educational resources, museum.*

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el intercambio cultural y la globalización han supuesto un desafío para los museos en cuanto a la innovación de sus procesos comunicativos. Ya no se limitan a ser simples transmisores y protectores del legado cultural, sino que ahora tienen la responsabilidad de impulsar la participación ciudadana en espacios de encuentro cultural significativos. En este contexto, la educomunicación se plantea como una metodología idónea para fortalecer los procesos de aprendizaje intercultural.

Aunque el Museo Amantes de Sumpa puede concebirse como un auténtico transmisor de las narrativas culturales de la provincia de Santa Elena, en la práctica presenta diversas deficiencias comunicacionales que dificultan la comprensión y retención de sus contenidos, especialmente cuando se dirige a audiencias diversas. Por este motivo, se evidencia la falta de una aplicación adecuada de estrategias educomunicativas que promuevan la reflexión, la interacción y la construcción de vínculos enriquecedores entre el museo y sus públicos.

El presente proyecto es relevante por su aporte a la comprensión del vínculo entre los campos académicos de la educomunicación y la comunicación intercultural en centros culturales como los museos, ampliando la literatura de estas líneas de estudio fundamentales para la formación de ciudadanos respetuosos de la pluralidad cultural. Además, al tratarse de un país caracterizado por su diversidad cultural, resulta pertinente promover espacios más empáticos, en los que se valore la diversidad de identidades y el patrimonio cultural de la provincia de Santa Elena. En el ámbito profesional, la investigación aporta estrategias comunicacionales que pueden aplicarse en distintos entornos culturales donde se requiera un enfoque participativo e inclusivo.

El objetivo principal de este estudio es identificar cómo la educomunicación puede fortalecer la comunicación intercultural en el Museo Amantes de Sumpa, a través del análisis de contenido de sus principales redes sociales, con el fin de promover espacios de diálogo y participación entre sus visitantes.

El Museo Amantes de Sumpa, ubicado en la provincia de Santa Elena, constituyó el objeto de estudio de esta investigación durante el período 2025. La metodología adoptada corresponde a un enfoque cualitativo, sustentado en la recolección de información mediante la técnica de la entrevista, aplicada a especialistas en el campo de la educomunicación y la comunicación intercultural, así como a la *community manager* del centro cultural estudiado. Asimismo, se realizó un análisis de contenido a través de una ficha de observación de las publicaciones difundidas en las plataformas digitales del museo.

La estructura de este proyecto de investigación está desglosada por varios capítulos:

Capítulo I: En este apartado, se presenta el panorama general del tema, los objetivos, la justificación del estudio, la delimitación y el método general que se empleó para llevarla a cabo.

Capítulo II: Se detalla el marco teórico, que fundamenta la conexión entre educomunicación y comunicación intercultural.

Capítulo III: Se explica la metodología utilizada, el diseño de investigación, las técnicas e instrumentos que se utilizaron, junto con el proceso de recopilación de información y análisis de la información recolectada.

Capítulo IV: Se revelan los resultados alcanzados, su interpretación pertinente y el análisis de los hallazgos a la luz de las metas trazadas. Finalmente, se presentan las conclusiones y las recomendaciones surgidas del análisis.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Antecedentes del problema de investigación.

La educomunicación, como método que fomenta la participación, el intercambio y la construcción colectiva del conocimiento, adquiere particular relevancia en espacios culturales y patrimoniales como el Museo Amantes de Sumpa. En este sentido, Borghi y Serrano (2020), en su estudio realizado en un museo de Bolonia, Italia, destacan que la educación en estos espacios debe considerar la convivencia y diversidad de culturas, examinar sus proximidades y discrepancias, identificar sus formas de interacción y contacto, tanto en el presente como en el pasado, y avanzar progresivamente desde una narrativa unidireccional y etnocéntrica hacia un proceso de interculturalización (p. 159). Por ello, se subraya la importancia de fortalecer la función comunicativa del museo, de modo que los contenidos expuestos generen un aprendizaje significativo y memorable en sus públicos.

Los entornos museísticos son considerados espacios de resguardo del patrimonio cultural de diversas comunidades, lo que permite reconocerlos como escenarios fundamentales para la transmisión de perspectivas equitativas y plurales. García y Ortega (2021) señalan que estos ambientes constituyen espacios clave para la conservación del conocimiento y funcionan como centros de dinamización cultural orientados a la creación y circulación del diálogo (p. 8). En este sentido, es vigorizante plantear una investigación en este contexto, el cual evidencia la necesidad de fortalecer sus procesos educomunicacionales.

Por otro lado, la educomunicación proporciona una base fundamental en los espacios culturales, especialmente ante el avance de la tecnología, que impulsa a estas instituciones a reinventarse constantemente para promover el diálogo y la participación activa de los usuarios. En el contexto europeo, Ortega et al. (2020) desarrollaron un estudio en museos de Castilla y León (España) con el objetivo de analizar cómo las tecnologías de la información y

la comunicación (TIC) influyen en los procesos educativos y comunicativos dentro de estos espacios culturales. La investigación se sustenta en la teoría de la Zona de Desarrollo Próximo de Vygotsky, considerando que los procesos educomunicativos mediados por tecnologías favorecen la construcción del conocimiento, la interacción social y el diálogo intercultural. A partir de estos hallazgos, se puede inferir que, en los espacios museísticos, la educomunicación constituye una herramienta estratégica para promover la inclusión, el reconocimiento de la diversidad y la construcción de ciudadanía desde una perspectiva intercultural.

El enfoque integral de la educomunicación permite comprender cómo los medios, la educación y la participación social se articulan para fortalecer identidades y preservar memorias colectivas. Desde la perspectiva de J. Silva et al. (2023), la educomunicación resulta crucial cuando se abordan problemáticas interconectadas con ámbitos sociales y culturales, ya que propone un modelo comunicacional representativo e imprescindible para preservar las historias patrimoniales de las comunidades, asegurando que sus tradiciones y costumbres no desaparezcan con el paso del tiempo. En consecuencia, la educomunicación facilita la integración entre educación y comunicación para promover aprendizajes de manera eficaz y significativa.

Por su gran riqueza histórica, el Museo Amantes de Sumpa ofrece una oportunidad propicia para implementar estrategias de educomunicación que articulen la vivencia del usuario con contenidos capaces de generar un aprendizaje significativo y contextualizado. Esto se evidencia en el estudio realizado por S. Silva (2023) en el Museo de la Ciudad, ubicado en Quito, donde se elaboró una planificación educomunicativa para la utilización del centro cultural como herramienta pedagógica. En dicha investigación se identificó la ausencia de coordinación entre el museo y las instituciones educativas, lo que derivó en un uso limitado de su potencial educativo; por ello, se implementaron procesos de formación

dirigidos a educadores, así como la elaboración de manuales y guías educativas. Estos materiales, ajustados al entorno local y a las necesidades de los estudiantes, permitieron transformar la visita al museo en un proceso dinámico de diálogo, indagación y reflexión. Este enfoque resulta fundamental para que el museo, en el cual se desarrollará la presente investigación, no sea concebido únicamente como un espacio de exhibición, sino como un entorno de interacción intercultural y aprendizaje colaborativo.

La comunicación y la educación mantienen una relación estrecha que valora el rol activo de los procesos de aprendizaje desde un enfoque crítico y formativo, y no meramente instrumental. En este sentido, el estudio realizado por Ponce y Santa María (2025), sostiene que la educomunicación no se limita al uso de recursos tecnológicos, sino que promueve una postura reflexiva frente a los contenidos mediáticos, contribuyendo así a una enseñanza más responsable, participativa y transformadora. Asimismo, los resultados evidencian que el 81 % de los encuestados respondió favorablemente al empleo de herramientas multimedia, como presentaciones, videos y fotografías, lo que subraya la efectividad de estos recursos para estimular el razonamiento crítico. La incorporación de este tipo de dinámicas en contextos locales demuestra que es posible generar procesos de formación crítica e identitaria mediante un uso consciente de las tecnologías digitales. De esta manera, se determina que las estrategias educomunicativas que se implementen en espacios culturales como el Museo Amantes de Sumpa podrían potenciar el diálogo intercultural y fortalecer el sentido de pertenencia comunitaria, específicamente en entornos de convivencia cada vez más diversos, donde las personas interactúan con individuos de distintos orígenes culturales en ámbitos profesionales, sociales y personales.

En síntesis, en un contexto marcado por la convergencia de los medios, surge la necesidad de articular la educación con la comunicación, con el propósito de preparar a los ciudadanos para que analicen y reflexionen críticamente sobre los mensajes que se difunden en diversas plataformas digitales. Desde la perspectiva de Matamoros et al. (2025), la integración de la educomunicación con el relato transmedia puede resultar útil en distintos ámbitos de la enseñanza y la comunicación, como proyectos culturales o turísticos, al buscar optimizar la interacción, impulsar la inventiva y avivar el juicio analítico en la población. Este planteamiento sugiere que la combinación de ambos campos de estudio es aplicable a diversas áreas educativas y comunicativas; además, en investigaciones relacionadas con la comunicación intercultural o institucional, esta visión funciona como un referente para el diseño de estrategias participativas.

La competencia comunicativa intercultural instaure una capacidad indispensable en la actualidad, debido al papel importante que desempeña en entornos globales en constante crecimiento. A nivel internacional, Sarwari (2024) señala que diversos factores inciden negativamente en los procesos de comunicación intercultural entre personas provenientes de distintas regiones, entre ellos la limitada conciencia cultural, el bajo dominio de lenguas extranjeras y la insuficiencia de habilidades afectivas y cognitivas. Estos factores, de manera conjunta o individual, dificultan el desarrollo efectivo de dichos procesos comunicativos (p. 2).

En un estudio realizado por Du y Cui (2021), en el Museo de Canadá, entorno a la comunicación intercultural donde se examinan las experiencias de aprendizaje de los visitantes de dicho lugar, lleva a concluir que la implementación de exposiciones interactivas en el museo fomenta la transferencia de las exhibiciones a un espacio que facilita la comprensión y el diálogo intercultural. Por lo tanto, se puede animar activamente a los visitantes a reflexionar críticamente sobre sus identidades culturales en un contexto global,

además de establecer conexiones con personas de diferentes grupos culturales y a lograr una auténtica comunicación intercultural (p.97).

Por otro lado, la etapa de internacionalización en la humanidad representa un punto crucial para el desarrollo de la comunicación intercultural. Este tipo de comunicación se ha vuelto indispensable para lograr una interacción humana efectiva; sin embargo, muchas veces se ve afectada por la falta de compromiso, la ineficiencia y el desinterés en establecer conexiones significativas entre distintas culturas. Nadeem y Zabrodskaia (2023) afirman en su estudio que la competencia intercultural (CCI) es uno de los pasos fundamentales para que personas internacionales posean habilidades que les permitan ser interculturalmente capaces de adaptarse a diferentes y nuevas culturas (p.1). Es por ello por lo que en la actual investigación nos hemos concentrado en el mencionado término como un aporte fundamental en la resolución de nuestra problemática.

Conociendo que Ecuador es intercultural y plurinacional, se necesitaría que se estimule el entendimiento, florecimiento y aprobación de la diversidad cultural a través de la disposición de una adecuada comunicación intercultural. Sin embargo, la práctica apropiada aún no es un deber que está culminado pues su levantamiento aún es muy débil. Según Briones et al. (2020), es solo por medio de la comunicación que los seres humanos pueden expresar sus propias opiniones, ideando el significado de que esta interacción se lleva desde lo simple hasta lo más complejo debido a como se dé la interacción social de un sujeto a otro. La tolerancia y el respeto son elementos que hacen posible que los recíprocos sentimientos e intereses se lleven con honestidad, lo que resolvería equitativamente muchos conflictos a base de solo escuchar (p.26). Ese tipo de ambiente es lo que debe priorizarse en el museo, en consecuencia, se plantea este estudio para promover un contexto más diverso en este sitio.

Siguiendo la línea intercultural, los museos han trascendido de ser meramente almacenadores de piezas históricas para transformarse en protagonistas sociales activos que

aportan a la metamorfosis de las sociedades. Calle (2023) evidencia en su estudio, aplicado al Museo Antropológico y de Arte Contemporáneo de Cuenca, que los mencionados centros culturales son capaces y deben desempeñar un papel crucial en el fomento de la equidad, la variedad de cultura y la justicia social. El principal problema de este estudio fue la urgencia de aportar a la mejora del estado de vida de los individuos mientras se alcanza la evolución y la inclusividad en las comunidades culturales, por lo tanto, se inició una investigación de naturaleza cualitativa y de carácter descriptivo para llegar a la conclusión de que el centro intercultural sirve como pilar fundamental para el cambio social y la mejora de la calidad de vida, mediante la organización de eventos educativos y la mediación comunitaria. Entonces, la comunicación intercultural no solo conlleva la difusión de contenidos, sino también la creación de situaciones simbólicas y prácticas que promuevan una relación respetuosa y justa entre distintas visiones y entendimientos del mundo.

Además, con los constantes avances tecnológicos, y en una era llena de cambios sociales, se vuelve imprescindible aplicar herramientas que refuercen los patrimonios identitarios. Así lo demuestra el estudio aplicado por Bajaña y Almeida (2024) en la comunidad de Huancavilca, donde la incorporación de plataformas digitales han comprobado ser un método práctico para abordar historias orales de modo que estas sean alcanzables para una audiencia más amplia, por lo tanto, se recomienda extender el repertorio de sitios webs interactivos como redes sociales. Además, añadir temas que incentiven el conocimiento de tradiciones y costumbres produce interpretaciones favorables hacia ellas (p.81). La relevancia de la comunicación cultural en estos procesos favorece a quebrantar estereotipos y prejuicios promocionando la consideración por las diversas culturas, algo que suma importancia por la representación trascendental que revela en la complejidad cultural de las comunidades.

Respaldando la tendencia de las herramientas digitales, es importante destacar como los contenidos en formato audiovisual están ofreciendo un método novedoso a favor de la comunicación intercultural. Debido a que los elementos culturales se transforman en un recurso adecuado para la enseñanza y concienciación de mensajes positivos proporcionando un mayor rango de principios de aprecio y comprensión lo que para este caso de estudio sería recomendado incorporar en el centro cultural. Desde el punto de vista de Tomalá (2024), quien además destaca la importancia de que se potencien dichos contenidos a través de retroalimentación y participación de los habitantes, esta inclusión de relatos visuales también fomenta una percepción más equitativa del entorno histórico presentado en el museo; al mismo tiempo, potencia el reconocimiento a cierta parte del patrimonio cultural de la provincia (p. 59).

En la actualidad, los museos ya no solo son exclusivos para la preservación del legado cultural de la región, pues ya se han convertido en agentes de promoción de diálogo y aprendizaje de diversas culturas; esto provoca que se presenten desafíos en torno a la adecuada comunicación que debe existir en el lugar. Por consiguiente, la ausencia de estrategias educomunicativas que promuevan el intercambio de saberes y el reconocimiento de la diversidad cultural dificulta la generación de experiencias significativas en el Museo Amantes de Sumpa, lo que limita su potencial educativo e impacto social. Ante este panorama, surge la necesidad de analizar cómo la educomunicación puede convertirse en una herramienta clave para fortalecer la comunicación intercultural, promoviendo una relación más cercana, participativa y enriquecedora entre el museo y sus públicos.

1.2. Formulación del problema de investigación.

¿Cómo la educomunicación puede fortalecer la comunicación intercultural en el Museo Amantes de Sumpa?

1.2.1. Preguntas de investigación

- ¿Qué estrategias educomunicativas están presentes en el Museo Amantes de Sumpa, para analizar su grado de aplicación y efectividad en los procesos comunicativos del sitio?
- ¿Cómo se manifiesta la comunicación intercultural en el Museo Amantes de Sumpa, para determinar qué elementos facilitan o dificultan el intercambio cultural entre visitantes?
- ¿De qué manera se relaciona la educomunicación y la comunicación intercultural en el contexto del Museo Amantes de Sumpa, con el fin de fortalecer las estrategias comunicacionales del sitio desde una perspectiva participativa e inclusiva?

1.3.Objetivos.

1.3.1. Objetivo general.

Identificar cómo la educomunicación puede fortalecer la comunicación intercultural en el Museo Amantes de Sumpa, a través del análisis de contenido de sus principales redes sociales para promover espacios de diálogo y participación entre sus visitantes.

1.3.2. Objetivos específicos.

- Examinar las estrategias educomunicativas presentes en el Museo Amantes de Sumpa, para analizar su grado de aplicación y efectividad en los procesos comunicativos del sitio.
- Evaluar cómo se manifiesta la comunicación intercultural en el Museo Amantes de Sumpa, para determinar qué elementos facilitan o dificultan el intercambio cultural entre visitantes.

- Determinar la relación entre la educomunicación y la comunicación intercultural en el contexto del Museo Amantes de Sumpa, con el fin de fortalecer las estrategias comunicacionales del sitio desde una perspectiva participativa e inclusiva.

1.4. Justificación de la investigación.

La era actual de la globalización y la movilidad cultural marca la necesidad de hacer que los procesos comunicativos se dirijan hacia más allá de una sencilla comunicación unilateral. El Museo Amantes de Sumpa, ubicado en Santa Elena, simboliza un espacio de alto valor histórico y cultural, por lo tanto, es necesario su cumplimiento efectivo del rol que posee como un transmisor de narrativas culturales de la península.

Los contenidos del museo ameritan incorporar estrategias educomunicativas que proporcionen un enfoque intercultural con el fin de promover una percepción más plural y equitativa, basada en la participación respetuosa tanto de las narrativas propias del sitio como las de sus visitantes. La investigación busca contribuir en los procesos que inculquen el fortalecimiento tradicional y cultural de los sitios históricos de la península de manera que puedan ser comprendidas de forma eficaz.

Su relevancia en el ámbito académico y laboral de la comunicación recae en la conexión de las dos líneas esenciales del estudio: la educomunicación y la interculturalidad. Debido a que en nuestro país convergen diversas culturas, tradiciones y lenguas, se precisa examinar cómo estas perspectivas pueden incorporarse en un museo y potenciar no solo la práctica de comunicación, sino que también sugerir un modelo que pueda ser utilizado en otros contextos donde las relaciones sociales demanden una interacción más empática, abierta y sensible a la cultura.

La investigación es beneficiosa tanto por la mejora de dichos procesos comunicativos del lugar como por la consolidación de la relación con sus visitantes. Además, la implementación de un efectivo marco educomunicativo, no solo facilitará la creación de experiencias más dinámicas y relevantes para los visitantes, pues al mismo tiempo estará fomentando el respeto y la apreciación por las diversas culturas existentes en el sitio. Adicionalmente, se buscará la oportunidad de presentar tácticas que enriquezcan e innoven la enseñanza dentro del museo.

También, varios grupos serán beneficiarios directos e indirectos del estudio; a nivel local, se fortalece el sentido de pertenencia que debe haber entre la comunidad con los elementos difundidos por el museo, por otro lado, los turistas nacionales e internacionales ahora podrán obtener una experiencia más provechosa y comprensible que acoja hasta sus propias culturas, una que visibilice al museo como un referente destacable de diversidad.

La importancia de la innovación del museo a un modelo más educomunicativo e intercultural dejará un camino que transforme la forma en la que el patrimonio del sitio se relacione con su audiencia, fortaleciendo las estrategias comunicacionales desde sus plataformas digitales hasta los medios interactivos y prácticos del sitio. Se proponen metodologías participativas y discursos inclusivos que se adapten a diversos públicos, todo desde un enfoque ético, cultural y, por último, memorable.

1.5.Hipótesis

La incorporación de estrategias educomunicativas en el Museo Amantes de Sumpa fortalecerá la comunicación intercultural entre audiencias con diversos enfoques.

1.6. Variables

Variable independiente

La educomunicación fomenta la participación a través de contenidos interactivos y atractivos sin perder el enfoque respetuoso e inclusivo. Aparici (2010) la define como la comprensión de las variadas narrativas y recursos en los que se realiza una interacción social, en conjunto e íntima. De igual manera, integra la alineación del juicio crítico e ingenioso frente a los procedimientos comunicativos, así como sus diálogos para expresar sus propios conjuntos de creencias, tradiciones y normas (p. 34). Es un área que se puede enlazar fácilmente a otros espacios de conocimiento lo que permite el incentivo a la creación de ambientes constructivos y de comprensión.

