



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

**ESTUDIANTE:
CYNTHIA LORENA RANGEL LOZADA**

**DOCENTE TUTOR:
LCDO. LUIS ALBERTO IZA ESPINOZA, MGTR.**

**ARTÍCULO ACADÉMICO:
LA EDUCOMUNICACIÓN COMO ESTRATEGIA COMUNICACIONAL EN EL
LABORATORIO EXPERIMENTAL COMUNICANDO**

2022

DECLARACIÓN DE AUTORIA

Quien suscribe; **Cynthia Lorena Rangel Lozada** con C.C: **0930893334**, estudiante de La carrera de Comunicación, declaro que el Trabajo de Titulación; Artículo Académico presentado a la Unidad de Integración Curricular, cuyo tema es: **La educomunicación como estrategia comunicacional en el Laboratorio Experimental Comunicando**, corresponde exclusiva responsabilidad de la autora y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, 16 de enero del 2022

Atentamente,



Cynthia Lorena Rangel Lozada
0930893334



UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

CARRERA COMUNICACIÓN

CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC ARTÍCULO ACADÉMICO

MODALIDAD TELETRABAJO

La Libertad, 16 de enero del 2021

Magíster

BENJAMÍN WILSON LEON VALLE, MDL

DIRECTOR DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN

En su despacho. –

En calidad de tutora asignada por la carrera de Comunicación, informo a usted que: **CYNTHIA LORENA RANGEL LOZADA**, con cédula de identidad N° **0930893334**, ha cumplido con los requisitos estipulados en el **Instructivo para la implementación de la Unidad de Integración Curricular – UIC**, debido al estado de excepción decretado por la emergencia sanitaria ocasionada por la pandemia de covid-19.

Art 14.- Actividades académicas del docente tutor. - El docente tutor realizará un acompañamiento a los estudiantes en el desarrollo del proyecto del trabajo de integración curricular en la plataforma Zoom, quién presentará el informe correspondiente de acuerdo con la planificación presentada por el Docente Guía.

Debo indicar, que: **CYNTHIA LORENA RANGEL LOZADA**, ha cumplido el Trabajo de Titulación en la UIC con el Artículo Académico: **La educomunicación como estrategia comunicacional en el Laboratorio Experimental Comunicando**. Por lo ante expuesto, recomiendo se apruebe el Trabajo de Titulación; Artículo Académico. Debo indicar que es de exclusiva responsabilidad del autor, 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,

Lic. Luis Alberto Iza Espinoza.

DOCENTE TUTOR

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR



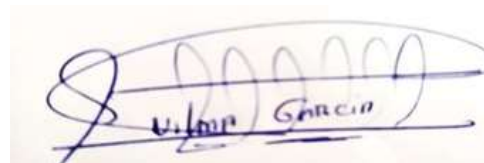
Lcdo. Benjamín Wilson León
Valle, Mgr. **DIRECTOR CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Lcda. Sandra Maldonado López,
Mgr. **DOCENTE ESPECIALISTA DE
LA CARRERA DE COMUNICACIÓN**



Lcdo. Iza Espinoza Luis Alberto, Mgr.
**DOCENTE TUTOR DE LA CARRERA
DE COMUNICACIÓN**



Lcda. García González Vilma Maribel,
Mgr.
**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Rangel Lozada Cynthia Lorena
ESTUDIANTE

