Estrategia comunicativa digital para el Observatorio de Interpretación de Realidades Educativas de Norte de Santander - OIRE Norte

Práctica en Comunicación para el cambio social

David Camilo de Jesús Vera Dávila

Universidad de Pamplona

Facultad de Artes y Humanidades

Programa de Comunicación Social, ampliación Cúcuta

2022

Estrategia comunicativa digital para el Observatorio de Interpretación de Realidades Educativas de Norte de Santander - OIRE Norte

David Camilo de Jesús Vera Dávila

Trabajo de Grado

Modalidad Práctica en Comunicación para el cambio social

Asesora:

Eliana Caterine Mojica Acevedo Mg. Cs.

Universidad de Pamplona

Facultad de Artes y Humanidades

Programa de Comunicación Social, ampliación Cúcuta

2022

Estrategia comunicativa digital para el observatorio de Interpretación de realidades Educativas de Norte de Santander - OIRE Norte

Resumen

El presente trabajo corresponde a la estrategia de comunicación digital del primer Observatorio de Interpretación de Realidades Educativas de Norte de Santander – OIRE Norte, que recopila los imaginarios y realidades encontradas por los observadores quienes generan nuevas perspectivas para pensar y repensar la educación en el departamento y tiene lugar en el marco de la construcción de una política pública educativa para Norte de Santander y que promueva un nuevo modelo educativo con prospectiva 2050.

Palabras claves: Comunicación digital, Participación, Ecosistema educativo, Estrategias de comunicación, Educomunicación.

Abstract

The present work corresponds to the digital communication strategy of the first Observatory for the Interpretation of Educational Realities of Norte de Santander - OIRE Norte, which compiles the imaginaries and realities found by those observed who generate new perspectives to think and rethink education in the department and It takes place within the framework of the construction of a public educational policy for Norte de Santander and that promotes a new educational model with a 2050 perspective.

Keywords: Digital communication, Participation, Educational ecosystem, Communication strategies, Educommunication.

Possunt quia posse videntur, Trabajo dedicado a todas las personas que han estado presentes en mi desarrollo académico y personal, aún más a todo aquel quien creyó en mí y en la capacidad de mejorar cada día, el camino empieza y este es el primer paso.

Agradecimientos

Agradezco a mis seres queridos por ser un apoyo, estar ahí cuando el bufón dejo de ser gracioso, motivarme y enseñarme, pues soy como soy gracias a quienes me criaron.

Resalto a la Universidad de Pamplona y los docentes que estuvieron presentes a lo largo de mi formación como profesional, por quienes adquirí y fortalecí conocimientos, valores y principios morales y profesionales, que ayudaron a formarme como comunicador social.

Reconozco también al equipo de trabajo del Observatorio OIRE y al del Pacto por la educación por las experiencias y calidad humana que me brindaron durante la práctica.

Y finalmente me agradezco a mí, por continuar, por el trabajo realizado, por mantener mis creencias y sueños, y continuar siendo yo mismo siempre.

¡Per Aspera Ad Astra!

Tabla de Contenidos

Estrategia comunicativa digital para el observatorio de Interpretación de realidades Educativas de Norte de Santander - OIRE Norte **3**
Resumen **3**
Abstract 3
Agradecimientos **5**
Capítulo I – Problema **8**
1.1 Contextualización. 8
1.2 Descripción del problema comunicacional 11
Capítulo II Marco de Teórico **14**
2.1. Antecedentes 14
Internacionales 14
Nacionales 17
Regionales 20
2.2. Bases Teóricas 23
Comunicación digital 23
Participación 25
Ecosistema educativo 27
Estrategias de comunicación 29
Educomunicación 30
Capítulo III Propuesta Comunicativa **34**
3.1. Objetivos 34
3.1.1. General 34
3.1.2. Específicos 34
3.2. Justificación 34
Evaluación de la propuesta comunicativa desarrollada 52
Capítulo V: Conclusiones y recomendaciones **59**
Conclusiones 59
Recomendaciones. 61
Bibliografía **62**

Lista de tablas

Tabla 1. Actividades que componen la propuesta comunicativa *37*
Tabla 2. Mapa de Actores *42*
Taba 3. Matriz Dofa *46*
Tabla 4. Cronograma de publicaciones *50*