Variable dependiente

La comunicación intercultural resulta ser la interacción entre dos o más personas con propias y distintas culturas que buscan congeniar entre sí con el fin de enriquecer el conocimiento mutuo. Según Morales (2018) es el diálogo y el escucha activa en el que participan individuos con concernientes culturales lo competentemente desiguales como para que ellos mismos se distingan diferentes el uno del otro, obteniendo como consecuencia que rebasar los muros personales y situacionales para poder interactuar de manera positiva (p. 51). Por lo tanto, por medio de ella se busca evitar prejuicios promoviendo el respeto por la diversidad de perspectivas y experiencias.

2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.1. Conocimiento actual.

Educomunicación

La educomunicación, cuando se aplica al campo patrimonial, tiene como objetivo fortalecer la comunicación entre las instituciones culturales y sus comunidades mediante procesos de participación activa, alfabetización mediática y formación de públicos críticos. Para ello, resulta necesario contar con herramientas metodológicas que posibiliten valorar la calidad de las acciones mediáticas y su impacto en el entorno digital. Según Aso et al. (2024), en su investigación sobre la educomunicación en entornos virtuales museísticos, la ampliación de las prácticas comunicacionales no garantiza, por sí sola, su calidad, ya que las dinámicas tradicionales pueden mantenerse incluso cuando el entorno cambia, generando desconexión o bajos niveles de interacción con los seguidores, lo que incide negativamente en la construcción de audiencias hiperconectadas. En el ámbito de la educación patrimonial, esta realidad ha impulsado la observación y el análisis de las prácticas mediáticas de diversos museos, con especial atención a la alfabetización mediática y a la interacción, entendida como el volumen y los niveles de respuesta de los públicos. En este contexto, las redes sociales, además de cumplir una función informativa, se han consolidado como nuevos escenarios de aprendizaje que acercan el patrimonio a la sociedad, sensibilizan, fomentan el intercambio y facilitan experiencias de aprendizaje significativas.

Además, la educomunicación se ha establecido como un eje transversal en los procesos de enseñanza-aprendizaje al incorporar pedagogía, tecnología y la comunicación para lograr una educación más relevante. Su importancia reside en que no solo se enfoca en la utilización de instrumentos tecnológicos, sino también en la creación de vínculos de confianza entre alumnos y maestros, el estímulo a la participación activa por medio de métodos novedosos y el reconocimiento del rol que juega la familia y el entorno sociocultural

en el desarrollo integral de cada estudiante. Según Vimos et al. (2025) afirman que la comunicación es un elemento esencial en el proceso de educación, porque conecta elementos en la relación entre los escolares y sus profesores, las metodologías que se aplican, la incorporación de tecnologías y el respeto (p. 69). Se deduce que, más allá de ser simplemente un conjunto de técnicas, la educomunicación debe verse como una estrategia completa que promueve el conocimiento colaborativo, donde el alumnado se vuelve protagonistas de su proceso de aprendizaje, desarrollan habilidades críticas y optimizan su rendimiento académico cuando se crean espacios para un diálogo genuino, se incorporan las TIC y se fomenta la retroalimentación constante. Esto evidencia que la educomunicación es fundamental para dar respuesta a lo que demanda el mundo digital y a las transformaciones sociales actuales.

La falta de recursos pedagógicos innovadores en las aulas ha restringido el progreso académico de los estudiantes, resultando en un rendimiento bajo y una participación limitada en clase. Además, se añade la excesiva exposición a contenidos poco educativos en medios como la televisión. No obstante, desde la pandemia de 2020, Ecuador tuvo que reconsiderar sus tácticas educativas e incorporar procedimientos de educomunicación para reforzar el aprendizaje mediante programas pedagógicos y medios digitales, resaltando el programa Educa, puesto en marcha como soporte curricular. En esta línea, Torres et al. (2023) sostiene que implementar el programa Educa como un recurso adicional hizo posible asegurar que los niños aprendieran con contenidos dinámicos, pedagógicos y educativos que lograron captar su atención, bajo la supervisión del maestro (p. 4185). De ese modo, la puesta en marcha de estrategias de educomunicación a lo largo de la pandemia no solamente fue una respuesta a una necesidad emergente, sino que además evidenció la efectividad de incorporar recursos digitales y dinámicos en el proceso educativo. Estas prácticas propician la motivación, la participación y el rendimiento académico, lo cual demuestra que para lograr aprendizajes

relevantes en la educación contemporánea es necesario fusionar pedagogía tradicional con innovación tecnológica y apoyo de la familia.

Comunicación intercultural

La comunicación intercultural desempeña un valor fundamental en diversos campos indispensables de la vida humana, esto permite que se construyan sociedades más conscientes del impacto significativo que provoca fortalecer convivencias globales respetuosas y justas. Por ello, a nivel internacional, se destaca el estudio de Aleksandrova et al. (2024) que se basa en como la C.I. (comunicación intercultural) puede vigorizar la promoción del desarrollo sostenible, lo que incentiva a la resolución pacífica de conflictos; para lograrlo se proponen seis estrategias que la promoverán, empezando por el desarrollo de las destrezas con el idioma, el entendimiento de las costumbres culturales, las habilidades para comunicarse, la sensibilización intercultural, la capacidad para comunicarse sin palabras y solicitar consejo (p.273). Asimismo, para obtener cierta comunicación intercultural exitosa, especialmente en proyectos de colaboración multicultural (como las que se pueden presentar en museos), es esencial superar los obstáculos culturales.

Por otro lado, en ambientes comunicativos se presenta la dificultad para integrar de manera adecuada situaciones relacionadas con la interculturalidad, esto se debe a que el contexto globalizado requiere que las audiencias actuales reciban contenidos en los que la diversidad cultural no cause tensiones por las creencias y los valores interpretados. Lozada Prado (2025), luego de una exhausta revisión de investigaciones, destaca como en el contexto ecuatoriano esta circunstancia ha conducido a situaciones críticas que incluyen la estigmatización de grupos minoritarios, la transmisión de estereotipos, identidades culturales ocultas y los obstáculos para instaurar diálogos equitativos y respetuosos entre agrupaciones sociales (p. 3378). En consecuencia, se pone de manifiesto la necesidad de implementar estrategias comunicativas que gestionen de manera eficiente y equitativa las problemáticas

que emergen en los procesos de diálogo intercultural; en este marco, los museos deben ser incorporados como actores clave, al constituirse en espacios culturales que promueven el encuentro, el reconocimiento de la diversidad y la construcción de diálogos interculturales genuinos.

Siguiendo con la línea de los museos, este tipo de centros culturales constituye espacios de conservación y divulgación de la cultura, con el potencial de convertirse en agentes fundamentales de transformación social mediante el empoderamiento de comunidades que han sido históricamente invisibilizadas. Esta afirmación lo respalda el estudio de Horna-Ibarra et al. (2021), quienes indican que la interculturalidad en Latinoamérica, especialmente en Ecuador, engloba aspectos sociales, políticos e históricos vinculados con las batallas que los pueblos afrodescendientes e indígenas han realizado para retar la actitud colonial que ha dominado en Latinoamérica; esta mentalidad, que está profundamente arraigada, ha creado una situación de exclusión e inequidad para estos grupos (p.45). Entonces, la interculturalidad no puede reducirse a un discurso de convivencia o tolerancia superficial, sino que debe asumirse desde una perspectiva crítica y transformadora. Por ello, se propone como un instrumento esencial para lograr una reforma radical en los sistemas educativos y comunicativos, con el propósito de generar condiciones reales de igualdad y justicia social.

2.2.Fundamentación teórica y Conceptual.

Modelos educativos – comunicativos de Mario Kaplún

Relacionar la educación con la comunicación surge de la necesidad de que esta última empiece a promover la participación y la transformación social, es decir, que empodere a los individuos ofreciéndole herramientas para reflexionar, producir sus propios mensajes e impulsar una sociedad más equitativa y democrática. En América Latina, es Mario Kaplún

(1998) quien propone el concepto de educomunicación y concibe, a su vez, tres modelos de comunicación educativa que se oponen al patrón unidireccional basado en emisor – receptor.

Los dos primeros son denominados exógenos, pues se plantean desde fuera del destinatario, donde uno enfatiza en los contenidos (referida a la tradicional manera de educar fundamentada en la difusión de saberes del docente al estudiante) y el otro en los efectos (basada en configurar el comportamiento de los individuos de acuerdo con los objetivos ya fijados). Por último, la tercera pedagogía destaca el proceso que resalta lo relevante del proceso de evolución tanto del sujeto como de las comunidades (se preocupa por las consecuencias dialécticas entre las personas y su entorno, esto incluye el progreso de sus habilidades cognitivas y su percepción social). Entonces, según estos métodos, la comunicación es un instrumento para modificar la realidad y, en el contexto que se está investigando, se trata de una herramienta para apreciar el legado cultural y robustecer la identidad local.

Modelo Dialógico de Paulo Freire

La comunicación solo puede ser genuina y valorada cuando los hablantes mantienen un diálogo horizontal, basado en la escucha activa y el respeto mutuo. Así pues, Paulo Freire (1970), como se citó en Velasco y de González (2008), propone un enfoque educativo que condena la idea bancaria de la enseñanza, entendida como un proceso en el que el emisor transfiere información de manera unidireccional al receptor. Como alternativa, sugiere una educación donde el saber se genere de manera colectiva mediante la interacción, el aprecio entre todos y el análisis crítico acerca de la realidad (p. 463). Desde este punto de vista, la comunicación no es simplemente la difusión de contenidos, sino que se comprende como un acto colectivo de creación de significado. En ella, los involucrados dialogan, cuestionan, abordan problemas y modifican su entorno.

Modelo de Desarrollo de Sensibilidad Intercultural de Milton Bennett

En centros culturales, como el Museo Amantes de Sumpa, tendrían que ser consolidados como lugares ideales para la integración intercultural y la aceptación inclusiva de las distintas culturas. Por consiguiente, el Modelo de Desarrollo de Sensibilidad Intercultural ideado por Milton J. Bennett (1986), como se citó en Sanhueza y Cardona (2009), describe un proceso de evolución en el que los individuos progresan en su habilidad para entender y vincularse con la variedad cultural. Este modelo está compuesto por dos fases principales: etnocéntricas (en las que el sujeto se considera la cultura como núcleo y evalúa a las otras en función de esta) y etno-relativas (en las que la diversidad cultural es reconocida y apreciada). Seis etapas son identificadas dentro de estos períodos: la negación, la defensa, la minimización, la aceptación, la adaptación y la integración. DMIS (por sus siglas en inglés) brinda una estructura para comprender y promover la competencia intercultural entre los diversos participantes del museo, desde los visitantes hasta el personal. Concretamente tiene el potencial de ser un instrumento para respaldar la progresiva evolución de la empatía intercultural, fomentando capacidades y actitudes que faciliten una comunicación más respetuosa, empática y eficaz entre culturas.

Comunicación bidireccional

Hablar de comunicación bidireccional implica vincularla con todo tipo de interacción, comúnmente en tiempo presente, que conste en que dos o más personas charlen de un tema determinado. En un reciente estudio, Ken (2024) la describe como aquella comunicación que se realiza en ambas direcciones y de manera simultánea, con la característica de que este proceso implica esforzarse por entender y construir un significado compartido en el momento (p. 323). En el museo siempre va a existir el intercambio de información, por lo que es necesario que se asegure que dicho procedimiento se esté dando de manera recíproca y efectiva en el lugar.

Normalmente suele ocurrir que se equivocan al confundir este tipo de comunicación con la dialógica, sin embargo, estas no son idénticas. Lane (2020) expone que, aunque todas las conversaciones dialógicas siempre son bidireccionales, en numerosas situaciones, a individuos e instituciones no les importan las opiniones de los demás (p. 23). Lo que nos lleva a concluir que no todas las relaciones bidireccionales son dialógicas, y no una gran parte de las comunicaciones dialógicas se enfocan en lo que la otra parte expresa.

Uso de Tics

Hoy en día, los museos han pasado de ser espacios dedicados exclusivamente a la conservación y presentación de bienes culturales a ser sitios donde las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) ha cambiado la forma en que estos espacios interactúan con sus públicos, lo cual ha producido formas nuevas de participar y aprender. López (2024) afirma que la inclusión de tecnologías en los centros culturales ha transformado la forma en que se fomenta la cultura, se atrae al turismo y se mejora la experiencia del público visitante, porque la realidad aumentada, las aplicaciones para dispositivos móviles, los recursos interactivos y las redes sociales son herramientas que posibilitan la modernización de la propuesta cultural y el fortalecimiento de la experiencia en educación (p.50). Así, se deduce que la incorporación de las TIC en los museos no solo optimiza la interacción con quienes los visitan, sino que además fortalece su papel como promotores culturales y educativos en un mundo cada vez más digital. No obstante, este progreso debe ser manejado de manera inclusiva, asegurándose de que tanto los públicos que ya están familiarizados con la tecnología como los que optan por experiencias más tradicionales tengan acceso a estos lugares y puedan beneficiarse de su riqueza cultural.

Los museos se encuentran en una situación donde las TIC constituyen un importante reto y una gran oportunidad. A pesar de que las generaciones más jóvenes demuestran una gran receptividad hacia estas herramientas, los recursos financieros para su implementación y mantenimiento siguen siendo escasos. Marino (2020) sostiene que un avance significativo de las TIC y la adopción rápida por una amplia población, en particular por parte de los jóvenes menores de 30 años, representan un gran potencial para los museos, pero también existen desventajas como la limitación presupuestaria para cualquier actividad digital (p. 56, 57). Con base en lo dicho, se deduce que la innovación tecnológica en estos entornos no solo depende de la disposición de las audiencias, sino también de la estabilidad financiera. Por lo tanto, es imprescindible que las entidades culturales tengan políticas de financiación apropiadas para poder superar los obstáculos presupuestarios y asegurar experiencias inclusivas y de calidad para los visitantes, si se quiere que las TIC sean verdaderos aliados de la educación y la difusión cultural.

Estrategias pedagógicas

La incorporación de ambientes virtuales de aprendizaje para modificar los procesos educativos fue un tema destacado durante la pandemia de COVID-19. En Ecuador, estos entornos adquirieron mayor relevancia con la implementación de plataformas como Moodle, ya que no solo permitieron la continuidad de los estudios, sino que también fomentaron la participación, la motivación y el desarrollo de habilidades digitales entre los estudiantes de bachillerato. De acuerdo con Salas et al. (2024), el uso de plataformas virtuales como Moodle en la enseñanza de asignaturas como Emprendimiento y Gestión brinda una oportunidad excepcional de enriquecer el aprendizaje a través de recursos colaborativos e interactivos, lo cual tiene el potencial de optimizar la participación activa del alumnado y fomentar el crecimiento de habilidades digitales y autonomía (p. 547). Por tanto, la aplicación de estrategias pedagógicas novedosas tiene como objetivo atender las exigencias del siglo XXI,

equipando a los jóvenes para afrontar los retos del entorno laboral y empresarial contemporáneo. Además, el empleo de medios virtuales en contextos de emergencia, como la pandemia, no solo facilita la continuidad educativa, sino que también contribuye al fortalecimiento del aprendizaje significativo.

Si bien es cierto, los procesos de educación se extienden más allá de la escuela y llegan a otros ámbitos sociales y culturales. Uno de ellos es el museo, porque se establece como un espacio con gran potencial para la formación, si se fomentan prácticas que ayuden a la mediación pedagógica y la interacción con los distintos públicos, particularmente el infantil. Del mismo modo, la relación entre el museo y la escuela se vuelve crucial para mejorar el aprendizaje y la enseñanza mediante tácticas que faciliten la articulación de saberes, intereses y experiencias relevantes. De acuerdo con España & Giraldo (2016), el museo puede considerarse un espacio para la educación, siempre que las actividades realizadas en él estén dirigidas a tal fin. Para ello, es preciso que se cree una conexión entre el museo y la escuela que, mediante un proceso de comunicación asertiva, posibilite identificar las necesidades e intereses de ambas entidades y desarrollar estrategias para satisfacerlas (p. 42).

En definitiva, el museo, en lugar de considerarse un sitio para observar, debería ser percibido como un agente activo en la formación de los alumnos, que ayuda a la escuela con sus tareas. La clave está en reforzar las estrategias pedagógicas puestas en práctica por los mediadores, que se vuelven puentes para que el contenido de los museos se convierta en aprendizajes con significado. En este contexto, la educación moderna necesita incorporar el museo y la escuela, considerando que ambos entornos, a pesar de sus diferencias, desempeñan roles complementarios en la formación de los individuos.

Participación del público

Incentivar la participación activa del público resulta beneficioso, ya que los visitantes pueden aportar ideas valiosas, lo que convierte esta práctica en una demanda relevante para los museos en la actualidad. En el estudio realizado por Barrio-Fernández (2014) en el Museo de Navarra, se plantea que el visitante no solo es un receptor de contenidos, sino un contribuyente activo e incluso un agente con capacidad de incidir en la toma de decisiones dentro del museo; esta perspectiva confronta las normativas y creencias tradicionales, al cuestionar el rol exclusivo de los profesionales museísticos y sus funciones. Para consolidar instituciones culturales verdaderamente significativas, resulta esencial establecer una relación equilibrada y colaborativa entre los museos y sus públicos. En este sentido, existen múltiples formas de participación que se adaptan a las distintas necesidades, intereses y capacidades de las personas.

Algunos individuos pueden optar por una participación más activa, mediante juegos, actividades creativas o talleres, mientras que otros prefieren una participación más pasiva, a través de conciertos, conferencias u otras actividades culturales. Los museos deben escuchar a sus públicos y actuar en función de sus aportes si desean convertirse en instituciones representativas y socialmente relevantes. Esto implica integrar la participación de manera estructural en la gestión cotidiana de los museos, lo cual conlleva ceder parte del control que tradicionalmente ha estado monopolizado por los profesionales. De esta forma, los museos podrán mantener su vigencia y adquirir un significado auténtico para las generaciones futuras.

Un elemento crítico en la forma en que los visitantes interactúan con las exhibiciones y los bienes culturales en los centros culturales es la inequitativa participación y la escasez de diálogo genuino. Si bien el visitante tiene la posibilidad de observar, responder o reflexionar sobre los textos y piezas expuestas, su intervención en la construcción del discurso y en el intercambio auténtico con el museo resulta limitada. Ochoa (2008) señala que es poco frecuente que los individuos participen activamente en la creación del discurso museístico o que puedan dialogar con él, ya que rara vez existe una disposición institucional para escuchar las opiniones del público. No obstante, los visitantes suelen entablar diálogos —o incluso monólogos— entre los acompañantes con quienes recorren el centro cultural o el sitio patrimonial; en este sentido, la interacción directa con el museo o con el espacio expositivo es mínima o inexistente. En realidad, este tipo de intercambio no suele formar parte de las expectativas del público, que generalmente espera interactuar con un narrador percibido como confiable y omnisciente, para quien la posibilidad de un diálogo auténtico resulta escasa o incluso desconocida (p. 40).

En consecuencia, aunque la audiencia puede reaccionar ante textos, objetos y otros soportes expositivos, es poco habitual que establezca un diálogo directo con los expertos responsables de la exposición o de sus contenidos. De este modo, los visitantes se convierten en participantes sin una contraparte con la cual dialogar y construir una conversación real con el museo.

Formación del personal

La labor del personal de los museos va más allá de la conservación y el análisis de las distintas facetas de los bienes culturales que resguarda la institución, pues su deber también implica estar al servicio de la comunidad; lo que está respaldado por normativas y marcos legales, tanto nacionales como internacionales, que evidencian la importancia que la sociedad otorga a la preservación de su herencia cultural. Así lo declara Singleton (1987), en la revista

dedicada a la formación del personal museístico, donde resalta que, en el pasado, la capacitación se centraba casi exclusivamente en los objetos que conformaban las colecciones, mientras que en la actualidad se concede mayor énfasis al público para quien se conservan, analizan y exhiben dichas colecciones. El concepto de museo como un servicio público, en lugar de entenderlo únicamente como una colección privada preservada, permite comprender con mayor claridad las necesidades del público: las intelectuales y educativas, las culturales y sociales, y las recreativas o físicas (p. 223). Este sistema debe considerarse si se desea que el museo desarrolle todo su potencial, en especial cuando se orienta hacia un enfoque cultural destinado a fortalecer la construcción de identidad y la cohesión social de sus públicos.

El personal que interactúa directamente con los usuarios debe estar preparado para proporcionar información detallada sobre la oferta del museo, así como para atender de manera adecuada las preguntas e inquietudes de los visitantes.; en este último aspecto, los mediadores culturales asumen una responsabilidad central, por lo que su formación resulta primordial. Macías-Nestor et al. (2020) mencionan que los trabajadores que sobresalen por cualidades como la empatía, la vocación de servicio y las competencias comunicativas tienden a ser más aceptados por el público. No obstante, es vital que cuenten con una sólida cultura científica, ya que se ha notado que algunos mediadores distorsionan los conceptos o comunican ideas erróneas debido a su falta de formación académica (p. 8). Entonces, es necesario también que todos los empleados del museo, desde la dirección hasta el equipo de servicio, posean el mismo discurso para que este transmita su mensaje con eficacia. Esto significa que deben estar al tanto de la misión, la visión, los objetivos y la historia del museo.