**La educomunicación como estrategia comunicacional en el Laboratorio
Experimental Comunicando**

**Educommunication as a communication strategy in the Experimental
Laboratory Comunicando**

Cynthia Lorena Rangel Lozada

<https://orcid.org/0000-0001-9939-772X>

Universidad Estatal Península de Santa Elena

Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ecuador

cynthia.rangell@upse.edu.ec

Luis Alberto Iza Espinoza

<https://orcid.org/0000-0002-0522-9723>

Universidad Estatal Península de Santa Elena

Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ecuador

liza@upse.edu.ec

Resumen

La presente propuesta de investigación: La educomunicación como estrategia comunicacional en el Laboratorio Experimental Comunicando, tiene como objetivo identificar la gestión de la educomunicación como estrategia comunicacional en el caso de estudio. Para ello se aplicó la siguiente metodología: enfoque cualitativo, tipo de investigación básica-descriptiva, y el diseño no experimental con base documental, utilizando como población y muestra las redes sociales del caso de estudio. Se aplicaron como técnica la observación no participante y una entrevista semiestructurada; a través de los instrumentos: ficha de observación y cuestionario respectivamente se obtuvieron los siguientes resultados: se reproduce acríticamente el modelo de los medios masivos hegemónicos. En el contexto de la discusión se afirma que existen debilidades y fortalezas con respecto a los contenidos que se producen en las redes sociales del Laboratorio Experimental Comunicando. Finalmente, como conclusión se plantea la repotenciación de la educomunicación, y la mejora de las estrategias comunicacionales para aumentar la interacción del público interno y externo del objeto de estudio.

Palabras clave:

Educomunicación, estrategia, comunicación, educación, redes sociales.

Abstract

The present research proposal: Educommunication as a communication strategy in the Comunicando Experimental Laboratory, try to identify the management of educommunication as a communicational strategy in the Comunicando Experimental Laboratory. For this, the following methodology was applied: qualitative approach, type of basic-descriptive research, and non-experimental design with a documentary basis, using as population and sample the social networks of the study case. Where non-participant observation and a semi-structured interview were applied as a technique; Through the instruments: observation file and questionnaire, respectively, the following results were obtained: the model of the hegemonic mass media is uncritically reproduced. In the context of the discussion, it is affirmed that there are weaknesses and strengths with respect to the contents that are produced in the social networks of the Comunicando Experimental Laboratory. Finally, as a conclusion, the repowering of educommunication is proposed, and the improvement of communication strategies to increase the interaction of the internal and external public of the object of study.

Keywords

Educommunication, strategy, communication, education, social networks

Introducción

La llegada de Internet ha provocado una revolución mediática que da como resultado una manera diferente de interacción con la ciudadanía provocando un cambio de conducta en la población a nivel mundial donde se rompe la creencia que “la comunicación es asunto de medios no de saberes” (Narváez, 2019, p.6). Es así como nace la teoría de la Educomunicación que no es otra cosa que una metodología pedagógica, que en el caso de Ecuador esta afianzada en la ley. Razón por la cual, las instituciones de tercer nivel han ajustado en sus mallas curriculares a la Educomunicación como materia de estudio y aplicación. Tal es el caso de la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL), que durante los años 2015 y 2016 ha llevado a cabo el proyecto Educomunicación, Innovación y Cultura Digital “con la ejecución de programas y proyectos multidisciplinarios de investigación en torno a Educomunicación y cultura digital en Ecuador (...) actividad denominada «Educomunicación y Cultura Digital en la Zona 7 de Ecuador»” (Beltrán, 2017, p.40).

Consecuentemente, el Laboratorio Experimental Comunicando es un espacio académico de prácticas estudiantiles y plantea la innovación de contenidos producidos por los educandos. Sin embargo, la aplicación de una estrategia educacional presenta retrasos en sus redes sociales. Motivo por el cual, la presente investigación pretende mostrar un breve análisis sobre la necesidad de la educación en medios digitales académicos del siglo XXI que, en concordancia con las TICs, pueda aplicarse como una estrategia comunicacional que asegure el rendimiento académico de los estudiantes de tercer nivel.