Lista de figuras y/o gráficas

Figura 1. Perfil de Instagram *47*
Figura 2. Perfil Facebook *48*
Figura 3. Banner Facebook *49*
Figura 4. Resultados de la encuesta aplicada al equipo del observatorio *52*
Figura 5. Resultados de la encuesta aplicada al equipo del observatorio *53*
Figura 6. Resultados de la encuesta aplicada al equipo del observatorio *53*
Figura 7. Resultados de la encuesta aplicada al equipo del observatorio *54*
Figura 8. Resumen página de Facebook *55*
Figura 9. Resumen de estadísticas por publicación *56*
Figura 10. Resumen mensual de estadísticas de Instagram *57*
Figura 11. Resumen estadísticas de la cuenta. *57*
Figura 12.Resumen de cuentas alcanzadas *58*

Capítulo I – Problema

1.1 Contextualización.

Un observatorio en términos de las ciencias sociales que, aunque no es un palabra nueva, si es una sobre la cual la sociedad mantiene solamente la definición de la estructura física del espacio de investigación astronómica y natural, dejando de lado ese punto social como es "¿ Qué son los observatorios y cuáles son sus funciones?" de Marcial, N. A. (2009), citando a Prieto (2003), "este término evoca aquellas complejas instalaciones ubicadas en las montañas, dotadas de potentes telescopios para escudriñar el universo" (p.6).

Así mismo Marcial (2009), cita a Urdapilleta (2006), que con referencia a los observatorios sociales comenta que tienen como principal finalidad la evaluación y seguimiento de problemáticas sociales. Esta autora define el observatorio como el lugar adecuado para analizar fenómenos sociales. Pero advierte que se ha sobreentendido que un observatorio es un dispositivo, una estructura o un lugar físico cargado de instrumentos y materiales de observación, y que lo observado es un fenómeno natural. Señala también que el término referido a las ciencias sociales aún no aparece en los diccionarios y lo define "como el conjunto de estructuras que permite obtener una visión amplia de la evolución de determinados fenómenos y acontecimientos sociales" (p.7).

En la agenda 2030 para el desarrollo sostenible, la Organización de la Naciones Unidas UNESCO (2016), declaró dentro de sus objetivos el ODS 4: Educación de Calidad, que tiene como propósito general el promover en el mundo y sus regiones, una educación inclusiva, equitativa y de calidad. Es entonces donde a partir de un trabajo articulado entre el Estado, la Universidad, los sectores sociales, el sector empresarial y la sociedad en general, que permitan generar dinámicas significativas para la consolidación de una educación de calidad, del logro de

los Objetivos de Desarrollo Sostenible y de una Nación equitativa, democrática y justa para el departamento de Norte de Santander.

A partir de allí se ubica el Plan Nacional de Desarrollo, "Pacto por Colombia, pacto por la equidad" y los planes territoriales se armonizan con los propósitos y lineamientos del Plan Nacional Decenal de Educación 2016-2026, en el proyecto con una vista hacia las potencialidades de Norte de Santander con expectativas en el proyecto que apuntan a la construcción de un nuevo modelo educativo con visión al 2050.

Pacto por la Educación 2050

En el plan de desarrollo departamental 2020-2023 de Norte de Santander más oportunidades para todos, se prioriza como el proyecto más importante la construcción de un nuevo modelo educativo con visión 2050 y la firma del pacto por la educación que lo adopte. Este es el resultado del gran acuerdo social alrededor de una visión a largo plazo de la educación como principal agente de cambio para la formación de una sociedad más justa equitativa y en paz en nuestro departamento, que se propone erigir un nuevo modelo que transforme la educación para desarrollar capacidades y competencias en niños, niñas, adolescentes y jóvenes. Este nuevo modelo es una invitación a conformar una política pública educativa que responda a las realidades y la diversidad del territorio para preparar a las nuevas generaciones para los retos que está enfrentando el departamento, el país y el mundo en el siglo XXI.

Así mismo el pacto por la Educación 2050 es una apuesta por generar un proceso de investigación y formación sobre la base de generar distintos acuerdos entre actores e instituciones tanto del sector público como privado, que desarrollen un esfuerzo cooperativo para

transformar las concepciones sobre las que se sustenta cultural y políticamente la educación en Norte de Santander.

En la construcción participativa de la nueva política pública educativa con visión 2050 promovida por el Pacto por la Educación, se ha consolidado durante el 2022 el Observatorio de Interpretación de Realidades Educativas OIRE, como proyecto estratégico que permitirá la evaluación de los datos recogidos en las poblaciones y sectores del "ecosistema educativo[1]" convocados a mesas de trabajo, para valorar el impacto y la pertinencia de las intervenciones comunitarias desarrolladas en torno al nuevo modelo educativo. Este primer observatorio de educación permitirá dar seguimiento a las transformaciones propuestas desde la ciudadanía activa para la política pública y hacer ajustes necesarios para garantizar el direccionamiento estratégico de la educación en la región.