Reconocimiento de la diversidad cultural.

Desde la perspectiva del museo contemporáneo, concebido como una entidad cultural y depositaria del saber histórico, la diversidad cultural debe incluir el conjunto de valores, instituciones y conductas de una sociedad, además de la variedad de las comunidades minoritarias que la integran. Mery Gebauer (2009) indica que la idea de diversidad se enfoca en enriquecer cada exposición, pues, el museo surge como la entidad cultural perfecta para expresar esta perspectiva, ya sea a través de las exposiciones o elementos patrimoniales. Por lo tanto, el desafío de la diversidad en el museo es establecer un entorno multicultural y participativo que muestre las características específicas de cada colectivo único, presentándolo no en calidad de una cultura externa, sino como una cultura interna. Esto quiere decir que el reconocimiento de la diversidad cultural lleve al museo a abandonar representaciones que sitúan a ciertos grupos fuera del relato dominante, para integrarlos como actores legítimos de la memoria colectiva. De este modo, se promueve la tolerancia y la generación de nuevos diálogos interculturales, al tiempo que el museo se consolida como un elemento clave para forjar comunidades más inclusivas.

De la misma manera, la aplicación de teorías analíticas y perspectivas inclusivas en el campo educativo posibilita la formación de ciudadanos capaces de entender y apreciar la diversidad cultural y étnica, fomentando de esta manera el respeto y la igualdad en la sociedad. Desde el punto de vista de R. Castro (2024), el centro educativo tiene que ir más allá de solamente transmitir conocimientos; tiene que ser un lugar donde se celebre la diversidad racial y cultural, promoviendo el diálogo intercultural, la reflexión crítica y la formación de individuos competentes para desenvolverse en un mundo multicultural y en constante cambio (p. 240). Lo expuesto permite concluir que la educación no solo imparte saberes académicos, sino que además es un medio para educar a ciudadanos críticos y conscientes de las desigualdades sociales. Además, el uso de estrategias educativas activas

ayuda al desarrollo de competencias relacionadas con la reflexión, la participación y la empatía, favoreciendo la construcción de ambientes más equitativos.

Competencias comunicativas interculturales.

En la actualidad, la competencia comunicativa intercultural (CCI) se ha vuelto cada vez más importante dentro del entorno educativo. Por lo general esto ocurre en espacios donde la diversidad cultural y lingüística no solo plantea retos para los docentes, sino que también abre la posibilidad de generar prácticas inclusivas que enriquecen el proceso de enseñanza y aprendizaje. Michael Byram en (1997) como se citó en Gutiérrez y Álvarez (2025) indican que las prácticas de enseñanza inclusivas en entornos con diversidad cultural y lingüística constituyen expresiones tangibles de la competencia comunicativa intercultural, ya que propician la inclusión y la igualdad en el aprendizaje. (p. 3). De esta manera, la CCI no puede solo basarse en teoría, ya que tiene que aplicarse mediante métodos educativos que faciliten a los profesores abordar la heterogeneidad dentro del aula, luchar por la inclusión, apreciar las diferencias culturales y de idiomas de los alumnos, y garantizar una educación justa que valore la diversidad.

Por otro lado, la competencia comunicativa intercultural también son un eje esencial en los procesos de formación, porque combina las competencias lingüísticas con la identificación de la diversidad cultural. No obstante, su enfoque académico generalmente está restringido a la enseñanza de segundas lenguas y del bilingüismo, lo que limita el entendimiento completo de su potencial en contextos educativos más extensos. Según los hallazgos de la investigación de Tovar et al. (2024), la CCI pese a estar principalmente vinculada con las habilidades lingüísticas y el entendimiento intercultural, se analiza sobre todo en el marco del bilingüismo y la obtención de lenguas adicionales (p. 297). De tal manera, la competencia comunicativa intercultural tiene que ser introducida de manera integral en el ámbito educativo, no únicamente en ambientes bilingües, sino también en

contextos como la educación superior. Esto posibilitaría identificar su importancia en la formación de alumnos que puedan interactuar en contextos culturales variados.

La cultura representa la base en la cual se construyen las interacciones humanas y a la vez la comunicación intercultural. Por ende, entenderla implica conocer las costumbres, tradiciones, valores, creencias y actitudes. De acuerdo con Paukner, San Martín y Friz (2012) la competencia intercultural es la interacción entre personas que poseen orientaciones afectivas, cognitivas o conductuales diferentes y tienen una cosmovisión distinta, siendo las representaciones más comunes los rasgos relativos a la nacionalidad, la raza, la religión u otros (p. 58). En particular, la CCI no se limita a un aspecto individual, sino que constituye un proceso complejo en el que influyen factores sociales y culturales. En el ámbito educativo, este enfoque exige fomentar espacios de diálogo, empatía y reconocimiento de la diversidad, ya que la interacción entre distintas cosmovisiones fortalece la formación de sujetos críticos y con mayor capacidad de convivencia intercultural.

Intercambio y construcción de significados.

La construcción de significados se relaciona con el proceso mediante el cual las personas atribuyen interpretación a los objetos, hechos o experiencias, a partir de su vinculación con conocimientos previamente adquiridos. Lederach (1995) menciona la alteración de un significado necesita una labor de reformulación, entendida como un proceso a través del cual un elemento se restablece y se vincula con distintas cosas; es decir, es un proceso dinámico y situado, en el que las personas interpretan la realidad mediante relatos y contextos interpretativos.

Cada concepto nace de su relación con la cultura, por lo que el ser humano las negocia para edificarlas. Esto lo justifica Bruner (1991), quien considera que los significados son el resultado de procesos de negociación que tienen lugar en la cultura en la que el individuo está inmerso, pues para el teórico existen dos corrientes de origen: una biológica y

otra cultural; cuando ambas se cruzan surge la metamorfosis de los significados (p. 61). Es importante señalar que, en algún punto de la evolución humana, los significados protolingüísticos se extinguen y los significados de origen social se imponen en él.

Inclusión, respeto y diversidad (lenguaje).

El enfoque pedagógico de la educación intercultural es considerado esencial para asegurar el respeto a la diversidad cultural y la inclusión dentro de los sistemas educativos. Este modelo no solamente modifica el currículo, sino que también las estructuras del centro educativo, fomentando una participación dinámica entre culturas y valorando los conocimientos ancestrales y locales como un componente fundamental de la formación ciudadana. En un estudio realizado en la ciudad de México, Ramos et al. (2025) menciona que la interculturalidad fomenta una educación en la que se considera a las diferencias culturales como oportunidades de aprendizaje, lo cual favorece la convivencia, el diálogo y la colaboración (p. 6515). Por lo tanto, la educación intercultural es esencial para robustecer sociedades que sean democráticas y solidarias, pues en las aulas o espacios culturales promueve la inclusión, la equidad y el respeto mutuo. Asimismo, se fortalece no solo la autoestima de los alumnos, sino también el progreso de habilidades interculturales que son imprescindibles para una coexistencia pacífica en entornos globalizados y variados, al identificar las identidades culturales de cada persona.

El lenguaje es un instrumento esencial para crear espacios educativos que sean inclusivos, ya que con él se transmiten valores de respeto y reconocimiento hacia la diversidad. Al entender la palabra como un medio de interacción y creación del mundo, es posible establecer la inclusión como un principio pedagógico que beneficia el aprendizaje y la convivencia en el aula. Desde la posición de Ponce y Riveros (2021), es necesario considerar la diversidad como una parte fundamental de la educación, incorporándola en el lenguaje desde un enfoque de aceptación, pues esto contribuye a los conocimientos y al

establecimiento de un ambiente integrador (p. 354). En este sentido, se comprende que la inclusión, respeto y diversidad en el lenguaje educativo no debe limitarse a un cumplimiento formal, sino que debe ser adoptada como una práctica auténtica de respeto y aceptación. Así, el lenguaje se transforma en un instrumento que mejora los aprendizajes, promueve la igualdad y ayuda a construir comunidades educativas más justas.

Promoción del diálogo intercultural (ciudadanía).

Entender el dialogo intercultural como un marco de convivencia en el que la diversidad cultural es plenamente apreciada, sin dejar que ningún grupo sea excluido y discriminado; por ello, se la promociona como un proceso transformador y reivindicador que busca fortalecer la convivencia con la ciudadanía. Por lo tanto, Sousa (2021) presenta un paradigma que se concreta que en la interculturalidad se debe concebir como fundamento el principio moral de que cada una de las culturas merecen igual respeto. Además, considera que las culturas están en un proceso continuo de desarrollo, construcción y reconstrucción, por lo que no se ve a las identidades culturales desde una perspectiva esencialista. No obstante, es preciso tener en cuenta que los vínculos de cultura no son relaciones sentimentales ni idílicas; están fundamentadas en la cronología y, por tanto, se ven influenciadas por asuntos de autoridad, por relaciones jerárquicas de discriminación y prejuicio hacia determinados grupos (p. 17). La visión intercultural sostiene esta conexión, la cual es compleja y permite diferentes configuraciones en todas las realidades, sin disminuir uno de los polos al otro.

En consecuencia, para la promoción de estos diálogos se propone la creación de lugares de intercambio en los que se aprecie y maneje la diversidad de forma participativa. De esta manera, se logra una ciudadanía activa que comprende que las culturas son eventos dinámicos, en constante evolución y transformación, y que, a pesar de las tensiones existentes, son capaces de dialogar en igualdad.

Entonces, el diálogo intercultural posibilita la creación de puentes de entendimiento y aprecio recíproco entre las distintas maneras de vivir y pensar que coexisten en una sociedad; por lo tanto, este principio nos confirma que solamente mediante el respeto mutuo los ciudadanos pueden establecer métodos de intercambio en los que se aprecien valores y tradiciones compartidas, mientras cuestionan y superan lo que provoca desigualdad o exclusión. En ese sentido, Anabalón (2010) destaca que el diálogo intercultural se basa en dos pilares esenciales: primero, el respeto por la cultura es importante, pues a partir de ella las personas se identifican, valoran y entienden a sí mismas, ganando reconocimiento; además del enriquecimiento que una cultura puede brindar. Segundo, para construir un diálogo intercultural, es necesario el respeto. Así, los ciudadanos pueden discernir qué valores y costumbres merecen ser mantenidos o fortalecidos y cuáles deben ser rechazados. El reto es encontrar la manera de preservar la sensibilidad hacia lo diverso en un "tercero" que lo supere, sin desmerecer el valor que ambos ofrecen. Ese tercero constituye la ciudadanía intercultural, que se edifica a partir de un diálogo genuino.

Por lo tanto, la promoción de la convivencia entre culturas implica que la ciudadanía no se conforma por la combinación de diferencias independientes, sino que es el resultado de una construcción conjunta de un espacio común donde se entrelazan la empatía respecto a la diversidad y dichos principios universales que aseguran igualdad, participación y derechos.

2.3.Marco Legal

Constitución de la República del Ecuador (2008)

Art. 1.- El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada.

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.

Sección cuarta

Cultura y ciencia

Art. 21.- Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas.

Sección quinta

Cultura

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.

Art. 380.- Serán responsabilidades del Estado:

1. Velar, mediante políticas permanentes, por la identificación, protección, defensa, conservación, restauración, difusión y acrecentamiento del patrimonio cultural tangible e intangible, de la riqueza histórica, artística, lingüística y arqueológica, de la memoria colectiva y del conjunto de valores y manifestaciones que configuran la identidad plurinacional, pluricultural y multiétnica del Ecuador.
2. Promover la restitución y recuperación de los bienes patrimoniales expoliados, perdidos o degradados, y asegurar el depósito legal de impresos, audiovisuales y contenidos electrónicos de difusión masiva.

3. Asegurar que los circuitos de distribución, exhibición pública y difusión masiva no condicionen ni restrinjan la independencia de los creadores, ni el acceso del público a la creación cultural y artística nacional independiente.
4. Establecer políticas e implementar formas de enseñanza para el desarrollo de la vocación artística y creativa de las personas de todas las edades, con prioridad para niñas, niños y adolescentes.
5. Apoyar el ejercicio de las profesiones artísticas.
6. Establecer incentivos y estímulos para que las personas, instituciones, empresas y medios de comunicación promuevan, apoyen, desarrollen y financien actividades culturales.
7. Garantizar la diversidad en la oferta cultural y promover la producción nacional de bienes culturales, así como su difusión masiva.
8. Garantizar los fondos suficientes y oportunos para la ejecución de la política cultural.

Ley Orgánica Reformatoria a la Ley Orgánica de Comunicación (2019)

Art. 14.- Principio de interculturalidad y plurinacionalidad.- El Estado a través de las instituciones, autoridades y funcionarios públicos competentes en materia de derechos a la comunicación promoverán medidas de política pública para garantizar la relación intercultural entre las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades; a fin de que éstas produzcan y difundan contenidos que reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes en su propia lengua, con la finalidad de establecer y profundizar progresivamente una comunicación intercultural que valore y respete la diversidad que caracteriza al Estado ecuatoriano

Art. 71.- Responsabilidades comunes.

i) Promover el diálogo intercultural y las nociones de unidad y de igualdad en la diversidad y en las relaciones interculturales;

- k) Propender a la educomunicación.

Ley Orgánica de Cultura (2016)

TÍTULO I.- DEL OBJETO, ÁMBITO, FINES Y PRINCIPIOS

Capítulo único

Art. 3.- De los fines.

Son fines de la presente Ley:

- a) Fomentar el diálogo intercultural en el respeto de la diversidad; y fortalecer la identidad nacional, entendida como la conjunción de las identidades diversas que la constituyen;
- b) Fomentar e impulsar la libre creación, la producción, valoración y circulación de productos, servicios culturales y de los conocimientos y saberes ancestrales que forman parte de las identidades diversas, y promover el acceso al espacio público de las diversas expresiones de dichos procesos.

Art. 4.- De los principios. La Ley Orgánica de Cultura responderá a los siguientes principios:

- **Diversidad cultural.** Se concibe como el ejercicio de todas las personas a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas;
- **Interculturalidad.** Favorece el diálogo de las culturas diversas, pueblos y nacionalidades, como esencial para el ejercicio de los derechos consagrados en la Constitución y en la presente Ley, en todos los espacios y ámbitos de la sociedad;
- **Buen vivir.** Promueve una visión integral de la vida que contemple el disfrute del tiempo libre y creativo, la interculturalidad, el trabajo digno, la justicia social e intergeneracional y el equilibrio con la naturaleza como ejes transversales en todos los niveles de planificación y desarrollo.

TÍTULO II.- DE LOS DERECHOS, DEBERES Y POLÍTICAS CULTURALES

Capítulo 1.- De los derechos culturales

- b) Protección de los saberes ancestrales y diálogo intercultural. Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tienen derecho a la protección de sus saberes ancestrales, al reconocimiento de sus cosmovisiones como formas de percepción del mundo y las ideas; así como, a la salvaguarda de su patrimonio material e inmaterial y a la diversidad de formas de organización social y modos de vida vinculados a sus territorios.
- c) Uso y valoración de los idiomas ancestrales y lenguas de relación intercultural. El Estado promoverá el uso de los idiomas ancestrales y las lenguas de relación intercultural, en la producción, distribución y acceso a los bienes y servicios; y, fomentará los espacios de reconocimiento y diálogo intercultural.

Capítulo 5.- Del Patrimonio Cultural

Art. 50.- De los bienes que conforman el Patrimonio Cultural. Los bienes que conforman el patrimonio cultural del Ecuador son tangibles e intangibles y cumplen una función social derivada de su importancia histórica, artística, científica o simbólica, así como por ser el soporte de la memoria social para la construcción y fortalecimiento de la identidad nacional y la interculturalidad.

Art. 52.- Del patrimonio intangible o inmaterial. Son todos los valores, conocimientos, saberes, tecnologías, formas de hacer, pensar y percibir el mundo, y en general las manifestaciones que identifican culturalmente a las personas, comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades que conforman el Estado intercultural, plurinacional y multiétnico ecuatoriano.

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Enfoque de investigación.

El estudio se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, lo cual permitió entender de qué manera la comunicación y educación fortalecen el diálogo intercultural en el Museo Amantes de Sumpa. De acuerdo con Rojas (2022), la investigación cualitativa es una aproximación inductiva y flexible que se enfoca en el análisis de actitudes y hechos. En esta metodología, los individuos deben ser entendidos dentro de su propio contexto, lo que requiere que el investigador abandone sus propias creencias para obtener un panorama completo (p.93).

En lo que respecta al Museo Amantes de Sumpa, este enfoque fue de mucha utilidad porque a partir de esto se examinó la manera en la que las prácticas educomunicativas fomentan el respeto, la inclusión y el diálogo entre diversas culturas, mediante el análisis de contenido de sus principales redes sociales, como son Facebook e Instagram. Además, también se pudo obtener diferentes puntos de vista de profesionales mediante entrevistas.

3.2. Tipo de investigación.

El tipo de investigación que se utilizó fue el descriptivo, pues el estudio y análisis de las prácticas educomunicativas en el museo pudieron llevarse a cabo mediante esta perspectiva, ya que su propósito fue reconocer los elementos que favorecen o restringen que los usuarios participen en un ambiente cultural variado. Nieto (2018), avala la definición sosteniendo que este tipo de estudio se categoriza como de segundo nivel, enfocándose en la recolección de datos e información vinculada a las características principales, cualidades y dimensiones de los individuos, agentes e instituciones que participan en las actividades sociales.

Entonces, la investigación descriptiva es pertinente para este proyecto, ya que a partir de esta caracterización es posible sentar una base firme para entender el vínculo existente entre educomunicación y comunicación intercultural, produciendo insumos que ayuden a plantear estrategias más participativas e inclusivas en el ámbito del museo.

3.3. Diseño de investigación.

El diseño de investigación que se adoptó en el presente estudio fue el no experimental y trasversal. Debido a que se lleva a cabo durante un tiempo definido sin modificar el flujo de los acontecimientos ni las dinámicas habituales de los participantes implicados. Agudelo y Aigner (2008) precisa que en una investigación no experimental lo ideal es no crear ninguna circunstancia, sino que se examinan situaciones previas, no causadas deliberadamente en el investigador que la lleva a cabo. En este estudio, los factores autónomos ocurren y no se pueden modificar, no se posee un control directo sobre estos ni se puede afectar, ya que ya ocurrieron, al igual que sus resultados.

Este tipo de diseño es relevante ya que se buscó examinar las prácticas educomunicativas y de comunicación intercultural en un periodo específico del año 2025. En particular, esto se hará mediante las entrevistas y la evaluación del contenido de redes sociales. Así, se podrá tener un panorama preciso y oportuno de como estos fenómenos se manifiestan en el centro cultural, lo cual permitirá crear sugerencias para mejorar sin tener que cambiar las estructuras culturales y comunicativas del sitio.

3.4. Alcance de la investigación.

Este estudio se enfoca en analizar cómo la educomunicación aporta al fortalecimiento de la comunicación intercultural en el Museo Amantes de Sumpa, durante el año 2025. Para lograrlo, la investigación se enfocó en examinar las estrategias de educomunicación presentes en el museo y evaluar la manera en que se expresa el intercambio intercultural por medio de sus principales redes sociales (Instagram y Facebook), lo que permitió establecer una

conexión entre ambas situaciones para proponer mejoras en las estrategias de comunicación ante audiencias diversas.

La investigación se llevará a cabo mediante entrevistas y análisis de contenido digital en un periodo de cinco meses, específicamente desde el mes de junio hasta septiembre. Además, no se tomará en consideración los diferentes rangos de edad.

Al plantear un estudio descriptivo – no experimental se posibilita una visión precisa y veraz de la condición actual del museo, sin buscar extrapolar los resultados fuera de su contexto, pero brindando un análisis que será fundamental para robustecer el enfoque de gestión cultural desde una perspectiva que sea tanto integradora como dinámica.