Es por esto que al tratarse del Laboratorio Experimental Comunicando, perteneciente a la carrera de comunicación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE); y por ser la única institución de tercer nivel de carácter público en la provincia del mismo nombre, este trabajo es pertinente al apartado de la carta magna ecuatoriana titulada “Buen Vivir”, que en el Registro Oficial de su artículo 347, numeral 8; identifica como una responsabilidad del Estado “incorporar las tecnologías de la información y comunicación en el proceso educativo y propiciar el enlace de la enseñanza con las actividades productivas o sociales” (Constitución del Ecuador, 2008). Que en el caso de las universidades a nivel mundial, son los países más avanzados los que han logrado apoyar sus medios de comunicación en la educacion lo que aumenta su oferta académica “con espacios multimedia complementarios, y otras utilidades que aumentan la participación y el diálogo social” (Aguaded, 2013, p.64). De esta manera, se pretende resaltar que el estudio de la educacion en el entorno local es de suma importancia, no sólo porque logra ser un atractivo educativo para el público objetivo del Laboratorio; sino también que, al no haber registros de un estudio similar en la región, este artículo lograría marcar un precedente para futuras investigaciones. Es así que, el principal objetivo de esta investigación es identificar la gestión de la educacion como estrategia comunicacional en el Laboratorio Experimental Comunicando. Para así, determinar los tipos de contenido educacional que se difunden en las diversas redes sociales del laboratorio, lo que permitirá describir las estrategias comunicacionales que se aplican en dichos espacios mediáticos e identificar el tipo de interacción del público externo académico en relación a dichos contenidos generados.

La no tan reciente aparición de la educomunicación procede de la UNESCO, quien en el año de 1979 reconoce esta metodología a partir de los estudios previos de Mario Kaplún y la denomina como:

Todas las formas de estudiar, aprender y enseñar, a todos los niveles y en toda circunstancia, la historia, la creación, la utilización y la evaluación de los medios de comunicación como artes prácticas y técnicas, así como el lugar que ocupan los medios de comunicación en la sociedad, su repercusión social, las consecuencias de la comunicación mediatizada, la participación, la modificación que producen en el modo de percibir, el papel del trabajo creador y el acceso a los medios de comunicación (Barbas, 2012, p.1).

Desde otro punto de vista, la educomunicación es según Barbas (2012), un campo de estudios interdisciplinar y transdisciplinar que aborda, al mismo tiempo, las dimensiones teórico-prácticas de dos disciplinas históricamente separadas: la educación y la comunicación. Una aproximación bastante cercana al pensamiento de Kaplún. La educomunicación como materia de estudio ha tenido varios distintivos tanto en el sector iberoamericano como en el anglosajón. De este modo, los diferentes nombres que recibe la educomunicación proponen dos enfoques a considerar: la perspectiva instrumentalizada y la dialógica. Barbas reconoce que la primera propuesta se centra en el manejo de los equipos electrónicos y la habilidad de manejarlos, mientras que en el segundo caso se considera el contenido y otras concepciones sociales, comunicativas y creativas. No obstante, reconoce la importancia de ambos apartados en iguales condiciones. Siguiendo estos preceptos, en materia de emprendimientos digitales gracias a la web 4.0, y a través de las TIC's la educomunicación constituye un órgano de la comunicación organizacional, que según Arellano (2008), se caracteriza por ser:

Uno de los recursos más importantes para el conocimiento y/o manejo de los elementos que componen esta área de estudio, dotada de una serie de principios que generan modelos de percepción – acción, que le dan sentido a la realidad laboral de los actores sociales (p.2).

Por ende, la educomunicación juega un papel importante como estrategia comunicacional en dichos emprendimientos, puesto que conjuga las distintas maneras de usar el lenguaje y las herramientas tecnológicas para construir una realidad que involucre la creatividad y la participación con criterio reflexivo de la comunidad en general o un Saber hacer impulsado desde el ámbito educativo. Teniendo en cuenta que “La necesidad de expresar las opiniones continuamente es claramente consistente en la generación moderna” (Ruiz, 2017, p.353). Y es que precisamente la utilización de estas herramientas tecnológicas en los “recursos educativos digitales, los contenidos audiovisuales se destacan como uno de los elementos más usados por ser llamativos y funcionales. Estos contenidos permiten fortalecer y acompañar los procesos de aprendizaje” (Varela, 2016, p.16). Explicado de otro modo, la implementación de este último enfoque es la parte medular de la educomunicación debido a que cuando se expresa una idea y ésta es aprendida por los consumidores, la construcción del conocimiento y la práctica del mismo propenden al nacimiento de una educomunicación de calidad.