El observatorio OIRE pretende ser una unidad de observación, investigación y prospectiva para la toma de decisiones en materia educativa, a partir de la recolección, análisis, producción y difusión de información cuantitativa y cualitativa que aporte al desarrollo y la transformación de los territorios del departamento, todo esto bajo el objetivo de aportar al fortalecimiento del direccionamiento estratégico del ecosistema educativo en el Norte de Santander, a partir del análisis de la realidad de la educación en el departamento, la generación, cooperación, e intercambio de conocimiento para la transformación a través de soluciones innovadoras.

[1] El ecosistema educativo, a grandes rasgos, está conformado por: la escuela con sus normas y reglas, los estudiantes, los profesores, los materiales educativos, los administrativos, la familia, el servicio de salud, el municipio, los clubes deportivos, las asociaciones estudiantiles, los clubes artísticos, los ciber-café, los clubes de mujeres, las asociaciones de jóvenes.

1.2 Descripción del problema comunicacional

El contexto de la calidad educativa en el país según los resultados del Instituto Colombiano para la Evaluación de la Educación, ICFES, en las pruebas saber 11, que es un instrumento de evaluación estandarizada que mide oficialmente la calidad de la educación formal impartida a quienes terminan el nivel de educación media; el promedio del puntaje global para 2019 era de 319 de 500, teniendo para el 2021 una ligera disminución a 314, donde en Norte de Santander para el 2019 el promedio fue de 255, mientras que para el 2021 fue de 253, resultados que determinan de forma cuantitativa la posición, en términos de calidad, de la educación en Colombia, esto sin contar las brechas educacionales y el contexto que se vive en todo el territorio.

Según el "Diagnóstico de la realidad educativa: un análisis desde lo glocal" hecho por el Pacto por la Educación (2021) durante el 2020 y el 2021 Norte de Santander, presentaba unas condiciones de contexto como la inseguridad, el reclutamiento forzado, el conflicto armado, la presencia de cultivos ilícitos y pobreza, que son obstaculizadoras para el desarrollo de los procesos educativos de forma adecuada y de calidad, sumado a la llegada de la pandemia del covid-19 que hizo que todas las problemáticas a nivel general en el territorio se agudizaran, siendo el sector educativo uno de los más golpeados, así como también encontraron que en Cúcuta, Norte de Santander, se reportaron un total de 171.623 estudiantes matriculados en colegios oficiales, siendo una diferencia positiva frente al año inmediatamente anterior de 4411 estudiantes, mientras que Cúcuta reportó un total de 157.320 estudiantes matriculados, con una diferencia negativa frente al año inmediatamente anterior de -2388 estudiantes no matriculados, además de una tasa de deserción que presenta el departamento con un (3.2%), por debajo de los valores presentados en Cúcuta (3.4%) y a nivel nacional (3.1%).

Por lo anterior, en un organismo como OIRE que se encuentra en proceso de fundación, crecimiento y posicionamiento en el cual busca ese reconocimiento como unidad de observación, investigación y prospectiva que contribuya a la toma de decisiones en materia educativa y de políticas públicas en educación, surge una necesidad comunicativa en dos espacios, la primera en ese contexto de inicio y fundación donde está su posicionamiento, visibilidad y reconocimiento como ente investigativo que aportará al desarrollo de una política pública integral en materia educativa y luego la segunda que parte del cómo hacer partícipe a todo el ecosistema educativo a partir de la información y datos que permitan diseñar una estrategia de comunicación digital.

Entendiendo entonces, que para establecer de forma estratégica el plan de comunicación digital, los avances tecnológicos y la globalización del internet evidencian cifras que hacen de las redes sociales herramientas de alto impacto en procesos de visibilzación y posicionamiento en opinión pública, Según "We Are Social" (2022), agencia creativa global que ofrece una perspectiva sobre comportamientos sociales y las interacciones dentro de las comunidades, culturas y subculturas de internet, en 2022 se presenta un aumento del 10% (424 millones de nuevos usuarios) en la cantidad de usuarios en redes sociales frente al año inmediatamente anterior además de que 1 de cada 4 usuarios de Internet de 16 a 64 años (27,6 %) descubre nuevas marcas, productos y servicios a través de anuncios en las redes sociales, sumado a que en Colombia en usuarios de entre 16 y 64 años el uso promedio de internet comprende 10 horas y 3 minutos al día.