3.5.Operacionalización de las variables

Tabla 1. Matriz de Operacionalización

Variable(s)	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Técnica de levantamiento o de información	Instrumentos
Variable 1: Educomunicación	Aparici (2010) la define como el conocimiento de los múltiples lenguajes y medios por los que se realiza la comunicación personal, grupal y social. Abarca también la formación del sentido crítico, inteligente, frente a los procesos comunicativos y sus mensajes para descubrir los valores culturales propios y la verdad (p. 34).	D1: Comunicación bidireccional. D2: Uso de Tics D3: Estrategias pedagógicas. D4: Participación del público. D5: Formación del personal.	I1: Promoción del debate intercultural. I2: Inclusión y desarrollo de contenidos multimedia. I3: Existencia de programas o actividades educomunicativas. I4: Nivel de interacción con los visitantes. I5: Conocimiento de metodologías educomunicativas.	P1: ¿Se fomenta el intercambio de ideas entre el personal del museo y los visitantes? P2: ¿El museo utiliza videos, imágenes o recursos interactivos para comunicar contenidos a distintos tipos de públicos? P3: ¿Se desarrollan actividades educativas y participativas para la enseñanza de contenidos culturales? P4: ¿El museo ha desarrollado actividades dinámicas que permita la participación del público? P5: ¿El personal utiliza estrategias didácticas para guiar adecuadamente a los visitantes?	Análisis de contenido Entrevista.	Ficha de observación Guía de preguntas.

<p>Variable 2: Comunicación Intercultural</p>	<p>Según M. Morales (2018) la comunicación intercultural es la comunicación interpersonal donde intervienen personas con unos referentes culturales lo suficientemente diferentes como para que se auto perciban distintos, teniendo que superar algunas barreras personales y contextuales para llegar a comunicarse de forma efectiva (p. 51).</p>	<p>D1: Reconocimiento de la diversidad cultural.</p> <p>D2: Competencias comunicativas interculturales.</p> <p>D3: Intercambio y construcción de significados.</p> <p>D4: Inclusión, respeto y diversidad (lenguaje).</p> <p>D5: Promoción del diálogo intercultural (ciudadanía).</p>	<p>I1: Valoración e identificación de las diferencias culturales.</p> <p>I2: Habilidades para interactuar con otras culturas – adaptación del mensaje según el contexto cultural.</p> <p>I3: Participación y promoción de espacios de diálogo interculturales.</p> <p>I4: Producción de discursos y contenido educacional.</p> <p>I5: Compromiso con la inclusión y el fortalecimiento intercultural.</p>	<p>P1: ¿Considera que el personal utiliza un lenguaje claro y ejemplos fáciles de comprender para distintos públicos?</p> <p>P2: ¿Qué competencias comunicativas interculturales poseen los miembros del museo para interactuar y adaptar sus mensajes a diversos tipos de públicos?</p> <p>P3: ¿Los contenidos culturales se presentan de manera clara y comprensible?</p> <p>P4: ¿De qué manera el lenguaje empleado en los contenidos fomenta la inclusión, el respeto y la diversidad?</p> <p>P5: ¿Qué actividades se desarrollan para promover el diálogo intercultural como parte del compromiso con la ciudadanía y el fortalecimiento de la inclusión?</p>	<p>Análisis de contenido</p> <p>Entrevista.</p>	<p>Ficha de observación</p> <p>Guía de preguntas.</p>
--	--	--	---	--	---	---

3.6.Población, muestra y periodo de estudio

Para el desarrollo de este estudio se escogió la población objeto de estudio que estuvo conformada por dos grupos claramente identificables: por un lado, el experto en el área de investigación de este proyecto (educomunicación y comunicación intercultural); y, por otro lado, a la encargada del área de comunicación del museo.

En la perspectiva de Yuni y Urbano (2006) definen a la población como el grupo de individuos que exhiben una particularidad o estado común que se está estudiando. En este contexto, se consideró como población a los individuos directamente implicados en la experiencia cultural y comunicativa del museo, en específico los mediadores y gestores.

Para llevar a cabo esta investigación, se utilizó el muestreo no probabilístico por conveniencia, que se distingue por seleccionar a los participantes de acuerdo con su disponibilidad y acceso durante el periodo de estudio. De acuerdo con Hernández (2021), este tipo de muestreo implica elegir de acuerdo con la conveniencia del investigador porque permite determinar arbitrariamente el número de participantes que se incluirán en el estudio. (p.2), facilitando la recolección de datos en lugares donde no se puede alcanzar a toda la población.

La muestra incluyó a los profesionales en educomunicación y comunicación intercultural que participaron en la entrevista. Por ende, el periodo de estudio se desarrolló entre junio y septiembre del 2025, tiempo en el cual se aplicaron entrevistas y análisis de contenido.

3.7. Técnicas e instrumentos de levantamiento de información

Técnica Entrevista

La técnica seleccionada para la recolección de datos en este estudio es la entrevista estructurada. Se empleó porque permite conseguir directamente información cualitativa de los participantes involucrados en el Museo Amantes de Sumpa. Conforme lo menciona Lanuez y Fernández (2014), la entrevista es el enfoque empírico que se fundamenta en la comunicación interpersonal entre el investigador y el sujeto de estudio, con el objetivo de obtener respuestas verbales a las preguntas formuladas acerca del problema. Al basarse en la interacción interpersonal, favorece la construcción de un ambiente de confianza que puede revelar datos cualitativos significativos, difíciles de captar por otros métodos más estructurados como la encuesta.

Entonces se empleó específicamente para profundizar en la perspectiva de los empleados del museo y en los expertos en temas educomunicativos e interculturales. Este método concedió tener una visión completa de cómo se realizan dichas prácticas, garantizando de esta manera que la información sea relevante y esté en consonancia con los objetivos de la investigación.

Instrumento guía de preguntas

En esta investigación se seleccionó una guía de preguntas para la aplicación de la técnica de entrevista, esta se desarrolló en función de los indicadores derivados de las dimensiones que se obtienen a partir de la matriz para operacionalizar variables; así, el instrumento facilita la obtención de datos claros y ordenados que estén directamente relacionados con las metas de la investigación. Según Feria et al. (2020) es la herramienta metodológica que posibilita el uso del método en la práctica. En lo que respecta a sus elementos estructurales, los componentes que podrían ser aptos e indispensables para una

orientación de entrevista estructurada son el título, un objetivo y un conjunto de preguntas, así como aspectos o indicadores.

El instrumento posibilitó que se obtenga información exacta y equivalente entre los entrevistados, porque se plantearán los mismos interrogantes en un orden determinado. De esta manera, se asegura la homogeneidad en la recolección de datos y la consistencia con las secciones de análisis propuestas.

Técnica análisis de contenido

El análisis de contenido de las redes sociales, como Facebook e Instagram, es relevante debido a que estos espacios digitales se han transformado en escenarios esenciales para el diálogo con la comunidad y la difusión cultural. El museo, mediante comentarios, publicaciones e interacciones, no solamente transmite datos acerca de su patrimonio; además, crea vínculos de intercambio con públicos variados. Esto lo vuelve un espacio fundamental para analizar la forma en que la educomunicación robustece la comunicación intercultural.

Ruiz (2021) manifiesta que se puede concebir el análisis de contenido como un método que posibilita el estudio minucioso de los productos sociales, por ejemplo, textos o conversaciones, para determinar sus atributos, desglosar sus componentes y obtener conclusiones a partir de lo que se dice y se ve en la interacción social.

De esa manera, los contenidos que se comparten en las redes sociales del Museo Amantes de Sumpa posibilitan determinar los mensajes que fomentan la aceptación de la diversidad cultural, evaluar el nivel de participación de los usuarios y entender la manera en que las dinámicas digitales ayudan a reforzar la comunicación intercultural.

Instrumento ficha de observación

Para complementar el método de observación, se utilizó una ficha de observación estructurada durante este estudio. Esta herramienta posibilita el registro sistemático de los contenidos que se difunden en las redes sociales más importantes del museo: Facebook e Instagram. Este recurso permitió que los indicadores predefinidos sean claramente identificables, asegurando la relevancia de los datos y su concordancia con las metas del estudio. Como lo indica Campos y Martínez (2012), este formato permite recopilar los datos de manera sistemática y registrarlos uniformemente, cuya utilidad es proporcionar una revisión objetiva y clara de los hechos, clasifica la información según necesidades particulares y se elabora en función del esquema de las variables o componentes del problema. Para elaborar una guía de observación, el procedimiento a seguir es, en primer lugar, determinar qué se desea conocer. Esto debe enfocarse en el problema o fenómeno sin olvidar que es esencial que el instrumento sea confiable y válido (p. 56).

Por lo tanto, este método se desarrolló teniendo en cuenta categorías como las siguientes: metodologías educomunicativas implementadas en el museo, incorporación de elementos interculturales, interacción entre los guías y visitantes, y el grado de diálogo en la información publicada en redes sociales. De esta forma, el instrumento facilita la recolección de datos fiables y significativos.

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Procesamiento de la información

La recolección de datos de este proyecto de investigación se llevó a cabo mediante un enfoque cualitativo. Por ello, se ejecutaron dos entrevistas con guías de preguntas diferentes para cada una: la primera, constaba de ocho preguntas, fue dirigida al experto en el campo de educomunicación y comunicación intercultural; la segunda, que contaba con seis preguntas enfocadas en el ámbito de las redes sociales, fue proporcionada a la *community manager* del Museo Amantes de Sumpa. Ambas fueron realizadas de manera virtual a través de un Zoom, y el análisis de las respuestas se efectuó por cuadros separados y de doble entrada para tabular cada información brindada por los profesionales.

También, se aplicó el instrumento de análisis de contenido con un total de nueve criterios seleccionados específicamente para analizar y valorar las principales redes sociales del Museo Amantes de Sumpa: Facebook e Instagram. Por lo tanto, se examinaron los contenidos difundidos por estos medios en un lapso de cuatro meses (desde junio a septiembre del año 2025).

Análisis de los resultados

A continuación, se expone el análisis cualitativo de cada respuesta obtenida con la ejecución de los instrumentos elaborados:

Análisis cualitativo: la entrevista

Se muestran los resultados de las guías de preguntas aplicadas al especialista en educomunicación y comunicación intercultural: Lcdo. César Arizaga Sellan; y a la persona encargada de las redes sociales del Museo Amantes de Sumpa: Lcda. Sofia Bermúdez. El objetivo principal fue obtener una visión cercana sobre cómo la educomunicación puede aportar y a su vez fortalecer la comunicación intercultural en el museo.

Entrevistado: Lcdo. César Arízaga Sellan

Cargo: Docente y comunicador

Especialidad: Doctor en Ciencias de la Comunicación y Periodismo

Entrevistador: Xeomara Domínguez – Denisse Tomalá.

Tabla 2. Entrevista 1. César Arízaga Sellan.

Variables	Preguntas	Respuesta	Observación
Educomunicación	¿Cómo la educomunicación puede fomentar el debate y la construcción de conocimientos interculturales en la sociedad actual?	Considero que la educomunicación permite abrir espacios de diálogo y reflexión colectiva y sin duda alguna participa en la construcción de saberes, desde ella podemos fomentar el debate y el intercambio de experiencias, ya que permite reconocer la diversidad cultural como un valor y no como una barrera.	Carias, et al. (2021) menciona que en la práctica educomunicativa se fomenta el debate y la construcción de conocimientos a través de la producción y difusión de contenidos donde se evidencien las tradiciones y costumbres de las culturas, y que estas puedan ser visibles para identificarse con la cultura o a su vez informarse sobre las culturas propias de una localidad (p.53).
	En su criterio, ¿cómo las tecnologías de la información pueden enriquecer la experiencia de aprendizaje en un contexto de educación y cultura?	Considero que éstas permiten enriquecer la experiencia del aprendizaje en contextos de educación y cultura porque permite que las posibilidades de acceso, interacción y creación de conocimientos sea muy amplia, además el trabajo colaborativo puede verse integrado al utilizar plataformas diversas como redes sociales y entornos virtuales para facilitar el intercambio de ideas entre docentes y estudiantes.	De acuerdo con S. Castro (2022), las herramientas virtuales muestran nuevas formas de aprendizaje. De esa manera, al integrar estas herramientas desde la educomunicación sea crean nuevas experiencias culturales que debe ser aprovechada en la sociedad actual donde predomina la conectividad (p.330).

	<p>¿Qué tipo de actividades facilitan que la audiencia se sienta parte de un proceso cultural y no solo una receptora de información?</p>	<p>Considero que el marco de tu investigación las actividades comunicativas pueden ser diversas, pero lo primordial es que estas actividades estén desarrolladas con el componente de interactividad, pues solo así se cumpliría el propósito de construir de lado y lado el conocimiento o a su vez difundir los saberes. Las actividades que propondría pueden ser las siguientes: El foro, El Cine Foro, concurso de libro leído, El documental, entre otras similares.</p>	<p>En la opinión de Velilla (2006), las actividades interactivas que se llevan a cabo en un museo responden a la realidad propia de la ciencia, la cultura del sitio y la identificación de las preferencias de los visitantes. Por lo tanto, los museos deben ofrecer al usuario desde un foro hasta un chat en línea para interactuar y sentirse parte del proceso cultural del sitio (p.156).</p>
	<p>Desde su punto de vista, ¿qué tipo de formación continua sería necesaria para que el personal de un centro cultural pueda diseñar y facilitar procesos comunicativos auténticos?</p>	<p>Lo primero es que en este tipo de espacios debe encontrarse personas capacitadas y con pleno conocimiento de la historia, de los saberes y de Atención al Ciudadano, es recomendable que este tipo de plazas laborales sean ocupadas por profesionales de tercer nivel en áreas específicas, en el marco de tu investigación te cuento que he tenido experiencias no tan agradables en las que el guardia de seguridad de esta dependencia es quien ha guiado la ruta del museo, no pretendo desmerecer el esfuerzo del obrero, pero sus</p>	<p>En la perspectiva de Fernández (2015), las personas que trabajan en el museo son un activo primordial en la transmisión de saberes culturales, porque muestran la manera en cómo se percibe la realidad. Por lo tanto, los profesionales deben mantener la atención de los visitantes creando nuevas experiencias interactivas donde se involucre emisor y receptor, y de esa manera sumergirse en la historia cultural y objetos arqueológicos del sitio (p.44).</p>

		funciones no son esas y probablemente no esté preparado para ser guía, generando experiencia poco agradables para los visitantes, ahora siendo específico en la respuesta me permito proponer capacitaciones que podría mejorar el desempeño de los trabajadores del museo: Relaciones Humanas, Divulgación de Saberes, Dominio Escénico, Arte y Cultura, Historia Global y local y los que tengan relación a este listado.	
Comunicación Intercultural	¿Qué habilidades considera fundamentales para interactuar de forma efectiva con personas de diferentes culturas?	Habilidades como el manejo escénico, conocimiento pleno de la historia que guarda el museo y saber promover la divulgación de los saberes.	Sanhueza Henríquez et al. (2012) mencionan que esta competencia comunicativa debe abarcar habilidades que le permitan interactuar, relacionarse o enfrentar ambientes multiculturales, por ello es necesaria la empatía intercultural, el respeto, la aceptación de otras culturas, así como el rechazo al prejuicio y al etnocentrismo.
	Desde su experiencia, ¿qué importancia tiene el intercambio de significados en la construcción de una comunicación intercultural auténtica?	El intercambio de significados es el pilar central para construir una comunicación intercultural auténtica, porque permite que los públicos comprendan y valoren las distintas formas de interpretar el mundo. No se trata solo de traducir palabras o adaptar mensajes, sino de	Según Guevara (2024), la interculturalidad es una actitud que se desarrolla de manera constante. Por esto, en un intercambio eficaz no se mantienen estereotipos entre culturas, lo que permite que exista la negociación y la colaboración, con la

		reconocer los contextos, símbolos y sentidos que cada cultura otorga a su manera de comunicarse.	meta de brindar una experiencia comunicativa humanizada. (p.230)
	¿Cómo la producción de contenido educativo puede contribuir a una audiencia más consciente de la diversidad cultural?	Contribuye significativamente porque forma una audiencia más consciente de la diversidad cultural, además combina la intención educativa con estrategias comunicacionales que promueven la reflexión, el respeto y el diálogo entre diferentes culturas.	Para Carias-Pérez et al. (2021), la combinación de la interculturalidad y la educomunicación fomenta ámbitos para fortalecer el patrimonio cultural y las acciones que conducen a sociedades auténticamente democráticas, ya que emplea la educación como un instrumento que posibilita el surgimiento de una reflexión crítica sobre el mundo y las circunstancias en las que nos encontramos.
	En su opinión, ¿qué elementos definen un verdadero compromiso con el fortalecimiento intercultural en un centro cultural?	Considero que uno de los elementos principales es la práctica constante de valores como la inclusión, el respeto y la participación, podemos señalar también a la escucha activa pues las sugerencias y recomendaciones son parte de la interacción que se debe promover. Solo así podemos decir que un centro intercultural es una institución que construye puentes para reconocer la diversidad como una oportunidad de crecimiento social.	Blandón Jirón y Tinoco Espinoza (2023) indican que la interculturalidad implica la toma de decisiones con equidad de condiciones, así como la práctica de la objetividad, el respeto, la comprensión, la aceptación mutua y la formación de interacciones para establecer sociedades que sean integradoras, no discriminatorias y sin racismo.

Fuente: César Arízaga Sellan, experto en educomunicación y comunicación intercultural.
Elaborado por: Domínguez Rivera Xeomara Nicole – Tomalá Suárez Denisse Nayeli.

Entrevistado: Lcda. Sofia Bermúdez.

Cargo: *Community Manager* del Museo Amantes de Sumpa.

Especialidad: Manejo de redes sociales.

Entrevistador: Xeomara Domínguez – Denisse Tomalá.

Tabla 3. Entrevista 2. Sofia Bermúdez.

Variables	Preguntas	Respuesta	Observación
Educomunicación	¿De qué manera las publicaciones en las redes sociales del Museo Amantes de Sumpa (Instagram y Facebook) buscan fomentar el debate y la construcción de conocimientos interculturales con los seguidores?	Las publicaciones del museo buscan fomentar el debate mediante cuatro pilares de comunicación. El primero tiene que ver con el programa educativo “Juega y aprende con Rei”, el segundo es la información atemporal de la historia del museo, y por último la programación del museo, tanto como para comunicar las actividades y dar a conocer que sucedió en esas actividades. Se busca profundizar la historia, pero también sobre el valor que tienen las culturas prehispánicas, ya que el museo está sobre un yacimiento, y la cultura que más se destaca es las Vegas y Valdivia. Pero se busca conectar con lo actual, revisando el pasado y sabiendo que de alguna forma sigue vigente.	Costa (2017) afirma que los museos enfrentan el avance vertiginoso de la tecnología, y para ajustarse a estas transformaciones deben mantener el paso en la manera en que se comunican mediante sus publicaciones para que a su vez logren captar la atención del público y por ende se pueda fomentar el debate para cultivar su entendimiento y afinación sobre el arte, ciencia y cultura (p.32).
	En su criterio, ¿cómo el uso específico de	El uso de las redes sociales enriquece el	En la opinión De la Peña (2014), hoy en día la

	<p>las redes sociales enriquece la experiencia de aprendizaje sobre la historia y cultura que promueve el museo?</p>	<p>aprendizaje al encontrar información valiosa en sus publicaciones y a la vez, es muy importante que la comunicación que se muestra en ellas sea efectiva. En este sentido, para que las personas conozcan lo que el museo hace, pero a la vez también se animen a visitarlo.</p>	<p>cultura esta intrínsecamente ligada a cómo las personas interactúan, y viven su vida cotidiana, por tal razón los datos muestran que los individuos dedican cada vez más tiempo a las redes sociales. Por ello, es indispensable que la creación cultural se centre en este nuevo panorama, asumiendo la existencia de una cultura digital donde se pueda conectar con sus públicos (p.110).</p>
	<p>¿Cuáles considera que son las estrategias educomunicacionales más efectivas que aplican en el contenido digital del museo para articular la educación con la comunicación en temas interculturales?</p>	<p>Las estrategias comunicacionales más efectivas que aplicamos son los videos, carruseles, infografías. Además, el programa “Juega y aprende con Rei”, lo estamos aprovechando para generar contenido un poco más interactivo y atractivo, no solo para las infancias, sino también para los adultos. Además, buscamos que las descripciones en las publicaciones se muestren con calidez para que el museo no se sienta como un lugar alejado a nosotros.</p>	<p>García y Ortega (2021) indican que para que los museos puedan comunicarse y conectar con sus públicos de manera efectiva, la información que se publica a través de sus redes sociales, tales como guías didácticas interactivas deben estar destinadas a todo tipo de públicos, y cumplir la función como espacio de diálogo y aprendizaje (p.21).</p>
<p>Comunicación Intercultural</p>	<p>¿Cómo se aseguran de que los contenidos que se generan y</p>	<p>Al momento de publicar nos interesa pensar en todos los</p>	<p>Según Diaz Quichimbo et al. (2021), para potenciar las redes</p>