Materiales y métodos

El presente trabajo tiene una preponderante estructura de enfoque cualitativo, puesto que la investigación es de carácter descriptivo y se basa en la recolección y análisis de datos, que a su vez describen la realidad de una manera exacta. De tal forma que, al tratarse de un estudio que apunta a la creación de una teoría, este ensayo tiene una inferencia inductiva de carácter no experimental, cuyos instrumentos para la verificación de datos son la observación directa no participante y una entrevista estructurada. Pues, “los investigadores cualitativos estudian la realidad en su contexto natural, tal y como sucede, intentando sacar sentido de, o interpretar, los fenómenos de acuerdo con los significados que tienen para las personas implicadas” (Rodríguez et al., 1996, p.10). Lo que corresponde a un tipo de investigación básica, debido a que “se origina en un marco teórico y permanece en él” (Relat, 2010, p.221).

Finalmente, el diseño de esta investigación responde a una base documental porque “se emplean datos secundarios, sobre todo los provenientes de fuentes bibliográficas, a partir de los cuales se elabora el marco teórico” (Arias, 2017, p.23). Cuyo aporte a este artículo académico sirve para sustentar el objetivo de este trabajo, demostrando que “La investigación científica es, en esencia, como cualquier tipo de investigación, sólo que más rigurosa, organizada y se lleva a cabo cuidadosamente” (Hernandez et. al., 2014, p.24). De esta manera, bajo los parámetros metodológicos descritos anteriormente, se analizarán cinco publicaciones de las redes sociales del Laboratorio Experimental Comunicando del año en curso.

El Laboratorio Experimental Comunicando tiene una participación social bien marcada en la difusión de contenidos audiovisuales en varias plataformas de interacción con la sociedad (redes sociales), ofreciendo a su público objetivo todo tipo de información concerniente a los logros alcanzados por los estudiantes en la academia, Feedbacks, etc. Hasta el momento, quienes forman este departamento son tres docentes líderes pertenecientes a la carrera de comunicación y al menos 200 estudiantes de la misma. Sin embargo, para efectos de este estudio, se seleccionarán las redes sociales del Laboratorio Experimental Comunicando, siendo estas: Facebook, Twitter e Instagram las más empleadas para la socialización de sus contenidos multimedia. Dicho sea de paso, las divulgaciones escogidas para análisis, serán elegidas bajo la modalidad de muestreo no probabilístico por conveniencia, que se ajustará a la observación no participante como técnica de investigación escogida para la realización de este trabajo. Este método de recolección de datos empleará “los sentidos con determinada lógica relacional de los hechos” (Campos y Lule, 2012, p.51). De igual manera, la entrevista se efectuará a un experto pertinente al tema del artículo. Las técnicas mencionadas permitirán investigar la realidad del objeto de estudio, implementando un análisis correlacional de las variables, de manera que los datos recabados demuestren orden, precisión y objetividad.

A través de una investigación no estructurada, se tratará “de observar sin tener en cuenta categorías o indicadores que guíen el proceso; careciendo de control temporal y llevando a cabo registros libres y globales de los acontecimientos” (Campos y Lule, 2012, p.53). Sin embargo, se elaborarán guías de observación que ayuden a sistematizar el proceso investigativo, en las que se detallarán datos como la duración y frecuencia de los registros. Conjuntamente, se hará uso de cuestionarios para la realización de entrevistas, de manera que el aporte a este trabajo académico sirva para contrastar los datos recogidos en la aplicación de la observación y evitar sesgos y otras

malinterpretaciones. Asimismo, dentro del proceso de recolección de datos se plantean categorías de acuerdo a las variables.

Las variables u objeto de estudio a considerar en la siguiente investigación son: Educomunicación como variable independiente; que a su vez presenta las siguientes dimensiones: producción de contenidos educativos desde la práctica epistemológica y experimental y como indicadores se plantean la expresión comunicativa a través del arte y finalmente la producción de medios educativos. Como variable dependiente se plantea: Estrategia comunicacional, en la que se esboza la siguiente dimensión: Modelo de gestión de buenas prácticas organizacionales, que tiene como indicadores el Análisis de redes sociales y la Interactividad.