Lo cual lleva a dimensionar el posible uso que se dará a las plataformas digitales, como las redes sociales Intagram y Facebook, que pueden ejercer como canales de difusión que permitan aportar hacia la comunidad ese apoyo, en la toma de decisiones informadas para las

políticas públicas educativas, sobre el que OIRE busca establecerse para promover una cultura del manejo de la información de forma transparente.

Capítulo II Marco de Teórico

2.1. Antecedentes

La naturaleza de los antecedentes que se circunscriben para el fortalecimiento del proyecto "Diseño de una estrategia comunicativa digital para el Observatorio de Interpretación de Realidades Educativas de Norte de Santander – OIRE", estipula una racionalidad consultiva deductiva, debido a que su ordenación va de lo general a lo particular, configurando por tanto, una ventana de observación entre el 2016 – 2022, teniendo en cuenta el estado de constante cambio que poseen los procesos de investigación digital.

Internacionales

En la búsqueda de antecedentes se encontró la investigación de Ruiz-Mora, I., Ruiz-Muñoz, M. J., & Álvarez-Nobell, A, (2021) "Las pautas de comunicación digital de los principales movimientos ciudadanos en Málaga (España) en el periodo 2018-2019" quienes analizaron cómo la ciudadanía emplea las herramientas digitales de comunicación para defender sus reivindicaciones en Málaga con una metodología que sigue un análisis de contenido de las redes sociales utilizadas por las plataformas Bosque Urbano Málaga, Defendamos Nuestro Horizonte y La Invisible, examinando el contenido y la actividad desarrollada en Facebook, Instagram, YouTube y Twitter. Contribuyendo desde sus conclusiones qué tras analizar la actividad de las plataformas en el entorno digital, podemos establecer que cada red responde a criterios y características particulares que se deben tener en cuenta al momento de diseñar y llevar acabo estrategias de comunicación digital. Al mismo tiempo resulta interesante cómo la baja actividad en los perfiles analizados muestra su desaprovechamiento, considerando las ventajas de bajo coste y alto impacto que las redes ofrecen a organizaciones de la sociedad civil.

Aportando entonces al presente trabajo como un ejercicio experiencial que demuestra la pertinencia de las redes sociales y que a través de su metodología permite identificar y potenciar el proceso de visibilzación a través de las mismas como herramientas que dan la oportunidad de globalizar entidades como el Observatorio OIRE.

Así mismo Castro Martínez, A., & Díaz Morilla, P, (2021) en su artículo "La comunicación política de la derecha radical en redes sociales. De Instagram a TikTok y Gab, la estrategia digital de Vox" analizaron la estrategia digital que emplea Vox en España a través de su página web y sus cuentas en plataformas sociales. Mediante un análisis cualitativo y cuantitativo estudiaron la página web y los perfiles de la formación en Facebook, Twitter, Telegram, Flickr, Youtube, Instagram, TikTok y Gab que aportan aun mayor peso sobre la importancia de las redes sociales y las posibilidades que los entornos digitales ofrecen en la actualidad como herramientas de difusión como lo resaltan dentro de sus conclusiones:

> En el rápidamente cambiante mundo de la política digital las redes sociales son imprescindibles para alcanzar al público más joven y al que no se siente vinculado a los medios convencionales. Vox ha sabido aprovecharlas para movilizar a sus simpatizantes e intentar influir en su agenda… Así, aunque a veces no interactúen en exceso, se han fidelizado y difunden el mensaje del partido (p.83).

Refiriendo al presente proyecto de OIRE las formas de evaluación de una estrategia comunicativa desde una experiencia que permite establecer también la posibilidad de valorar el cómo las herramientas digitales desde las redes sociales se utilizan más que para dar visibilidad, sino que también a través de una metodología basada en datos cuantitativos y cualitativos sobre la presencia digital en redes sociales con métodos y técnicas de investigación sirven para la

obtención de datos a partir de un análisis de contenido, cuantitativo y cualitativo, sobre los perfiles de redes sociales y páginas web.