	<p>difunden en las redes sociales del Museo Amantes de Sumpa sean respetuosos y reflejen adecuadamente la diversidad cultural?</p>	<p>públicos. Siempre hay que ser muy cuidadosos con el lenguaje que se utiliza y la forma en que se expresa. Lo que se busca, al menos en ciertos contenidos del museo, es dar a conocer la diversidad cultural prehispánica que tuvimos, y la que no siempre nos damos cuenta de que sigue siendo valiosa en la actualidad; tu pasado de cierta forma define el presente. Entonces, lo que se busca es valorar nuestras culturas prehispánicas.</p>	<p>sociales como sitios de vínculos interculturales, es necesario que los mediadores se sientan orgullosos de su identidad cultural, sus tradiciones, sus costumbres y del intercambio de conocimientos. Para lograrlo, es esencial comprender que estos procesos exigen un compromiso para llevar a cabo los principios interculturales; si no, las prácticas de discriminación y exclusión continuarán perpetuándose.</p>
	<p>Desde su experiencia, ¿qué importancia tiene el intercambio de significados (la conversación real con la audiencia) en la construcción de una comunicación intercultural auténtica en la plataforma digital?</p>	<p>Debido a que las redes sociales del museo son bastante pequeñas, estamos buscando nuevas estrategias para hacerlas crecer y que la gente interactúe más. Justamente por eso estamos buscando contenidos más interactivos y pensando justamente en la importancia de esta conversación con la audiencia porque el tener un espacio físico no te asegura que te visiten, entonces, las redes sociales son nuestra plataforma o altavoz. Por ello, para enganchar al visitante es importante hacer uso de los llamados a</p>	<p>Huang (2024) indica que a medida que se abordan estas dinámicas, se enfrenta tanto a dificultades como a posibilidades para promover un ecosistema digital más inclusivo e integrado, lo que implica identificar y eliminar los obstáculos que dificultan la comunicación intercultural. Entonces, al crear entornos en línea acogedores y respetuosos, se superan las barreras culturales, se fomenta la comunicación entre diferentes culturas y, por ende, se establece una comunidad más</p>

		la acción que inviten a conocer, visitarnos y demás.	unida y armoniosa. (p. 27)
	En su opinión, ¿qué elementos en la estrategia de redes sociales del Museo Amantes de Sumpa definen un verdadero compromiso con el fortalecimiento intercultural?	Considero que justamente es la parte educativa. Buscar que el usuario aprenda de forma lúdica o a través de una narración y un storytelling valioso. Entonces, es tratar de brindar que cada publicación sea un artículo que tú quieres leer; en ese aspecto, un lenguaje cálido y contenidos que sean educativos son lo importante para que esa información la asimile y la aprenda el usuario.	Para Martínez-Rodríguez (2024), en esta estrategia es imprescindible una perspectiva inclusiva y adaptada porque se necesita una propuesta cultural que muestre la variedad y el ingenio del lugar, al mismo tiempo que se reconoce la necesidad de agregar nuevos formatos y herramientas. Las estrategias que sean inclusivas, innovadoras y participativas tienen el potencial de fortalecer su compromiso cultural. (p. 17)

Fuente: Sofía Bermúdez, *community manager* del Museo Amantes de Sumpa.

Elaborado por: Domínguez Rivera Xeomara Nicole – Tomalá Suárez Denisse Nayeli.

Análisis cualitativo: análisis de contenido

El segundo instrumento aplicado en la presente investigación fue una ficha de observación, estructurada con nueve criterios y ejecutada por medio del análisis de las publicaciones compartidas en las redes sociales del Museo Amantes de Sumpa (Instagram y Facebook). La intención de esta herramienta fue evaluar el nivel de implementación de contenidos educomunicativos, su efectividad en la divulgación y la manera en que la comunicación intercultural se manifiesta a través de estas plataformas digitales.

Tabla 4. Ficha de observación.

Análisis de contenido de las principales redes sociales del Museo Amantes de Sumpa (Instagram y Facebook)					
Nº	Criterio	Si	No	Observaciones	Análisis teórico
1	El contenido del post incluye un llamado explícito a la acción (comentar, compartir, visitar, reservar, interactuar).	X		La mayoría de los posts cumplen con este criterio pues están constantemente publicando contenido que amerita ir acompañado de un llamado a la acción al invitar a la audiencia a reservar su asistencia a las actividades y recorridos que tiene a su disposición el museo.	Chae (2021) discute que los llamados a la acción son el método más común y factible en las redes sociales, pues promover la participación optimiza la experiencia de los usuarios. De este modo, estos se transforman en participantes activos que intervienen en actividades propuestas, expresan sus opiniones y se relacionan con otros internautas.
2	En la sección de comentarios se evidencia el intercambio de mensajes (por parte de la audiencia como del museo).		X	En varios posts se observan comentarios sobre dudas con las actividades promocionadas, así como recomendaciones y aclaraciones por el contenido publicado, sin embargo, no se evidencia una respuesta por parte del museo.	Como expresa De la Peña (2014), las herramientas digitales facilitan a las organizaciones culturales conectar con sus públicos para captar sus opiniones y a la vez formar un vínculo sólido. De esta manera, las instituciones aprovechan las opiniones de los usuarios para mejorar fallas o resolver dudas (p.102).
3	Uso de variedad de formatos de contenido (vídeos, transmisiones, flyers, carruseles, reels e infografías).		X	La variedad de formatos es escasa. Utilizan más el tipo de contenido como flyers y posts con fotos de evidencia de las actividades que se realizan en el museo.	Barrientos (2025) hace mención de que las redes sociales permiten la segmentación y la comunicación con los usuarios mediante el empleo de videos, transmisiones en vivo y demás formatos dinámicos; lo que logra mejorar la propagación de contenidos y tener un mayor impacto sobre el público.
4	Estética visual y diseño (contenido visual llamativo, pertinente y contextualizado).	X		Para los flyers, los colores utilizados son estéticamente adecuados a la actividad que se promociona. Sin embargo, la mayoría de las fotos publicadas son tomadas desde un buen ángulo, pero existen	Según Guijarro y Cueva (2024), la estética del contenido tiene un impacto en la experiencia de los usuarios, ya que una estructura intuitiva y bien organizada perfecciona la navegación y permite el entendimiento de la información; esto no solo aumenta el agrado del público, sino que

				algunas imágenes que debieron ser mejoradas en calidad.	además promueve su participación, garantizando una comunicación visual eficaz. (p. 15)
5	El post evidencia un alto nivel de interacción por parte de la audiencia, reflejado en los likes, comentarios y compartidos.		X	En Instagram el nivel de interacción es bajo pues su promedio es de 30 likes, con comentarios escasos y compartidos nulos. Por otro lado, Facebook promedia con publicaciones que pueden alcanzar hasta 50 reacciones y cerca de 30 compartidos, aunque los comentarios son pocos.	Guillermo (2023) destaca que la interactividad en las redes sociales se enfoca en lo que hacen los usuarios con respecto al contenido. Es exitoso si provoca una respuesta en los usuarios, o sea, si consigue que se sientan inspirados a compartirlo, mencionarlo o marcarlo como preferido.
6	Publicaciones que evidencien talleres, guías educativas o recursos didácticos.	X		La mayoría de los materiales compartidos en sus principales redes sociales, muestran actividades prácticas dirigidas a distintos tipos de públicos. De esta manera, el museo impulsa procesos formativos y vivenciales entre los visitantes.	De acuerdo con Bonilla (2017), es común que los museos tengan una programación anual variada, que incluye planes tanto para divertirse como para aprender, y que este pensada para personas de todas las edades. Por ejemplo, suelen dar charlas o talleres sobre las diferentes colecciones que se exhiben, más enfocados a los adultos, pero también hacen talleres interactivos pensado para los niños. Estas opciones son un gran apoyo para aprender, sobre todo cuando se organizan visitas escolares durante el año (p.298).
7	Representación de patrimonio, costumbres, tradiciones y cosmovisiones locales.	X		Todas las publicaciones reflejan estas características mediante los contenidos que destacan los hallazgos de la cultura Las Vegas y las prácticas funerarias. Además, también rescatan las expresiones vivas de la comunidad, como la gastronomía, las artesanías, las festividades y los saberes tradicionales, que impulsan la permanencia de la cultura a través de sus principales redes	Como señala Arévalo (2010), la tradición es considerada como el compendio de conocimientos que una generación comparte con la siguiente. Por lo tanto, si vemos la tradición como la herencia del tiempo social grabada en la memoria colectiva, además de ser un legado del pasado, se transforma sin cesar en el presente; puesto que la tradición que representa el fujo cultural entre generaciones se sustenta en lo actual.

				sociales (Instagram y Facebook),	
8	Publicaciones con lenguaje educativo, accesible y respetuoso.	X		Las publicaciones reflejan estas características, mediante un enfoque claro y pedagógico la institución transforma la información arqueológica y antropológica, en mensajes que son fáciles de entender, para personas de todas las edades evitando el uso de jergas y fomentando la inclusión.	Espinosa y Chacón (2025) mencionan que la transformación del museo hacia un espacio educativo, accesible y respetuoso requiere que se implementen estrategias comunicativas en sus publicaciones que no solo busquen llegar a amplias audiencias, sino que deben incluir a toda la comunidad marginada, para que puedan acceder a la información de forma igualitaria (p. 191).
9	Las publicaciones generan diálogo, aprendizaje o reflexión en la comunidad.	X		Se promueve el diálogo, aprendizaje y reflexión en la comunidad, mediante recursos educativos y mensajes que invitan a la valoración de la historia ancestral. Asimismo, al tratar cuestiones relacionadas a la valoración de tradiciones, que promueven la reflexión acerca de la responsabilidad de cada persona en la preservación del legado cultural.	Arranz y Cristóbal (2015) definen que el museo es un espacio en el que los visitantes estimulan e interpretan su aprendizaje, esto se debe a que las personas al observar objetos u otro material en línea reflexionen de acuerdo con lo que está visualizando en ese momento. Del mismo modo, se aprende mediante el debate que existe entre educadores y audiencia (p. 98).

Fuente: Análisis de contenido del Facebook e Instagram del Museo Amantes de Sumpa.
Elaborado por: Domínguez Rivera Xeomara Nicole – Tomalá Suárez Denisse Nayeli.

Discusión

En el siguiente apartado se examinaron los resultados obtenidos a partir de la implementación de los instrumentos que abarcan esta investigación.

Discusión de entrevistas

Los resultados obtenidos por medio de la entrevista realizada al especialista en educomunicación y comunicación intercultural, y a la *community manager* del Museo Amantes de Sumpa, demuestra como estos campos de estudio aportan significativamente al desarrollo de espacios inclusivos y participativos dentro de espacios museísticos.

En la pregunta 4, ¿Qué tipo de formación continua sería necesaria para que el personal de un centro cultural pueda diseñar y facilitar procesos educomunicativos auténticos?, Arizaga menciona que lo primero es que en este tipo de espacios debe encontrarse personas capacitadas y con pleno conocimiento de la historia, de los saberes y de Atención al Ciudadano, es recomendable que este tipo de plazas laborales sean ocupadas por profesionales de tercer nivel en áreas específicas. Por lo tanto, se deben realizar capacitaciones para mejorar el desempeño de los trabajadores del museo: Relaciones Humanas, Divulgación de Saberes, Dominio Escénico, Arte y Cultura, Historia Global y local y los que tengan relación a este listado.

En la perspectiva de Fernández (2015), las personas que trabajan en el museo son un activo primordial en la transmisión de saberes culturales, porque muestran la manera en cómo se percibe la realidad. Por lo tanto, los profesionales deben mantener la atención de los visitantes creando nuevas experiencias interactivas donde se involucre emisor y receptor, y de esa manera sumergirse en la historia cultural y objetos arqueológicos del sitio (p.44).

Con respecto a la pregunta 8, ¿Qué elementos definen un verdadero compromiso con el fortalecimiento intercultural en un centro cultural?, se toma en consideración el punto de vista de Arizaga, que uno de los elementos principales es la práctica constante de valores como la inclusión, el respeto y la participación, podemos señalar también a la escucha activa pues las sugerencias y recomendaciones son parte de la interacción que se debe promover. Solo así podemos decir que un centro intercultural es una institución que construye puentes para reconocer la diversidad como una oportunidad de crecimiento social.

Blandón Jirón y Tinoco Espinoza (2023) indican que la interculturalidad implica la toma de decisiones con equidad de condiciones, así como la práctica de la objetividad, el respeto, la comprensión, la aceptación mutua y la formación de interacciones para establecer sociedades que sean integradoras, no discriminatorias y sin racismo.

En respuesta a la interrogante 1, ¿De qué manera las publicaciones en las redes sociales del Museo Amantes de Sumpa (Instagram y Facebook) buscan fomentar el debate y la construcción de conocimientos interculturales con los seguidores?, Bermúdez afirma que las publicaciones del museo buscan fomentar el debate mediante cuatro pilares de comunicación. El primero tiene que ver con el programa educativo “Juega y aprende con Rei”, el segundo es la información atemporal de la historia del museo, y por último la programación del museo, tanto como para comunicar las actividades y dar a conocer que sucedió en esas actividades. Se busca profundizar la historia, pero también sobre el valor que tienen las culturas prehispánicas, ya que el museo está sobre un yacimiento, y la cultura que más se destaca es las vegas y valdivia. Además, se busca conectar con lo actual, revisando el pasado y sabiendo que de alguna forma sigue vigente.

Costa (2017) afirma que los museos enfrentan el avance vertiginoso de la tecnología, y para ajustarse a estas transformaciones deben mantener el paso en la manera en que se comunican mediante sus publicaciones para que a su vez logren captar la atención del público y por ende se pueda fomentar el debate para cultivar su entendimiento y afinación sobre el arte, ciencia y cultura (p.32).

Con base en la pregunta 3 ¿Cuáles considera que son las estrategias educomunicacionales más efectivas que aplican en el contenido digital del museo para articular la educación con la comunicación en temas interculturales?, se destaca el enfoque de Bermúdez, quien menciona que las estrategias comunicacionales más efectivas que aplican son los videos, carruseles, infografías. Además, el programa “Juega y aprende con Rei”, lo están

aprovechando para generar contenido un poco más interactivo y atractivo, ya que no es solo para las infancias, sino también para los adultos. Además, buscan que las descripciones en las publicaciones se muestren con calidez para que el museo no se sienta como un lugar alejado a nosotros.

García y Ortega (2021) indican que para que los museos puedan comunicarse y conectar con sus públicos de manera efectiva, la información que se publica a través de sus redes sociales, tales como guías didácticas interactivas deben estar destinadas a todo tipo de públicos, y cumplir la función como espacio de diálogo y aprendizaje (p.21).

Por último, las opiniones de los expertos demuestran que la educomunicación y la comunicación intercultural son esenciales para potenciar los museos como lugares inclusivos y participativos. Para lograr esto, se debe implementar la capacitación continua del equipo, la práctica de valores como la inclusión y el respeto, así como la implementación de estrategias digitales para fomentar el diálogo y la interacción, con la audiencia.

Además, destacan la importancia de las redes sociales como medio para difundir el patrimonio cultural utilizando recursos educativos, que ayudan a crear aprendizajes significativos y refuerzan la conexión entre el museo y la comunidad, lo cual permite atraer nuevos visitantes.

Discusión de análisis de contenido

El análisis de contenido realizado a las principales redes sociales del Museo Amantes de Sumpa, entre los meses de junio a septiembre del 2025, determina que las estrategias educomunicativas que se usan en el museo contribuyen, en cierto nivel, al fortalecimiento de la comunicación intercultural. Sin embargo, también se permitió evidenciar que dichas tácticas utilizadas aun no son suficientes para evidenciar una interacción cultural que proyecte un ambiente participativo e inclusivo entre comunidades diversas.

En relación con el criterio 2, que se refiere a la evidencia del intercambio de mensajes (por parte de la audiencia como del museo) en la sección de comentarios, se observó un aspecto negativo pues las publicaciones cuentan con escasos comentarios (muchas veces son nulos), en los que el responsable de las redes sociales del museo no proporciona un comentario de retroalimentación a la audiencia. Por ello, se cita a Peña (2014) quien resalta que las herramientas digitales facilitan a las organizaciones culturales conectar con sus públicos para captar sus opiniones y a la vez formar un vínculo sólido. De esta manera, las instituciones aprovechan las opiniones de los usuarios para mejorar fallas o resolver dudas (p. 102). Entonces, la institución falla en este proceso lo que impide que al usuario resolver sus dudas.

Por otro lado, en el criterio 6, acerca de las publicaciones que evidencien talleres, guías educativas o recursos didácticos, se establece que en estas plataformas digitales se expone de manera efectiva las actividades prácticas brindadas en el museo, aquellas que son dirigidas a todo tipo de público. Bonilla (2017) expresa que es común que los museos tengan una programación anual variada, que incluye planes tanto para divertirse como para aprender, y que este pensada para personas de todas las edades. Por ejemplo, suelen dar charlas o talleres sobre las diferentes colecciones que se exhiben, más enfocados a los adultos, pero también hacen talleres interactivos pensado para los niños. Estas opciones son un gran apoyo para aprender, sobre todo cuando se organizan visitas escolares durante el año (p. 298). Lo que indica que estas iniciativas son un aspecto se presta a la estimulación de métodos pedagógicos entre los visitantes.

Con el criterio 8, se manifiestan las publicaciones con lenguaje educativo, accesible y respetuoso, donde se destaca que los mensajes utilizados son fáciles de entender debido a que comprenden un enfoque claro y pedagógico que evita el uso de jergas. En referencia a lo mencionado, Espinosa y Chacón (2025) que la transformación del museo hacia un espacio educativo, accesible y respetuoso requiere que se implementen estrategias comunicativas en sus publicaciones que no solo busquen llegar a amplias audiencias, sino que deben incluir a toda la comunidad marginada, para que puedan acceder a la información de forma igualitaria (p. 191). Esta estrategia fomenta la inclusión y el aprendizaje significativo de los contenidos impartidos por las redes sociales.

En síntesis, estos resultados derivados del análisis de contenido terminan demostrando que el Museo Amantes de Sumpa constituye un espacio relevante para el ámbito educacional debido a sus recursos didácticos que aplican constantemente, no obstante, se amerita la implementación de un proceso comunicacional más bidireccional y participativo. Fortalecer esta práctica consolidaría al museo como un referente de gestión educativa cultural dentro de la provincia de Santa Elena.

5. CONCLUSIONES

La presente investigación se basó en cómo la educomunicación puede fortalecer la comunicación intercultural en el Museo Amantes de Sumpa, a través del análisis de contenido de sus principales redes sociales para promover espacios de diálogo y participación entre sus visitantes.

- El análisis de contenido demostró que las estrategias educomunicativas aplicadas en las redes sociales del Museo Amantes de Sumpa son de naturaleza predominantemente informativa y unidireccional. Si bien el museo implementa con éxito recursos de educomunicación como la adaptación de un lenguaje accesible y el uso de storytelling para hacer el contenido didáctico, estas tácticas son insuficientes. Se determinó que el grado de aplicación de la bidireccionalidad y la interacción es baja, lo que limita la efectividad total del proceso comunicacional para generar el diálogo y la participación activa que la educomunicación y la interculturalidad requieren.
- De la misma manera, se estableció que la comunicación intercultural en el Museo Amantes de Sumpa se manifiesta a través del resalte de las tradiciones y costumbres del pasado, conectando con lo actual sin perder en el proceso el respeto que se prevé de este intercambio. También, dicha valoración de las culturas locales consigue que estas expresiones proporcionen un intercambio más genuino y beneficioso entre un público variado.

- Por otra parte, la investigación también logró determinar la relación entre la educomunicación y la comunicación intercultural en el contexto del Museo Amantes de Sumpa. Debido a que la educomunicación es un campo propio de un centro cultural es que se ofrecen todo tipo de herramientas que permiten enseñar y aprender por medio del dialogo cultural, la comunicación intercultural se revela de modo en que la información arqueológica y antropológica, perteneciente al sitio, no presente un obstáculo al ser compartida a un público diverso pues para esto se practica el intercambio efectivo de significados.

6. RECOMENDACIONES

Con base en los resultados de este estudio sobre la educomunicación y su aporte al fortalecimiento de la comunicación intercultural. Las recomendaciones que se plantean son las siguientes, con el fin de fomentar un espacio de convergencia entre la educación, cultura y comunicación.