Es necesario indicar que “La visión cualitativa reconoce el papel de los valores y el carácter ideológicamente mediado del proceso de conocimiento y adscribe la ética en el proceso de investigación” (Arias y Giraldo, 2011, p.509). De tal manera que, los principales aspectos éticos utilizados corresponden al consentimiento o aprobación de los participantes, previo a la investigación; la objetividad como parámetro sobresaliente en el desarrollo de este estudio, lo que ha evitado caer en sesgos. Por otro lado, la originalidad del tema desarrollado se ve reflejado en las referencias utilizadas, lo cual aporta veracidad a los resultados que se mostrarán al finalizar la investigación.

Resultados

En este apartado se expondrán los hallazgos de la investigación, los mismos que responderán a la observación de la gestión de la educomunicación como estrategia comunicacional en el Laboratorio Experimental Comunicando. Para ello, se aplicó una ficha de observación que permitió evidenciar la creación de productos comunicacionales en las redes sociales del caso de estudio.

Tabla 1. Observación no participante de la gestión de educomunicación en el Laboratorio Experimental Comunicando

Variable	Contenido	Técnica	Redes Sociales	Observación
Educomunicación	Los contenidos no fomentan la criticidad ni la conciencia social, puesto que no tiene narrativas semántico pragmáticas de persuasión, argumentación o ideologías. Las notas se ajustan a la realidad de los individuos y los personajes están bien detallados.	Las redes sociales escogidas presentan varios elementos multimedia en las notas periodísticas, por ende, emplea equipos tecnológicos y otras herramientas multimedia para la construcción de mensajes.	Facebook	El Laboratorio Experimental Comunicando produce modelos comunicacionales que utilizan tecnologías digitales de forma acrítica e instrumental. “De esta manera, se produce una dualidad de procesos paralelos donde, por un lado, se refuerza el carácter informativo-transmisivo de la tecnología y, por otro, se generan nuevas utopías comunicativas y sociales. (Barbas, 2012, p.166).

Estrategia Comunicacional	Aparecen contenidos críticos, pero en poca medida. Prioriza lo audiovisual sobre textos y fotografías.	Instagram	Demuestra cultura modeladora de aprendizaje Popular que “permite la participación individual y colectiva, ligada a la conectividad” (Aparici, 2003, p.2).
	Los contenidos son mayormente informativos y en algunos casos repetitivos	Twitter	La réplica de contenidos muestra modelo formal tradicional que “tiene como núcleo de acción las exigencias del programa.” (Sánchez,s.f.,p.5).
	Se usan paratextos breves y claros acorde a la noticia publicada; Poca presencia de Call to action en los paratextos. Se prioriza lo multimedia. Usa Hashtags como Trending Topics. La página web para acceso completo a las notas, no siempre está disponible. Promociona sus eventos en Instagram. Los contenidos se adaptan a las plataformas y mantienen la calidad del formato audiovisual.	Interacción	En Instagram hay mayor interactividad del público, los contenidos tienen mayor flujo de reacciones en comparación a Facebook y Twitter. El Laboratorio Experimental interactúa con sus propias publicaciones y la mayor parte de esa comunidad son estudiantes de la carrera de Comunicación.

Elaboración propia

A continuación se detallan los resultados provenientes de la segunda técnica de investigación correspondiente a la entrevista no estructurada dirigida a una experta en el campo de marketing de contenidos digitales y actualmente docente de la materia Multimedia en la Universidad Ecotec. Para esto, se utilizó un cuestionario con preguntas abiertas que permitieron corroborar los datos recabados en la ficha de observación descrita en el párrafo anterior.