Se toma también como referencia el trabajo de grado de Nancy Valentina Argudo Ruiz titulado "La edu-comunicación como estrategia de vinculación y desarrollo en los procesos de intervención del Trabajo Social en la Comuna "San Luis de Ambuela" de la Parroquia de Perucho" (2020) que tenía como objetivo conocer los beneficios de la edu-comunicación para pensar procesos de intervención en la Comuna "San Luis de Ambuela" mediante la fotografía participativa y que concluye que la edu-comunicación establece espacios para el reconocimiento propio y que además solventa las necesidades reales que presenten los beneficiarios de estas prácticas, al igual que genera espacios de educación para el crecimiento personal, por lo que se recomienda la incorporación de estrategias innovadoras en los procesos de vinculación, permitiendo establecer conceptos para pensar la edu-comunicación desde espacios participativos vinculantes antes las comunidades.

Dejando un precedente en la creación de estrategias de educomunicación participativa al proyecto en curso como una experiencia con procesos que permiten dar visibilidad a cualquier sector de la sociedad desde procesos de vinculación, mediante entrevistas participativas que permiten una recolección de información, análisis y exposición de los datos recuperados de las experiencias.

Finalmente, en el ámbito internacional se toma como referencia la monografía "Instagram como herramienta digital para la comunicación y divulgación científica: el caso mexicano de @pictoline" elaborada por Sidorenko Bautista, P., Cabezuelo Lorenzo, F., & Herranz de la Casa, J. M. (2021), quienes realizaron un análisis del caso de Pictoline, que no es un medio

especializado en ciencia y que pone de manifiesto el potencial de Instagram como herramienta para la divulgación del conocimiento científico.

Pictoline, como agencia de comunicación y diseño que trabaja de la mano de medios, ONG y agencias oficiales con el fin de ofrecer productos informativos y visuales que sean de fácil comprensión por la mayor cantidad de usuarios de Internet, hace que Instagram se convierta en paradigmático y digno de un caso de estudio. El estudio demuestra que Pictoline ha creado un modelo de divulgación simple e inclusive 'POP', con contenidos aptos de fácil comprensión y fácil redistribución, mediante otros formatos digitales como las stories, mensajes de WhatsApp o cualquier canal digital, otorgándole al usuario un rol por encima del simple *engagement*, asumiendo el rol de copartícipes divulgadores, aprovechando la calidad activa y prosumidora de los mismos.

Siendo un antecedente que aporta para el presente trabajo tanto desde la metodología de observación utilizada por los investigadores, como la perspectiva de uso de la herramienta digital Instagram que le da Pictoline a una estrategia edu-comunicativa digital, donde se establece parámetros enriquecedores de calidad y tipología de distribución de contenidos científicos a través de la red social mediante infografías con lenguajes simples que son utilizados en este proyecto en curso para fortalecer el relacionamiento y la inteligibilidad de los procesos desarrollados por OIRE-NORTE.

Nacionales

También se haya como referencia el trabajo de grado de Cristian Felipe Sánchez y Jorge Giovanny Riaño llamado "Estrategia de Edu-comunicación como metodología de innovación educativa en el programa de Comunicación Social de la Universidad Cooperativa de Colombia" (2019). El proyecto tiene como objetivo: Diseñar una estrategia de educomunicación enfocada en

MICEA (Metodología Interdisciplinaria Centrada en Equipos de Aprendizaje) para promover el aprendizaje colaborativo, dejando como precedente que se puede innovar las metodologías de enseñanza y el aprendizaje de la educación tradicional.

Así mismo, aporta desde el concepto y remarca la importancia de la edu-comunicación como una herramienta que fortalecida desde las TIC'S enmarcan un proceso que se vuelve necesidad en las aulas como lo indican en sus conclusiones, mencionando que la educación está inmersa en un proceso evolutivo apoyada en las TIC como herramienta fundamental en el proceso de enseñanza.

Es así, que en la actualidad es imposible hacerse a la idea de formar estudiantes en el aula de clase sin que estén presentes los recursos y herramientas tecnológicas, convirtiéndose en una exigencia global.

Por tanto, se convierte en un referente de este proyecto por su metodología y el objetivo general que permiten se configure como una experiencia de uso de la educomunicación a través de las TICS en la formación de conocimientos fortaleciendo la sistematización de la creación de iniciativas educomunicativas sobre el contexto de la educación, el cual corresponde a un pilar fundamental dentro de lo que busca analizar el Observatorio OIRE-Norte.

También se encuentra como referencia el trabajo de grado de Dora Cristina Giraldo Quintero y Stephany Solano Brand (2016) titulado "Construcción participativa de procesos de comunicación estratégica por la visibilización de la asociación solidarios por la vida SOLIVIDA frente a grupos de interés", el cual se desarrolló con el propósito de reconocer otros procesos comunicativos generados por la asociación; además se indagó, observó y recolectó información para determinar en conjunto con las personas que trabajan en la Asociación y a través de espacios formativos, los posibles grupos de interés y las causas y efectos de la poca visibilización

del trabajo desarrollado, dejando como resultado procesos comunicativos que aportan a la visibilidad de Solivida.