- Se sugiere migrar su estrategia digital de la difusión informativa a la conversación activa, implementando un enfoque bidireccional para corregir su baja interacción. Esto implica que en sus publicaciones incentiven la participación crítica del público (ejemplo: preguntas abiertas, encuestas de opinión) y establecer un protocolo de gestión de comentarios para sostener el diálogo, cumpliendo así con los objetivos de la educomunicación intercultural.
- Formalizar la estrategia de comunicación cultural, expandiendo el resalte de las tradiciones y costumbres locales. Esto garantiza que la valoración cultural que ya es exitosa se mantenga como el pilar inamovible de la estrategia digital, asegurando un intercambio genuino y respetuoso de manera continua.
- Incorporar la educomunicación y la comunicación intercultural en la planificación institucional, a través de programas educativos, talleres y acciones colaborativas que fomenten el intercambio de conocimientos entre los visitantes y el equipo del museo. Así, la información arqueológica y antropológica podrá ser compartida de manera clara, participativa y alineada con la diversidad cultural del público.

REFERENCIAS

- Agudelo Viana, L. G., & Aigner Aburto, J. M. (2008). Diseños de investigación experimental y no-experimental. <http://hdl.handle.net/10495/2622>
- Aleksandrova, O., Kolinko, M., Ishchuk, A., y Kozlovets, M. (2024). Understanding Intercultural Communication as a Condition for Sustainable Development. *European Journal of Sustainable Development*, 13(2), 261. <https://doi.org/10.14207/ejsd.2024.v13n2p261>
- Anabalón, J. A. (2010). Ética Intercultural y Reconocimiento Dialógico. Una mirada a la dignidad del otro: Conflicto entre el Estado de Chile-Pueblo Mapuche. *Revista chilena de derecho y ciencia política*, 1(1), 61-78.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3607998>
- Aparici, R. (2010). Introducción: la educomunicación más allá del 2.0. En Aparici, R. (Coord.), *Educomunicación: más allá del 2.0.* (pp. 9-23). Gedisa. https://amsafe.org.ar/wp-content/uploads/Aparici-Educomunicacion_Mas_Alla_del_2-0.pdf
- Arévalo, M. (2010). El patrimonio como representación colectiva. La intangibilidad de los bienes culturales. *Gazeta de antropología*. <https://doi.org/10.30827/digibug.6799>
- Arizabaleta Dominguez, S. L., y Ochoa Cubillos, A. F. (06 de diciembre de 2016). Hacia una educación superior inclusiva en Colombia. *Scielo*, 41-56.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-24942016000200005&lng=en&tlng=es.
- Arranz, A. D., y Cristóbal, M. V. A. (2015). Formación y educación en museos: un diálogo a varias voces. *Museos. es: Revista de la Subdirección General de Museos Estatales*, 11, 97-117.
- Aso, B., Navarro, N., García, S., y Rivero, P. (2024). EduComR: Instrument for the Analysis of Museum Educommunication on Social Media. *Comunicar*, 32(78).
<https://doi.org/10.58262/V32I78.3>
- Bajaña, Y., y Almeida, C. (2024). Comunicación intercultural de las tradiciones orales y su rol en el fortalecimiento de la herencia identitaria Huancavilca en la comuna Prosperidad de la

provincia de Santa Elena. Universidad de Guayaquil.

<https://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/72147>

Barrio-Fernández, T. (2014). La participación de audiencias en museos de arte. *Bibliografía general y estudio de caso del Museo de Navarra. Príncipe de Viana*. (259), 37-61.

<https://hdl.handle.net/10171/59840>

Bonilla Martos, A. L. (2017). Los museos como recurso didáctico: El ejemplo de los museos arqueológicos. *En Antropología Experimental*, 17, 297. -303.

<https://hdl.handle.net/10481/99597>

Borghi, B., y Serrano Moral, C. (2020). ¿Realmente entendemos y aprendemos en las visitas a los museos? La realidad desde Bolonia, Italia. *REIDICS. Revista De Investigación En Didáctica De Las Ciencias Sociales*, 6. <https://doi.org/10.17398/10.17398/2531-0968.06.144>

Briones, W., Morocho, W., Huilcapi, M., & Morante, J. (2020). Comunicación intercultural para el desarrollo de relaciones interpersonales en las comunidades montubias del cantón Quevedo y zonas de influencia (Vol. 5). *Revista Zenodo*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4421552>

Calle Forrest, H. M. (2023). El museo intercultural como agente social para la construcción de una sociedad más justa, diversa y solidaria. Un enfoque aplicado al Museo Antropológico y de Arte Contemporáneo (MAAC) (Bachelor's thesis).

<http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/24727>

Camilo, J. (2020). Plan Nacional de igualdad y equidad de género. República Dominicana: PLANEG III.

Campos, G., & Martínez, N. E. L. (2012). La observación, un método para el estudio de la realidad. *Xihmai*, 7(13), 45-60. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3979972>

Carias-Pérez, F.I., Marín-Gutiérrez, I., y Hernando-Gómez, A. (2021). Educomunicación e interculturalidad a partir de la gestión educativa con la radio. *Universitas-XXI*, 35, pp. 39-60. <https://doi.org/10.17163/uni.n35.2021.02>

Castro, R. (2024). Capítulo 4 La diversidad cultural en Colombia: Desafíos y limitaciones del reconocimiento. *Etnoeducación E*, 170.

Castro, S. (2022). Ambientes de aprendizaje enriquecidos por las Tecnologías de la Información. *Revista Con rado*, 18(85), 363-371.

- Costa, T. (2017). Instagram como herramienta para la creación de un museo social y online. El uso que le otorgan museos de arte contemporáneo. Dipòsit Digital de Documents de la UAB. <https://ddd.uab.cat/record/181751>
- De la Peña Aznar, J. (2014). ¿Sirven para algo las redes sociales en el sector cultural? Anu. AC/E Cult. Digit. Tema, 8, 101-113. <https://conecta.cultura.pe/sites/default/files/recursos/archivos/Redes>
- Du, J. & Cui, M. (2021). Intercultural Dialogues in Third Spaces: A Study of Learning Experiences of Museum Visitors. *Journal of Transcultural Communication*, 1(1), 79-101. <https://doi.org/10.1515/jtc-2021-2007>
- España Aguirre, D y Giraldo Gómez, A. (2016). Mediadores y público preescolar: un acercamiento a las estrategias pedagógicas y de medicación, implementadas para promover experiencias educativas significativas en niños y niñas de 4 a 6 años, que visitan el museo universitario de la Universidad de Antioquia. Universidad de Antioquia. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10495/28143>
- Espinosa Barahona, H., y Chacón Betancourt, M. (2025). Educación y accesibilidad en museos: Explorando el potencial de la comunicación transmedia. *Uru: Revista de Comunicación y Cultura*, 11, 182–192. <https://doi.org/10.32719/26312514.2025.11.11>
- Feria Avila, H., Matilla González, M., & Mantecón Licea, S. (2020). La entrevista y la encuesta: ¿métodos o técnicas de indagación empírica? *Didáctica Y Educación*, 11(3), 62–79. <https://revistas.ult.edu.cu/index.php/didascalía/article/view/992>
- Fernández, I. M. G. (2015). El papel de los museos en la sociedad actual: discurso institucional o museo participativo. *Complutum*, 26(2), 39-47.
- García Martín, I., y Ortega Mohedano, F. (2021). Comunicación y educación en los museos en el contexto español. *La encrucijada comunicativa. Anuario Electrónico De Estudios En Comunicación Social "Disertaciones"*, 14(2), 1–27. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.9939>
- González Luna, F., y Gutiérrez Rico, D. (2015). Más allá de la inclusión educativa: Elementos para su desarrollo en una institución de educación superior. (Vol. Primera edición). (I. U. Español, Ed.) México, México: Instituto Universitario Anglo Español.

- Gutiérrez, M., y Álvarez, I. (2025). Competencia comunicativa intercultural: prácticas docentes inclusivas en contextos educativos de diversidad cultural y lingüística en Cataluña. *Revista CS*, 46, a02. <https://doi.org/10.18046/recs.i46.02>
- Herdoíza, M. (2015). *Construyendo Igualdad en la Educación Superior*. Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación - SENESCYT, Senescyt/Unesco, Quito.
- Hernández, O. (2021). Aproximación a los distintos tipos de muestreo no probabilístico que existen. *Revista Cubana de Medicina General Integral*, 37(3). Epub 01 de septiembre de 2021. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21252021000300002&lng=es&tlng=es.
- Hernández-Sampieri, R y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta (Vol. Sexta)*. México D.F., México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDIOTRES, S.A. DE C.V.
<http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Herrera Seda, C., Pérez Salas, C., y Echeita, G. (2016). Teorías Implícitas y Prácticas de Enseñanza que Promueven la Inclusión Educativa en la Universidad. *Instrumentos y Antecedentes para la Reflexión y Discusión*. 9(5), 49-64. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062016000500006>
- Horna-Ibarra, J., Tomalá-Echeverría, L., y Vernimmen-Aguirre, G. (2021). Reflexiones alrededor de la comunicación intercultural en la comuna Chongón, Ecuador. *Revista Científica Multidisciplinaria SAPIENTIAE*, 4(7), 39–53.
<https://publicacionescd.uleam.edu.ec/index.php/sapientiae/article/view/188>
- Incheon. (2016). *Educación 2030. Declaración de Incheon y Marco de Acción. Hacia una educación inclusiva y equitativa de calidad y un aprendizaje a lo largo de la vida para todos*. República de Corea: UNESCO.
- Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Ediciones de la Torre, Madrid.
https://perio.unlp.edu.ar/catedras/comeduc2/wp-content/uploads/sites/197/2021/05/kaplun-el_comunicador_popular_0.pdf#page=7.08
- Lanuez, M. y Fernández, E. (2014). *Metodología de la Investigación Educativa*. (CD ROM). IPLAC, La Habana, Cuba.

- López, S. (2024). Aplicación de Tecnologías de Información y Comunicación en museos. *Revista Científica Avances En Ciencia Y Docencia*, 1(2), 45–53.
<https://doi.org/10.70939/revistadiged.v1i2.12>
- Lozada Prado, D. F. (2025). Comunicación intercultural en entornos globalizados: desafíos, tensiones y estrategias para la gestión de la diversidad cultural en los medios de comunicación contemporáneos. *Reincisol*, 4(7), 3375–3401.
[https://doi.org/10.59282/reincisol.V4\(7\)3375-3401](https://doi.org/10.59282/reincisol.V4(7)3375-3401)
- Macías-Nestor, I. P., Reynoso-Haynes, E., y Torreblanca-Navarro, O. (2020). Formación de mediadores en los museos y centros de ciencias de la Universidad Nacional Autónoma de México. *JCOMAL*, 3(2), 1-16. <https://doi.org/10.22323/3.03020203>
- Marino, F. (2020). Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) orientadas a los museos de la ciudad de Bahía Blanca [Tesina de Licenciatura, Universidad Nacional del Sur]. Repositorio Institucional Digital de la Universidad Nacional del Sur.
<https://repositoriodigital.uns.edu.ar/bitstream/handle/123456789/5748/Tesis%20Marino.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Matamoros, Á., Avilés, M., & Urgilés, M. (2025). Educomunicación y la narrativa transmedia en el desarrollo del pensamiento crítico digital. *Scripta Mundi*, 4(1), 56–79.
<https://doi.org/10.53591/scmu.v4i1.2023>
- Mery Gebauer, A. (2009). Museos y diversidad cultural—propuestas para la sociedad multicultural del siglo XXI. Repositorio Académico de la Universidad de Chile.
https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/101219/ar-mery.g_a.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Morales, M. (2018). Comunicación intercultural: Un compromiso con las competencias ciudadanas para la inclusión en entornos diversos. Doctorado en Ciencias de la Educación, Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad Tecnológica de Pereira.
<https://repositorio.utp.edu.co/server/api/core/bitstreams/42f99ddb-e4e4-4e9d-a27d-ab4554dee103/content>
- Muñoz Loayza, B. A. (2018). Ventajas y desventajas del muestreo probabilístico y no probabilístico en investigaciones científicas. Machala: Repositorio digital Utmach.
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12838/1/ECUACE-2018-CA-DE00859.pdf>

- Nadeem, M. U., & Zabrodskaia, A. (2023). A comprehensive model of intercultural communication for international students living in culturally diverse societies: evidence from China. *Frontiers in Communication*, 8, 15. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2023.1332001>
- Nieto, E. (2018). Tipos de investigación. *Universidad Santo Domingo de Guzmán*, 2(1), 1-2. https://www.academia.edu/98517997/Tipos_de_Investigaci%C3%B3n
- Ochoa, L. M. (2008). Los públicos y lo público. De mutismos, sorderas, y de diálogos sociales en museos y espacios patrimoniales. *Participación ciudadana, patrimonio cultural y museos: entre la teoría y la praxis*, 39-62. https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/15189/arrieta_2008_teor%C3%ADa_praxis.pdf?sequence=1&isAllowed=y#page=39
- Ortega-Mohedano, F., García-Martín, I., y Pérez-Peláez, M. E. (2020). Comunicación y Educación en los Museos, espacios de interacción en la Zona de Desarrollo Próximo en España. *Education in the Knowledge Society (EKS)*, 21, 16. <https://doi.org/10.14201/eks.23298>
- Ponce Díaz, Nicolás, y Riveros Diegues, Nicole. (2021). Construyendo inclusión a través del lenguaje: el valor de la palabra en los espacios educativos. *Revista de estudios y experiencias en educación*, 20(43), 345-357. <https://dx.doi.org/10.21703/rexe.20212043ponce18>
- Ponce Tigua, N. I., y Santa María Romero, G. P. (2025). Educomunicación como estrategia didáctica para el desarrollo del pensamiento crítico. *Revista Ecuatoriana De Psicología*, 8(20), 94–105. <https://doi.org/10.33996/repsi.v8i20.156>
- Ramos, M., Espinoza, O., Palma, B., Valencia, M., y Ocampo, A. (2025). La Interculturalidad en la Educación: Un Enfoque para la Inclusión y el Respeto a la Diversidad Cultural. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 9(2), 6515-6536. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i2.17383
- Rivero Pino, R. (2021). Instrumento para validación por especialistas de técnicas para la investigación "Desarrollo de Capacidades de Intervención Profesional Comunitaria, Familiar y de Género para la Inclusión Educativa Universitaria. Universidad Estatal Península de Santa Elena, Santa Elena.
- Rojas, W. (2022). La relevancia de la investigación cualitativa. *Stodium Veritatis*, 20(26), 79–97. <https://doi.org/10.35626/sv.26.2022.353>

- Ruiz Bueno, A. (2021). El contenido y su análisis: Enfoque y proceso.
<https://hdl.handle.net/2445/179232>
- Salas Giler, C. I., Valero Moran, E. E., Maliza Muñoz, W. F., y Pérez Barrera, H. M. (2024). Estrategias pedagógicas innovadoras para potenciar la enseñanza de emprendimiento en entornos digitales. *Código Científico Revista De Investigación*, 5(1), 525–550.
- Sanhueza Henríquez, S. V., y Cardona Moltó, M. C. (2009). Evaluación de la sensibilidad intercultural en alumnado de educación primaria escolarizado en aulas culturalmente diversas. *Revista de Investigación Educativa*, 27(1), 247–262.
<https://doi.org/https://revistas.um.es/rie/article/view/94391>
- Sarwari, A. Q., Adnan, H. M., Rahamad, M. S., y Abdul Wahab, M. N. (2024). The Requirements and Importance of Intercultural Communication Competence in the 21st Century. In *SAGE Open* (Vol. 14, Issue 2, p. 10). SAGE Publications Inc.
<https://doi.org/10.1177/21582440241243119>
- SENESCYT. (2015). *Construyendo Igualdad en la Educación Superior*. Quito: Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación.
- Silva Ayala, S. (2023). Propuesta educomunicacional para el uso del Museo de la Ciudad como recurso didáctico de 5to año de E.G.B. Universidad Central del Ecuador.
<https://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/36014>
- Silva, J., Silva, D., Basurto, J. y Silva, M. (2023). La edocomunicación en la preservación cultural: revitalizando memorias ancestrales de comunidades rurales. *Revista Científica Amawtakuna*, 1(1), 66-79.
- Singleton, R. H. (1987). La Formación museológica: su carácter y evolución. *Museum*, 4(156), 221-224. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000079452_spa
- Solís Sabanero, A. (2016). La perspectiva de género en la educación. *Desarrollo profesional docente: reforma educativa, contenidos curriculares y procesos de evaluación*, 97-107.
- Sousa, J. (2021). El arte en la promoción de la educación intercultural en contextos escolares. *European Scientific Journal, ESJ*, 17(26), 13. <https://doi.org/10.19044/esj.2021.v17n26p13>
- Tomalá, H. (2024). La comunicación intercultural en los contenidos audiovisuales en la casa de la cultura ecuatoriana Benjamín Carrión núcleo provincial de Santa Elena. Universidad Estatal Península de Santa Elena. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/11907>

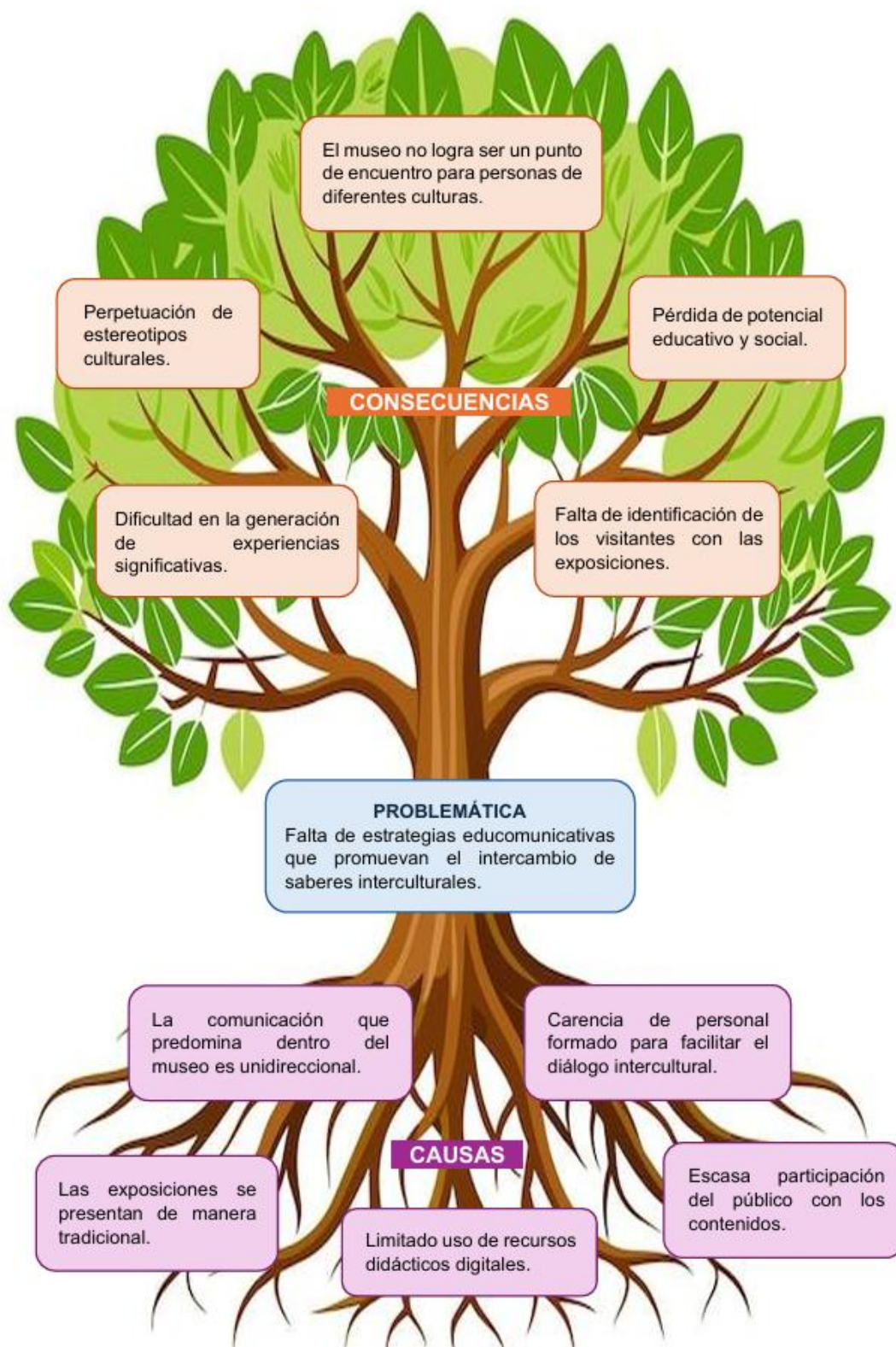
- Torres Barzola, X., Rodas-Pérez, M. A., Santa María Romero, G., Suintaxi Andrade, M., y Manrique Muñoz, D. (2023). Programa Educa TV y su contenido educativo en los estudiantes de la escuela Trece de Abril del cantón La Libertad. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), 4183–4196. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7273
- Torres-Ortiz, J.A. y Duarte, J.E. (2016). Los procesos pedagógicos administrativos y los aspectos socio-culturales de. *Investigación, Desarrollo, Innovación*, 6, 179-190. <http://dx.doi.org/10.19053/20278306.4606>
- Tovar, M., Pedraja, L. y Mondaca, C. (2024). Competencia comunicativa intercultural: Una revisión sistemática de la literatura. *Revista De Ciencias Sociales*, XXX (Número Especial 10), 284-307.
- Unesco. (2020). *América Latina y el Caribe: Inclusión y educación: todos y todas sin excepción*. París: Informe de Seguimiento de la Educación en el Mundo 2020.
- Velasco, J. A., y de González, L. A. (2008). Sobre la teoría de la educación dialógica. *Educere*, 12(42), 461-470. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=35614569006>
- Velilla, J. S. (2006). Los museos virtuales como recurso de enseñanza-aprendizaje. *Comunicar*, (27), 155-162.
- Vimos Sacta, K., Molina Astudillo, A., & Montúfar Mora, V. (2025). Perspectivas sobre educomunicación: Una revisión de estudios. *Uru: Revista de Comunicación y Cultura*, 12, 60–72. <https://doi.org/10.32719/26312514.2025.12.5>
- Yuni, J. A., & Urbano, C. A. (2006). *Técnicas para investigar: recursos metodológicos para la preparación de proyectos de investigación*. Editorial Brujas.