Tabla 2. Analisis de resultados de cuestionario de preguntas

Entrevistadora: Cynthia Lorena Rangel Lozada		
Entrevistada: Lorraine Tonika Chedraui Aguirre, Mgtr. en producción audiovisual y Branding		
Preguntas	Análisis	Observación

¿Qué criterios deben considerarse para definir que un contenido es educativo?	La experta señala que los contenidos emitidos que tratan de evidenciar el aprendizaje de los alumnos deben estar ajustados a una materia en específico y deben reflejar el sentido de pertenencia a la comunidad y debe estimular a la reflexión.	Para (Barbas, 2012) la Educomunicación es una forma de pedagogía crítica que concibe los procesos educativos, la comunicación, los medios y las tecnologías como herramientas de análisis y de acción para la comprensión y la transformación del mundo.
¿Los Contenidos Educativos, Culturales e Informativos son parte de una estrategia comunicacional?	Para la entrevistada, los contenidos sí son una parte de una estrategia, pero no son tan importantes como el objetivo de la organización. Las redes sociales tienen diferentes públicos y en la era semántica digital la audiencia decide que formatos le llaman la atención.	El conectivismo plantea que existe un conocimiento generado por medios no humanos, a través de las redes. Se trata, de “vincular el conectivismo con la primacía del enfoque educomunicativo instrumental reforzado ahora por su claro carácter organizativo-empresarial” (Barbas, 2012, p.172).
En algunos casos los errores técnicos como, fallas en la reproducción de un video, o un enlace que redirecciona a una página no disponible, dificultan la apreciación de contenidos; ¿Qué tan negativo resulta esto para el medio de comunicación? Y ¿Qué se puede hacer para evitar esto?	Chedraui afirma que, si una persona en esta era digital entra a una página que no funciona, simplemente deja de seguirla y ya no vuelve a ella. Por eso, resalta la necesidad de mantener las páginas operativas, el Hosting y el dominio web para el posicionamiento en los indicadores de Google.	“Los usuarios son más exigentes con el contenido consumido, rechazan con facilidad fallas de creación” (Ríos, et al., 2020, p.66).

Elaboración propia

Discusión

Los resultados recabados a lo largo del proceso investigativo han permitido identificar que el Laboratorio Experimental Comunicando gestiona la educomunicación a través de la creación de contenidos que propenden a la criticidad y la conciencia social, cuya difusión en sus redes sociales corresponden a una estrategia comunicacional. Respondiendo así, la principal interrogante generada al inicio de este trabajo. Referente a la evaluación de validez de los resultados obtenidos a través de la técnica de recolección de datos, se reconoce que a pesar de llevar a cabo una investigación bibliográfica exhaustiva, algunos puntos pudieran quedar sujetos a mayor indagación, puesto que por su naturaleza, su ahondamiento en el tema de estudio no corresponde a mayor significatividad para el cumplimiento de los objetivos de este artículo.

No obstante, los resultados obtenidos guardan concordancia con el pensamiento de Barbas (2012), respecto al cumplimiento de los contenidos ajustados a un modelo centrado en disciplinas y aprendizaje formal, reconociéndolos como “un fundamento esencial para el aprendizaje, para la socialización y para la construcción del conocimiento (p.164). Que desde un sentido más amplio, se relaciona a las “estructuras básicas que cumplen las exigencias de un programa (Sánchez, s.f.). Esto guarda una estrecha relación con los criterios que definen los contenidos educativos en lo que respecta a la cohesión de los mismos con la realidad, para ello, se describen modelos centrados en el alumno. Al respecto, Beltrán (2017), coincide en que la composición de propuestas educativas favorece la formación de ciudadanos críticos, capaces de socializar, lo que propende a un dominio en la elaboración de contenidos críticos y culturales. Por otro lado, el poco contenido que fomenta la criticidad y la conciencia social influye en los criterios de innovación descritos como un contenido útil que capta a la audiencia, armonizando con el pensamiento de Ruiz (2017), como una de las claves de la comunicación que denota la autenticidad a través un lenguaje alineado a los valores de la generación. Precisamente las narrativas persuasivas, argumentativas e ideológicas, así como la focalización y espacios temporales demuestran estar basados en modelo de aprendizaje formal que para Beltrán (2017), es aquel que cumple con las exigencias de una malla curricular que es consecuente a los estatutos de la Constitución del Ecuador (2008). Paralelamente, el uso de los elementos audiovisuales en las notas periodísticas y el implemento de equipos tecnológicos y otras herramientas multimedia para la construcción de mensajes, constituyen a lo que Barbas (2012), describe como “las posibilidades creativas y transformadoras de la educomunicación” (p.166) coincidiendo con Varela (2016), quien expresa que estas forman una estrategia porque se “destacan como uno de los elementos más usados por ser llamativos y funcionales” (p.16). Reconociendo que esto hace a los contenidos dirigibles a todo tipo de audiencia, priorizando la difusión de la información a través de recursos mayoritariamente audiovisuales. Con respecto al uso de Hashtags como Trending Topics y la redacción de paratextos, Varela (2016), coincide en que los medios de información masivos generan diferentes características que los educadores pueden tomar como referencia para sacar un mejor provecho, lo cual favorece a la adaptabilidad del lenguaje audiovisual para las diferentes plataformas sociales. Finalmente, en lo que respecta a la calidad del formato, la jerarquización del contenido y la coordinación de los mismos, así como la interactividad con el público, forman parte de lo que Beltrán (2017), reconoce como competencias comunicativas que en las instituciones de tercer y cuarto nivel preparan al alumnado dotándolo de conocimiento y habilidades que pondrá en práctica con la comunidad de su campo específico.

En este contexto de la discusión el investigador puede generalizar los resultados obtenidos de su análisis a la educomunicación y afirmar que existen debilidades y fortalezas con respecto a los contenidos que se producen en las redes sociales del Laboratorio Experimental Comunicando.

Conclusiones

- Este estudio se constituye en un insumo para la comunidad científica, quienes podrán analizar contrastar, agregar y desagregar información partiendo del análisis de la gestión de la educomunicación como estrategia comunicacional en el Laboratorio Experimental Comunicando.
- El presente trabajo de investigación está a disposición de la comunidad universitaria de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, el cual se constituirá como una guía para futuras investigaciones sobre los tipos de contenido educomunicacional que son difundidos en las diversas redes sociales del Laboratorio Experimental Comunicando.
- Este documento se constituirá en una fuente de investigación que estará a disposición de los profesores y estudiantes para su discusión y análisis curricular y extracurricular en lo relacionado a las estrategias comunicacionales que se difunden en las redes sociales del Laboratorio Experimental Comunicando.
- Este trabajo se constituye en una alternativa de solución a la temática planteada: sobre el poco contenido educomunicacional, proponiendo la repotenciación de la educomunicación, y la mejora de las estrategias comunicacionales para aumentar la interacción del público interno y externo del objeto de estudio.
- Los resultados y discusión evidenciados en este artículo académico determinan que el Laboratorio Experimental Comunicando, según Kaplún (1998) trata de imitar o reproducir acríticamente el modelo de los medios masivos hegemónicos., es decir que, prioriza temas informativos.

Recomendaciones

- Se recomienda a la comunidad científica el presente trabajo e investigación porque constituye en una herramienta de investigación que aborda a la gestión de la educomunicación como estrategia comunicacional en el Laboratorio Experimental Comunicando de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.
- Consecuentemente, éste artículo se encuentra disponible a la comunidad que forma la Alma máter de la UPSE como una base de estudio referente a los tipos de contenido educomunicacional, cuya difusión se ejecuta en las diversas redes sociales del Laboratorio Experimental Comunicando.
- Asimismo, el presente ensayo académico se confía al cuerpo docente y a los educandos de la entidad antes mencionada, como una guía a considerar en lo que respecta a la elaboración de las estrategias comunicacionales que se emplean en las redes sociales del caso de estudio.
- De igual manera, la naturaleza investigativa de este documento plantea alternativas de solución respecto al poco contenido educomunicacional que emplea el Laboratorio Experimental Comunicando en sus redes sociales, y exhorta, bajo criterio de quien dirige el Laboratorio Experimental Comunicando, la repotenciación de contenidos que fomenten la

criticidad y la conciencia social; así como el perfeccionamiento de sus estrategias comunicacionales. Para de esta manera, aumentar la interacción del público interno y externo en cada una de las plataformas sociales del caso de estudio.