ANEXOS

Anexo 1

Árbol de problema

Figura 1. Árbol de problema.



Anexo 2

Matriz de validación de instrumentos.

INSTRUMENTO

Técnica: Entrevista

Instrumento: Guía de preguntas

Tema: La educomunicación y su aporte al fortalecimiento de la comunicación intercultural del Museo Amantes de Sumpa, periodo 2025.

Objetivo: Determinar la relación entre la educomunicación y la comunicación intercultural, con el fin de fortalecer estrategias comunicacionales desde una perspectiva participativa e inclusiva.

Entrevistado: Lcdo. César Arízaga Sellan

Cargo: Docente y comunicador

Especialidad: Doctor en Ciencias de la Comunicación y Periodismo

Entrevistador: Xeomara Domínguez – Denisse Tomalá.

Variables	Preguntas	Respuesta	Observación
Variable Independiente	¿Cómo la educomunicación puede fomentar el debate y la construcción de conocimientos interculturales en la sociedad actual?		
Educomunicación	En su criterio, ¿cómo las tecnologías de la información pueden enriquecer la experiencia de aprendizaje en un contexto de educación y cultura?		
	¿Qué tipo de actividades facilitan que la audiencia se sienta parte de un proceso cultural y no solo una receptora de información?		
	Desde su punto de vista, ¿qué tipo de formación continua sería necesaria para que el personal de un centro cultural pueda diseñar y facilitar procesos comunicativos auténticos?		
Variable Dependiente	¿Qué habilidades considera fundamentales para interactuar de forma efectiva con personas de diferentes culturas?		
Comunicación Intercultural	Desde su experiencia, ¿qué importancia tiene el intercambio de		

	significados en la construcción de una comunicación intercultural auténtica?		
	¿Cómo la producción de contenido educomunicativo puede contribuir a una audiencia más consciente de la diversidad cultural?		
	En su opinión, ¿qué elementos definen un verdadero compromiso con el fortalecimiento intercultural en un centro cultural?		

Entrevistado: Lcda. Sofia Bermúdez.

Cargo: Community Manager del Museo Amantes de Sumpa.

Especialidad: Manejo de redes sociales.

Entrevistador: Xeomara Domínguez – Denisse Tomalá.

Variables	Preguntas	Respuesta	Observación
Variable Independiente	¿De qué manera las publicaciones en las redes sociales del Museo Amantes de Sumpa (Instagram y Facebook) buscan fomentar el debate y la construcción de conocimientos interculturales con los seguidores?		
Educomunicación	En su criterio, ¿cómo el uso específico de las redes sociales enriquece la experiencia de aprendizaje sobre la historia y cultura que promueve el museo?		
	¿Cuáles considera que son las estrategias educomunicacionales más efectivas que aplican en el contenido digital del museo para articular la educación con la comunicación en temas interculturales?		
Variable Dependiente	¿Cómo se aseguran de que los contenidos que se generan y difunden en las redes sociales del Museo Amantes de Sumpa sean respetuosos y reflejen adecuadamente la diversidad cultural?		

Comunicación Intercultural	Desde su experiencia, ¿qué importancia tiene el intercambio de significados (la conversación real con la audiencia) en la construcción de una comunicación intercultural auténtica en la plataforma digital?		
	En su opinión, ¿qué elementos en la estrategia de redes sociales del Museo Amantes de Sumpa definen un verdadero compromiso con el fortalecimiento intercultural?		

La Libertad, 06 de octubre del 2025

Gregory Santomaria R.

Lcdo. Gregory Peter Santa María Romero, Mgtr.

Juez Experto

C.I.: 0923403794

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO:		La educomunicación y su aporte al fortalecimiento de la comunicación intercultural del Museo Amantes de Sumpa, periodo 2025.															
AUTOR:		Domínguez Rivera Xeomara Nicole – Tomalá Suárez Denisse Nayeli															
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN RELACIÓN ENTRE:								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
				Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo o desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ITEMS		ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA		
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Educomunicación	Comunicación bidireccional	Promoción del debate intercultural	¿Cómo la educomunicación puede fomentar el debate y la construcción de conocimientos interculturales en la sociedad actual?						X		X		X		X		
	Uso de Tics	Inclusión y desarrollo de contenidos multimedia	En su criterio, ¿cómo las tecnologías de la información pueden enriquecer la experiencia de aprendizaje en un contexto de educación y cultura?						X		X		X		X		
	Participación del público	Nivel de interacción con los visitantes	¿Qué tipo de actividades facilitan que la audiencia se sienta parte de un proceso cultural y no solo una receptora de información?						X		X		X		X		
	Formación personal	Conocimiento de metodologías educativas	Desde su punto de vista, ¿qué tipo de formación continua sería necesaria para que el personal de un centro cultural pueda diseñar y facilitar procesos educativos auténticos?						X		X		X		X		
Comunicación Intercultural	Competencias comunicativas interculturales	Habilidades para interactuar con otras culturas – adaptación del mensaje según el contexto cultural	¿Qué habilidades considera fundamentales para interactuar de forma efectiva con personas de diferentes culturas?						X		X		X		X		
	Intercambio y construcción de significados	Participación y promoción de espacios de diálogo interculturales	Desde su experiencia, ¿qué importancia tiene el intercambio de significados en la construcción de una comunicación intercultural auténtica?						X		X		X		X		

	Inclusión, respeto y diversidad (lenguaje)	Producción de discursos y contenido educativo	¿Cómo la producción de contenido educativo puede contribuir a una audiencia más consciente de la diversidad cultural?							X		X		X		X	
	Promoción del diálogo intercultural (ciudadanía)	Compromiso con la inclusión y el fortalecimiento intercultural	En su opinión, ¿qué elementos definen un verdadero compromiso con el fortalecimiento intercultural en un centro cultural?							X		X		X		X	

TÍTULO:		La educomunicación y su aporte al fortalecimiento de la comunicación intercultural del Museo Amantes de Sumpa, periodo 2025.															
AUTOR:		Domínguez Rivera Xeomara Nicole – Tomalá Suárez Denisse Nayeli															
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN RELACIÓN ENTRE:								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
				Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo o desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ITEMS		ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA		
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Educomunicación	Comunicación bidireccional	Promoción del debate intercultural	¿De qué manera las publicaciones en las redes sociales del Museo Amantes de Sumpa (Instagram y Facebook) buscan fomentar el debate y la construcción de conocimientos interculturales con los seguidores?							X		X		X		X	
	Uso de Tics	Inclusión y desarrollo de contenidos multimedia	En su criterio, ¿cómo el uso específico de las redes sociales enriquece la experiencia de aprendizaje sobre la historia y cultura que promueve el museo?							X		X		X		X	
	Estrategias pedagógicas	Existencia de programas o actividades educativas	¿Cuáles considera que son las estrategias educativas más efectivas que aplican en el contenido digital del museo para articular la educación con la comunicación en temas interculturales?							X		X		X		X	
Comunicación Intercultural	Reconocimiento de la diversidad cultural	Valoración e identificación de las diferencias culturales	¿Cómo se aseguran de que los contenidos que se generan y difunden en las redes sociales del Museo Amantes de Sumpa sean respetuosos y reflejen adecuadamente la diversidad cultural?							X		X		X		X	

	Intercambio y construcción de significados	Participación y promoción de espacios de diálogo interculturales	Desde su experiencia, ¿qué importancia tiene el intercambio de significados (la conversación real con la audiencia) en la construcción de una comunicación intercultural auténtica en la plataforma digital?							X		X		X		X	
	Promoción del diálogo intercultural (ciudadanía)	Compromiso con la inclusión y el fortalecimiento intercultural	En su opinión, ¿qué elementos en la estrategia de redes sociales del Museo Amantes de Sumpa definen un verdadero compromiso con el fortalecimiento intercultural?							X		X		X		X	

La Libertad, 06 de octubre del 2025

Gregory Santamaría R.

Lcdo. Gregory Peter Santa María Romero, Mgtr.

Juez Experto
C.I.: 0923403794

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

Nombre del instrumento: Guía de preguntas – Educomunicación – Comunicación Intercultural

Indicadores	Criterios	Deficiente				Regular				Buena				Muy Buena				Excelente				OBSERVACIONES
		0 - 20				21 - 40				41 - 60				61 - 80				81 - 100				
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1.	Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																			X	
2.	Objetividad	Expresa conductas observables																			X	
3.	Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																			X	
4.	Organización	Organización lógica entre sus ítems																			X	
5.	Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios																			X	
6.	Intencionalidad	Valorar las dimensiones del tema																			X	
7.	Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos																			X	
8.	Coherencia	Relación en variables e indicadores																			X	
9.	Metodología	Adecuada y responde a la investigación																			X	

Instrucciones: Este instrumento, sirve para que el experto evaluador evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando, deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Calificación: 100/100

La Libertad, 06 de octubre del 2025

A handwritten signature in black ink that reads "Gregory Santa María R." in a cursive script.

Lcdo. Gregory Peter Santa María Romero, Mgtr.

Juez Experto
C.I.: 0923403794

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDIANTE		
Apellidos y nombres: Domínguez Rivera Xeomara Nicole		
Apellidos y nombres: Tomalá Suárez Denisse Nayeli		
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
La educomunicación y su aporte al fortalecimiento de la comunicación intercultural en el Museo Amantes de Sumpa, periodo 2025		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre Del Instrumento:	Guía de preguntas	
Objetivo:	Determinar la relación entre la educomunicación y la comunicación intercultural, con el fin de fortalecer estrategias comunicacionales desde una perspectiva participativa e inclusiva.	
Dirigido a:	Profesional en educomunicación y comunicación intercultural.	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y nombres:	Santa María Romero Gregory Peter	
Documento de identidad:	0923403794	
Grado académico:	Mgtr. Comunicación Msc. Gestión educativa	
Especialidad:	Educación y comunicación	
Experiencia profesional (años):	17 años en el campo de docencia	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable <div style="text-align: center;">X</div>	Aplicable después de corregir	No aplicable
Sugerencia:		

La Libertad, 06 de octubre del 2025

Gregory Santomaría R.

Lcdo. Gregory Peter Santa María Romero, Mgtr.

Juez Experto
C.I.: 0923403794

INSTRUMENTO

Técnica: Análisis de contenido

Instrumento: Ficha de observación

Tema: La educomunicación y su aporte al fortalecimiento de la comunicación intercultural en el Museo Amantes de Sumpa, periodo 2025.

Objetivo: Identificar cómo la educomunicación puede fortalecer la comunicación intercultural en el Museo Amantes de Sumpa, a través del análisis de contenido de sus principales redes sociales para promover espacios de diálogo y participación entre sus visitantes.

Análisis de contenido de las principales redes sociales del Museo Amantes de Sumpa (Instagram y Facebook)					Mes	
N°	Dimensión	Criterio	Si	No	Observación	
1	Comunicación bidireccional	El contenido del post incluye un llamado explícito a la acción (comentar, compartir, visitar, reservar, interactuar).				
		En la sección de comentarios se evidencia el intercambio de mensajes (por parte de la audiencia como del museo).				
2	Uso de Tics	Uso de variedad de formatos de contenido (vídeos, transmisiones, flyers, carruseles, reels e infografías).				
		Estética visual y diseño (contenido visual llamativo, pertinente y contextualizado).				
3	Participación del público	El post evidencia un alto nivel de interacción por parte de la audiencia, reflejado en los likes, comentarios y compartidos.				
		Publicaciones que evidencien talleres, guías educativas o recursos didácticos				

4	Inclusión, respeto y diversidad (lenguaje)	Representación de patrimonio, costumbres, tradiciones y cosmovisiones locales.			
		Publicaciones con lenguaje educativo, accesible y respetuoso.			
5	Promoción del diálogo intercultural (ciudadanía)	Las publicaciones generan diálogo, aprendizaje o reflexión en la comunidad.			

La Libertad, 06 de octubre del 2025

Gregory Santamaría R.

Lcdo. Gregory Peter Santa María Romero, Mgtr.

Juez Experto
C.I.: 0923403794

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO:		La educomunicación y su aporte al fortalecimiento de la comunicación intercultural del Museo Amantes de Sumpa, periodo 2025.															
AUTOR:		Dominguez Rivera Xeomara Nicole – Tomalá Suárez Denisse Nayeli															
VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN RELACIÓN ENTRE:								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
				Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo o desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ITEMS		ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA		
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Educomunicación	Comunicación bidireccional	Participación comunitaria	El contenido del post incluye un llamado explícito a la acción (comentar, compartir, visitar, reservar, interactuar).						X		X		X		X		
			En la sección de comentarios se evidencia el intercambio de mensajes (por parte de la audiencia como del museo).						X		X		X		X		
	Uso de Tics	Recursos multimedia	Uso de variedad de formatos de contenido (vídeos, transmisiones, flyers, carruseles, reels e infografías).						X		X		X		X		
			Estética visual y diseño (contenido visual llamativo, pertinente y contextualizado).						X		X		X		X		
	Participación del público	Estrategias educucomunicativas	El post evidencia un alto nivel de interacción por parte de la audiencia, reflejado en los likes, comentarios y compartidos.						X		X		X		X		
			Publicaciones que evidencien talleres, guías educativas o recursos didácticos						X		X		X		X		
Comunicación Intercult		Inclusión cultural	Representación de patrimonio, costumbres, tradiciones y cosmovisiones locales.						X		X		X		X		

	Inclusión, respeto y diversidad (lenguaje)		Publicaciones con lenguaje educativo, accesible y respetuoso.						X		X		X		X		
	Promoción del diálogo intercultural (ciudadanía)	Impacto comunicacional	Las publicaciones generan diálogo, aprendizaje o reflexión en la comunidad.						X		X		X		X		

La Libertad, 06 de octubre del 2025

Gregory Santa María R.

Lcdo. Gregory Peter Santa María Romero, Mgtr.

Juez Experto
C.I.: 0923403794

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

Nombre del instrumento: Ficha de observación – Educomunicación – Comunicación Intercultural

Indicadores	Criterios	Deficiente				Regular				Buena				Muy Buena				Excelente				OBSERVACIONES	
		0 - 20				21 - 40				41 - 60				61 - 80				81 - 100					
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96		
		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100		
10. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																					X	
11. Objetividad	Expresa conductas observables																					X	
12. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																					X	
13. Organización	Organización lógica entre sus ítems																					X	
14. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios																					X	
15. Intencionalidad	Valorar las dimensiones del tema																					X	
16. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos																					X	
17. Coherencia	Relación en variables e indicadores																					X	
18. Metodología	Adecuada y responde a la investigación																					X	

Instrucciones: Este instrumento, sirve para que el experto evaluador evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando, deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Calificación: 100/100

La Libertad, 06 de octubre del 2025

A handwritten signature in black ink that reads "Gregory Santa María R." in a cursive script.

Lcdo. Gregory Peter Santa María Romero, Mgtr.

Juez Experto

C.I.: 0923403794

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDIANTE		
Apellidos y nombres: Domínguez Rivera Xeomara Nicole		
Apellidos y nombres: Tomalá Suárez Denisse Nayeli		
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
La educomunicación y su aporte al fortalecimiento de la comunicación intercultural en el Museo Amantes de Sumpa, periodo 2025		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre Del Instrumento:	Ficha de observación	
Objetivo:	Identificar cómo la educomunicación puede fortalecer la comunicación intercultural en el Museo Amantes de Sumpa, a través del análisis de contenido de sus principales redes sociales para promover espacios de diálogo y participación entre sus visitantes.	
Dirigido a:	Redes sociales del Museo Amantes de Sumpa	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y nombres:	Santa María Romero Gregory Peter	
Documento de identidad:	0923403794	
Grado académico:	Mgtr. Comunicación Msc. Gestión educativa	
Especialidad:	Educación y comunicación	
Experiencia profesional (años):	17 años en el campo de docencia	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable X	Aplicable después de corregir	No aplicable
Sugerencia:		

La Libertad, 06 de octubre del 2025

Gregory Santomaria R.

Lcdo. Gregory Peter Santa María Romero, Mgtr.

Juez Experto
C.I.: 0923403794

Anexo 3

Archivo fotográfico de entrevista.

Figura 2. Entrevista al experto en educomunicación y comunicación intercultural, César Arízaga Sellan.