- Finalmente, de acuerdo a los resultados y discusión evidenciados en este artículo académico, se plantea el perfeccionamiento de los contenidos en educomunicación y las estrategias comunicacionales para que de esta manera el Laboratorio Experimental Comunicando a través de sus redes sociales, que integradas a una comunidad universitaria como un medio de expresión alternativo, con espacios de participación colaborativa; constituyan a una forma de servicio público que esté a disposición de todo el conglomerado estudiantil y los ciudadanos en general (Aguaded, 2013).

Agradecimientos

A Dios por la vida y la inspiración de cada día. A mi hija por su amor incondicional. A la Facultad de Comunicación social de la Universidad de Guayaquil, institución a la que tuve el gusto de pertenecer y que me preparó con docentes de calidad en los primeros años de estudio. A las autoridades de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, dirigentes del alma máter que me acogieron para completar mi preparación académica, y cuyos docentes me han apoyado incondicionalmente en este proceso de crecimiento estudiantil y personal.

Referencias

- Aguaded, I. (2013). Educomunicación y radios universitarias: Panorama internacional y perspectivas futuras. *Chasqui*, 63-70.
- Aparici, R. (2003). *Comunicación educativa en la sociedad de la información*. Madrid: UNED.
- Arellano, E. (2008). La Estrategia De Comunicación Orientada Al Desarrollo De La Cultura. *Revista Razon y Palabra*, 2-15.
- Arias, F. (2016). El proyecto de investigación. En F. Arias, *El Proyecto de Investigación* (pág. 147). Venezuela: Episteme.
- Arias, V., & Giraldo Mora, C. (2011). El rigor científico en la investigación cualitativa. *Investigación y Educación en Enfermería*, vol. 29, núm. 3, 500-514.
- Barbas, A. (2012). *Educomunicación: dEsarrollo, EnfoquEs y dEsafíos En un mundo intErconEctado*. Recuperado el 2021, de Researchgate: https://www.researchgate.net/publication/302027889_Educomunicacion_desarrollo_enfoques_y_desafios_en_un_mundo_interconectado
- Beltrán, A. (2017). Educomunicación En La Titulación De Comunicación Social De La Utpl. *Universidad Internacional de Andalucía ; Universidad de Huelva*.
- Campos , G., & Lule Martinez , N. (2012). "La Observación, Un Método Para El Estudio De La Realidad". *Revista Xihmai VII (13)*, 45-60.
- Cartagena, J. J. (Año 2017). Millennials y redes sociales: estrategias para una comunicación de marca efectiva. *MHCJ n° 8 | Artículo n° 12 (104)* , 347- 367 .
- Constitucion Del Ecuador. (2008). Obtenido de <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Constitucion.pdf>
- Gregorio Rodríguez Gómez, J. G. (1996). *Metodología de la investigación cualitativa*. España: Aljibe.
- Griselda, S. (s.f.). Los contenidos de aprendizaje. *UAEMEX*, 1-20.

- Hernandez Sampieri , R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio , P. (2014). Metodología de la investigación. Sexta Edición . En R. Hernandez Sampieri, C. Fernandez Collado, & P. Baptista Lucio, *Metodología de la investigación. Sexta Edición* (pág. 600). Mexico: McGraw Hill.
- Kaplún, M. (2019). Competencia digital docente. *Comunicar* , 10-128.
- Mario, K. (1998). *Una pedagogía de la comunicación* . Madrid : De La Torre.
- Narváez-Montoya, A. (2019). Comunicación educativa, educomunicación y educación mediática: una propuesta de investigación y formación desde un enfoque culturalista. *Revista Palabra- Clave* , 1-30.
- Relat, J. M. (2010). Revisiones Temáticas. Introducción a la investigación básica . *Revista Andaluza de Patología Digestiva (RAPD)*, 221-227.
- Ríos, E., Páez, H., & Barbos, J. (2020). *Estrategias de comunicación: Diseño, ejecución y seguimiento*. Estados Unidos: REDIPE Red Iberoamericana de Pedagogía.
- Varela, O. (2016). Educomunicación en la pantalla: modelo para el desarrollo de videoclases. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 15-32.
- Vélez, O. I. (2016). Educomunicación en la pantalla: modelo para el desarrollo de videoclases. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 15-32.