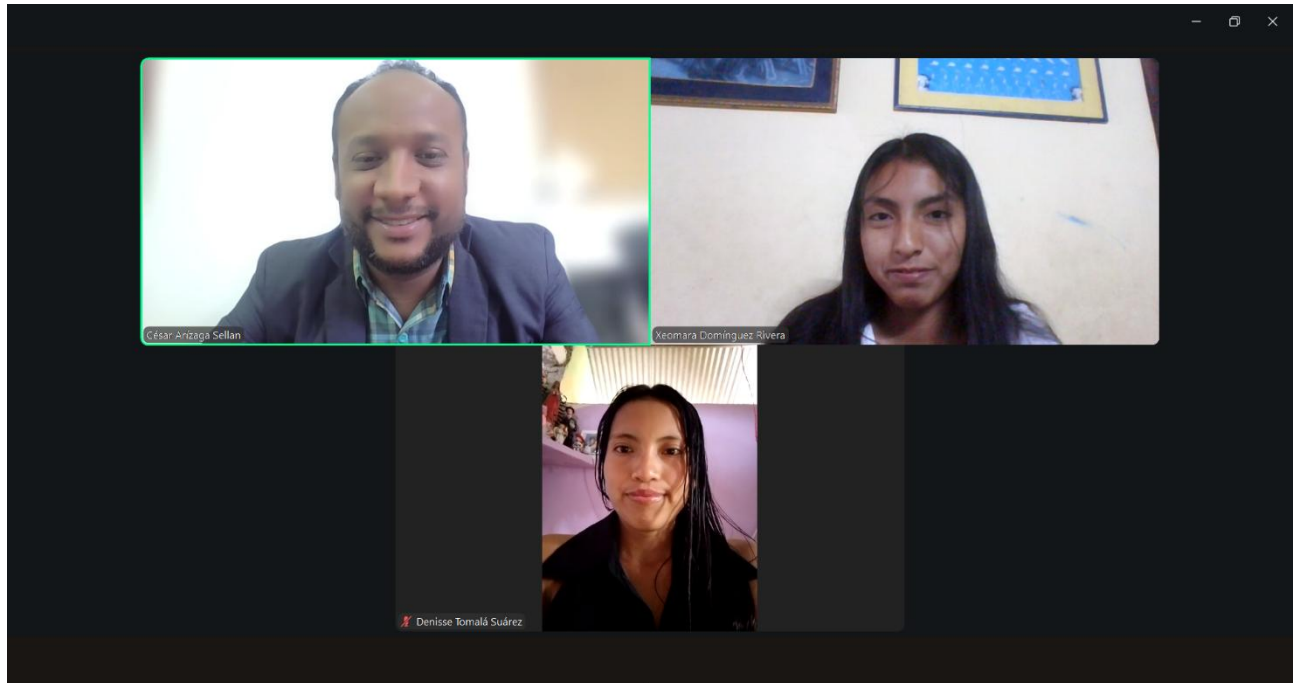
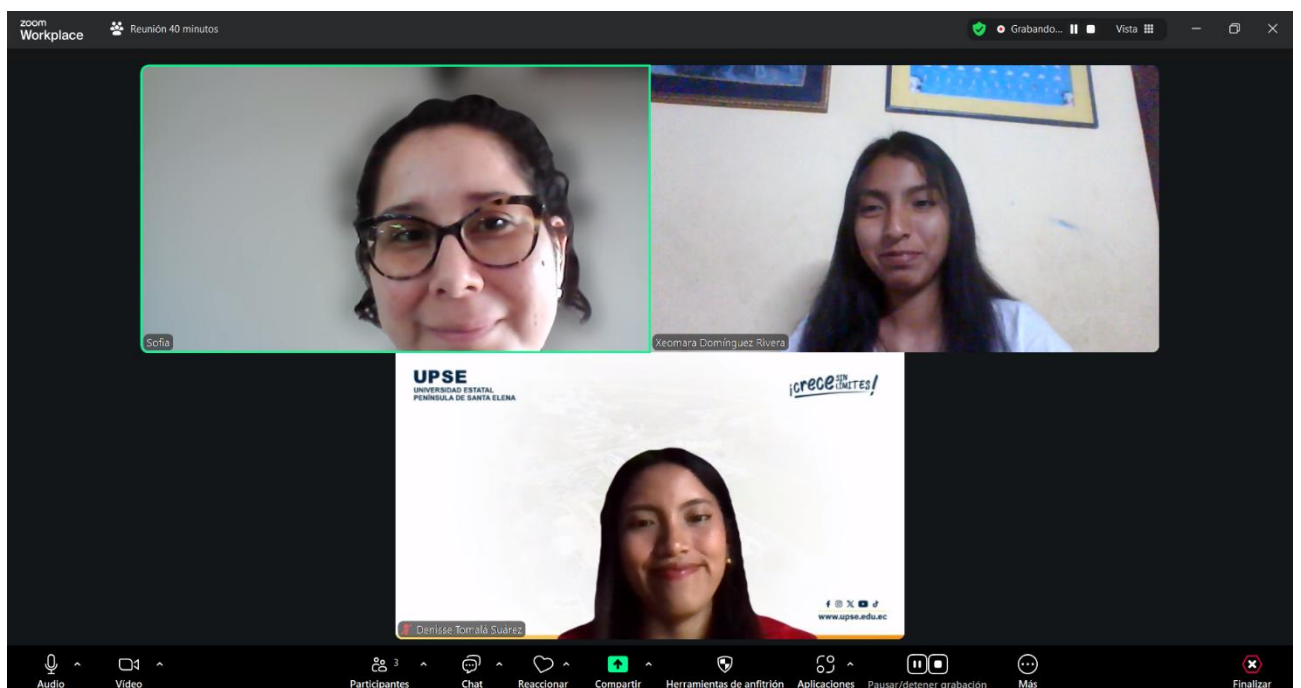


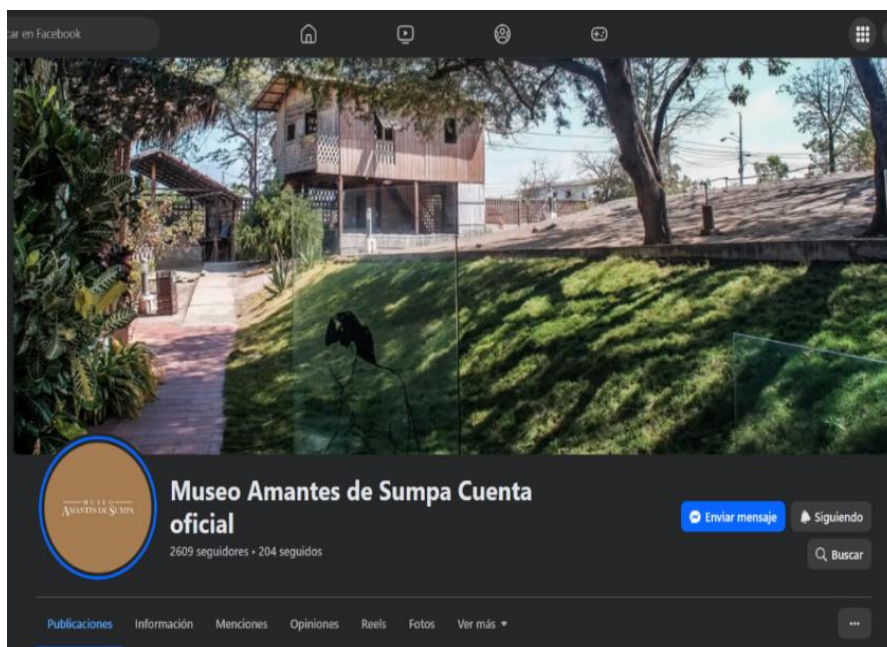
Figura 3. Entrevista a la community manager del Museo Amantes de Sumpa, Sofía Bermúdez.



Anexo 4

Archivo fotográfico de análisis de contenido.

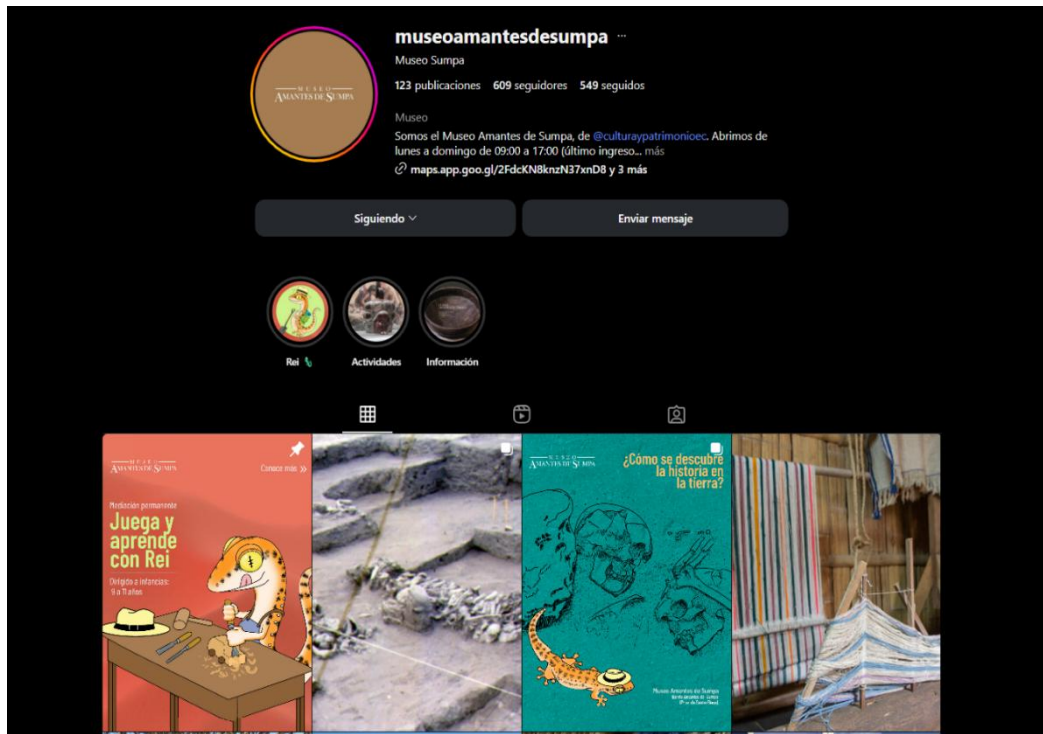
Figura 4. Análisis de las publicaciones de las redes sociales del Museo Amantes de Sumpa.



Perfil de Facebook del Museo Amantes de Sumpa



Publicación de Facebook del Museo Amantes de Sumpa



Perfil de Instagram del Museo Amantes de Sumpa



Publicación de Instagram sobre el programa educomunicativo

Anexo 5

Análisis de contenido por mes de las redes sociales del Museo Amantes de Sumpa.

INSTRUMENTO

Técnica: Análisis de contenido

Instrumento: Ficha de contenido

Tema: La educomunicación y su aporte al fortalecimiento de la comunicación intercultural en el Museo Amantes de Sumpa, periodo 2025.

Objetivo: Identificar cómo la educomunicación puede fortalecer la comunicación intercultural en el Museo Amantes de Sumpa, a través del análisis de contenido de sus principales redes sociales para promover espacios de diálogo y participación entre sus visitantes.

Análisis de contenido de las principales redes sociales del Museo Amantes de Sumpa (Instagram y Facebook)					Mes	Junio
Nº	Dimensión	Criterio	Si	No	Observación	
1	Comunicación bidireccional	El contenido del post incluye un llamado explícito a la acción (comentar, compartir, visitar, reservar, interactuar).	X		A lo largo de este mes se publican 2 flyers que invitan a la audiencia a reservar su asistencia a las actividades llevadas a cabo en el museo.	
		En la sección de comentarios se evidencia el intercambio de mensajes (por parte de la audiencia como del museo).		X	Se pudieron observar varios posts (en específico los flyers promocionales de actividades) que contenían comentarios sobre dudas sin respuesta por parte del centro cultural.	
2	Uso de Tics	Uso de variedad de formatos de contenido (vídeos, transmisiones, flyers, carruseles, reels e infografías).		X	De 4 publicaciones en total, 2 corresponden a flyers. No se evidencia el uso de reels, transmisiones, carruseles ni infografías.	
		Estética visual y diseño (contenido visual llamativo, pertinente y contextualizado).	X		Los colores usados en los flyers son estéticamente acordados según la actividad que se promociona. Por otro lado, la mayoría de las fotos publicadas fueron tomadas desde un buen ángulo pues permite evidenciar con éxito las labores	

					realizadas, sin embargo, si existen ciertas imágenes que pueden mejorarse en calidad.
3	Participación del público	El post evidencia un alto nivel de interacción por parte de la audiencia, reflejado en los likes, comentarios y compartidos.		X	En Instagram, la mayoría de los posts no llegan a un número alto de likes y los compartidos son nulos, al contrario de Facebook donde si se evidencian publicaciones compartidas, aunque la cantidad no sea muy elevada.
		Publicaciones que evidencien talleres, guías educativas o recursos didácticos	X		Se evidencia una publicación de taller y otra sobre una guía/recorrido dentro del museo.
4	Inclusión, respeto y diversidad (lenguaje)	Representación de patrimonio, costumbres, tradiciones y cosmovisiones locales.	X		Todas las publicaciones responden a temas culturales y patrimoniales provenientes de la provincia de Santa Elena.
		Publicaciones con lenguaje educativo, accesible y respetuoso.	X		El lenguaje usado en cada publicación es claro, entendible y demuestra el entorno educativo del sitio.
5	Promoción del diálogo intercultural (ciudadanía)	Las publicaciones generan diálogo, aprendizaje o reflexión en la comunidad.	X		Lo hacen, y esto se presencia más en las descripciones de las publicaciones sobre las actividades que se desarrollan en el sitio.

Análisis de contenido de las principales redes sociales del Museo Amantes de Sumpa (Instagram y Facebook)					Mes	Julio
Nº	Dimensión	Criterio	Si	No	Observación	
1	Comunicación bidireccional	El contenido del post incluye un llamado explícito a la acción (comentar, compartir, visitar, reservar, interactuar).	X		En este mes 4 flyers invitan a la audiencia a visitar el museo y a la vez a reservar porque había cupos limitados.	
		En la sección de comentarios se evidencia el intercambio de mensajes (por parte de la audiencia como del museo).		X	Se evidencia la ausencia de una auténtica conversación en los comentarios.	

2	Uso de Tics	Uso de variedad de formatos de contenido (vídeos, transmisiones, flyers, carruseles, reels e infografías).		X	Se evidencian cuatro flyers. No existe publicación que contenga vídeos, ni los otros elementos mencionados.
		Estética visual y diseño (contenido visual llamativo, pertinente y contextualizado).	X		Todos los flyers de este mes presentan el tipo de color y contraste de acuerdo al contexto.
3	Participación del público	El post evidencia un alto nivel de interacción por parte de la audiencia, reflejado en los likes, comentarios y compartidos.		X	En Instagram los posts presentan baja interacción por parte de la audiencia, ya que las publicaciones no superan los 30 likes. Además, se evidencia que solo hubo máximo 6 compartidos en una de sus publicaciones y en las otras no superan esa cantidad, ni en los comentarios. La publicación que refleja mayor interacción es un flyers que cuenta con 30 likes. Por el contrario, en Facebook la más alta interacción en sus publicaciones es de 46 likes.
		Publicaciones que evidencien talleres, guías educativas o recursos didácticos	X		En una de las publicaciones se hace la invitación a un taller de alfarería y luego se muestra un carrusel de fotos que evidencia el taller realizado. Por otro lado, un flyer hace la invitación a un taller de xilografía y monotipia. Mientras que el resto de las publicaciones muestran invitación a guías por el museo e invitación a cine dentro del centro cultural.
4	Inclusión, respeto y diversidad (lenguaje)	Representación de patrimonio, costumbres, tradiciones y cosmovisiones locales.	X		Todas las publicaciones representan el patrimonio cultural del sitio.
		Publicaciones con lenguaje educativo, accesible y respetuoso.	X		En todas las publicaciones utilizan el lenguaje adecuado para cada tipo de público
5	Promoción del diálogo intercultural (ciudadanía)	Las publicaciones generan diálogo, aprendizaje o reflexión en la comunidad.	X		Todas las publicaciones generan reflexión en la comunidad porque contienen pequeñas descripciones que generan curiosidad y a la vez aprendizaje en aquellos que no conocen la historia.

Análisis de contenido de las principales redes sociales del Museo Amantes de Sumpa (Instagram y Facebook)					Mes	Agosto
Nº	Dimensión	Criterio	Si	No	Observación	
1	Comunicación bidireccional	El contenido del post incluye un llamado explícito a la acción (comentar, compartir, visitar, reservar, interactuar).	X		Ciertos posts invitan a la audiencia a ser partícipe de las actividades y recorridos que tiene a su disposición el museo.	
		En la sección de comentarios se evidencia el intercambio de mensajes (por parte de la audiencia como del museo).		X	Existen comentarios, ya sea por dudas con las actividades promocionadas como por recomendaciones y aclaraciones por el contenido publicado, las que no cuentan con una respuesta de parte del museo.	
2	Uso de Tics	Uso de variedad de formatos de contenido (vídeos, transmisiones, flyers, carruseles, reels e infografías).		X	En total, este mes se suben 8 posts en los que se presentan 2 flyers como invitación a las actividades dispuestas a realizarse en el sitio. Además de aquello, no existe una variedad de formatos para las publicaciones pues no se evidencian videos, transmisiones, carruseles, reels ni infografías.	
		Estética visual y diseño (contenido visual llamativo, pertinente y contextualizado).	X		La calidad y el ajuste adecuado de los colores en las fotos prevalece en la mayoría de los posts.	
3	Participación del público	El post evidencia un alto nivel de interacción por parte de la audiencia, reflejado en los likes, comentarios y compartidos.		X	Solo un post alcanza la cantidad de 23 likes en Instagram, por otro lado, Facebook evidencia el post con más reacciones en el mes con 50 likes. Esa misma publicación de Facebook alcanza un total de 31 compartidos, sin embargo, los comentarios son muy pocos a lo largo de agosto. En Instagram, los comentarios y compartidos son nulos para todas las publicaciones.	
		Publicaciones que evidencien talleres, guías educativas o recursos didácticos	X		De los 8 posts totales, 6 corresponden a talleres, guías/recorridos y actividades que brindó el centro cultural en este mes.	
4	Inclusión, respeto y diversidad (lenguaje)	Representación de patrimonio, costumbres, tradiciones y cosmovisiones locales.	X		Se comprueba el gran valor que posee el museo como patrimonio cultural de la provincia de Santa Elena pues todos los posts están ligados al contexto cosmovisional de la localidad.	

		Publicaciones con lenguaje educativo, accesible y respetuoso.	X		Se evidencia en las descripciones de cada post el elemento educativo con el que cuenta el museo, además su lenguaje es totalmente comprensible.
5	Promoción del diálogo intercultural (ciudadanía)	Las publicaciones generan diálogo, aprendizaje o reflexión en la comunidad.	X		En varias publicaciones se da un contexto adecuado de las costumbres que protege el centro cultural lo que invita al aprendizaje y la reflexión de la audiencia.

Análisis de contenido de las principales redes sociales del Museo Amantes de Sumpa (Instagram y Facebook)					Mes	Septiembre
N°	Dimensión	Criterio	Si	No	Observación	
1	Comunicación bidireccional	El contenido del post incluye un llamado explícito a la acción (comentar, compartir, visitar, reservar, interactuar).	X		En algunos posts si existe el llamado a la acción.	
		En la sección de comentarios se evidencia el intercambio de mensajes (por parte de la audiencia como del museo).		X	No se presenta un intercambio de mensajes entre la audiencia y el museo.	
2	Uso de Tics	Uso de variedad de formatos de contenido (vídeos, transmisiones, flyers, carruseles, reels e infografías).		X	En este mes no se usó vídeos, ni transmisiones, ni reels. Por el contrario, solo hubo un carrusel y tres flyers.	
		Estética visual y diseño (contenido visual llamativo, pertinente y contextualizado).	X		Utilizan contenido que llama la atención a través de los colores.	
3	Participación del público	El post evidencia un alto nivel de interacción por parte de la audiencia, reflejado en los likes, comentarios y compartidos.	X		En este mes se obtuvo mayor interacción por parte del público, porque una de sus publicaciones llegó a los 50 likes.	
		Publicaciones que evidencien talleres, guías educativas o recursos didácticos	X		Tres publicaciones en este mes evidencian talleres.	

4	Inclusión, respeto y diversidad (lenguaje)	Representación de patrimonio, costumbres, tradiciones y cosmovisiones locales.	X		En todas sus publicaciones reflejan esta característica.
		Publicaciones con lenguaje educativo, accesible y respetuoso.	X		Efectivamente hacen uso de un lenguaje educativo en todas sus publicaciones.
5	Promoción del diálogo intercultural (ciudadanía)	Las publicaciones generan diálogo, aprendizaje o reflexión en la comunidad.	X		Generan aprendizaje y a la vez reflexión de todo lo que conlleva este sitio.

Anexo 6

Archivo fotográfico de tutorías.

Figura 5. Tutorías con el Lcdo. Peter Santa María Romero, Mgtr.



Tutoría del 21 de agosto.



Tutoría del 28 de agosto.



Tutoría del 03 de septiembre.



Tutoría del 12 de septiembre.



Tutoría del 26 de septiembre.



Tutoría del 02 de octubre.

Anexo 7

Archivo fotográfico de aprobación institucional.

Figura 6. Carta aval institucional emitida por el Museo Antropológico y de Arte Contemporáneo (MAAC).



Guayaquil, 30 de septiembre del 2025

Lcda. Lilian Susana Molina Benavides, PhD.
Directora de la Carrera de Comunicación
Universidad Estatal Península de Santa Elena – UPSE
Presente.-

De mi consideración:

Por medio de la presente, me permito extender un cordial saludo y, a su vez, emitir el aval institucional del Museo Antropológico y de Arte Contemporáneo (MAAC) en relación con el trabajo de investigación que desarrollan las señoritas Xeomara Nicole Domínguez Rivera con C.I 0928021633 y Denisse Nayeli Tomalá Suárez, con C.I 2400036964, estudiantes de la carrera de Comunicación, dentro del proceso de titulación bajo la modalidad de proyectos para la obtención del título de Licenciado de Comunicación.

El trabajo titulado: *“La educucomunicación y su aporte al fortalecimiento de la comunicación intercultural en el Museo Amantes de Sumpa periodo 2025”*, forma parte del proceso de titulación de las estudiantes, y se enmarca dentro de los intereses institucionales en cuanto a la mejora continua de la calidad de los servicios museales y a la promoción del conocimiento académico en torno al patrimonio cultural.

En atención a lo anterior, autorizamos que los resultados de dicho trabajo de investigación sean publicados en el repositorio digital del portal web de la UPSE, en cumplimiento de los requisitos académicos establecidos por su institución.

Agradecemos el interés por generar investigaciones que aporten al desarrollo y fortalecimiento de los espacios culturales del país. Reiteramos nuestra apertura a futuras colaboraciones con la comunidad académica.

Sin otro particular, me suscribo con sentimientos de estima y consideración.

Atentamente,



STEPHANIE ALEJANDRA
GARCIA ALBÁN

Lcda. Stephanie García Albán
Directora Ejecutiva
EOD Museo Antropológico y de Arte Contemporáneo – MAAC