Este antecedente constituye un aporte hacia el presente proyecto bajo el análisis de su metodología participativa, permitiendo tomarlo como referencia ya que los investigadores por medio de un estudio explorativo y descriptivo fundamentado en el reconocimiento y la observación construyen los procesos comunicativos. Así mismo los objetivos presentados en el proyecto configuran una base referencial de la creación de estrategias comunicativas con medios y escenarios de comunicación efectivos tras la identificación de los espacios que permitirían clasificar los grupos y establecer los medios que facultaban la aplicación de la metodología, lo cual se establece como una experiencia satisfactoria que aporta al proyecto en curso.

Se encuentra también como antecedente el ensayo de Samir Savier Tenorio "La comunicación participativa como base del accionar de la red social de la Emisora comunitaria Urabá Estéreo" (2021) que recoge los principales aspectos producto de la investigación acción realizada de la mano con la organización social participativa Emisora Comunitaria Urabá Estéreo, donde se plantea el diseño de una estrategia comunicativa que fortalecerá el desempeño de las redes sociales, generado espacios y optimización de los recursos con los que se cuenta para alcanzar mayor cobertura radial, que aporta a partir de su tesis, el como la comunicación participativa es relevante en la Emisora comunitaria Urabá Estéreo debido a que el objetivo de sus acciones exige sostener una red de buenas relaciones que permitan un flujo de información tanto al interior como al exterior.

Convirtiéndose este ensayo en un insumo para el presente proyecto de OIRE desde cómo el investigador permite establecer la participación desde el rol digital del consumidor como base de *Engagement* que posiciona y optimiza la red social para generar mayor acercamiento hacia las

comunidades estableciendo parámetros enriquecedores de calidad y tipología a partir de contenidos en redes sociales de forma estratégica.

Finalmente, en el espacio nacional encontramos como referencia el trabajo de grado de Carmen Sofía Guerrero Cifuentes, titulado "Estrategia de educomunicación para el uso y apropiación de las TIC en los procesos de enseñanza y aprendizaje, dirigida a los docentes de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium de Cali"(2022) el cual contaba con el diseño de una estrategia educomunicativa para incentivar el uso y la incorporación significativa de las TIC, en los procesos de enseñanza y aprendizaje. Aportando como referencia desde sus objetivos que a través de la educomunicación en lo digital buscaron promover el uso de las tics en maestros, junto a su hipótesis donde afirma que "las mediaciones pedagógicas con uso de TIC, encaminadas hacia la transformación digital, implican el abordaje de estrategias de la educomunicación, como una perspectiva dinamizadora de la interacción, hacia el reconocimiento recíproco y la comprensión mutua de los mensajes educativos". Cifuentes (2022. P.15).

Siendo entonces un referente para el presente proyecto como un proceso que enmarca desde su objetivo la creación de estrategias basadas en educomunicación incorporando los tics en procesos de enseñanza además de que presenta dentro de su metodología el uso de técnicas etnográficas que configuran elementos fundamentales para la construcción de significados de un determinado grupo, permitiendo establecer también la perspectiva de interacción de los individuos frente a las plataformas digitales que constituye una base sobre la que se fundamenta una estrategia de comunicación digital.

Regionales

En el ámbito local se encuentra como referencia el trabajo de grado de Jorge Eliécer Lanzziano Blanco titulado "Diseño de una estrategia De Comunicación Externa Para La

Personería Municipal De Ocaña, Norte De Santander"(2019) el cual buscaba visibilizar todas las acciones llevadas a cabo por personería municipal de Ocaña, a través de publicaciones gráficas, audiovisuales y fotográficas en las redes sociales Facebook e Instagram de la personería, que aporta al presente trabajo tanto desde su objetivo principal por las herramientas y metodologías utilizadas, como desde sus conclusiones, que enmarcan muy bien lo que busca el Observatorio, donde indican que:

> Haber establecido las redes sociales Facebook e Instagram como medios para informar a la ciudadanía de todo lo relacionado con la Personería Municipal de Ocaña, tuvo como resultado una entidad más cercana y empática con la comunidad, quienes tuvieron la posibilidad de visualizar frecuentemente las acciones realizadas por la personera municipal (p.65).

Constituyendo por tanto un aporte desde una experiencia que tanto efectúa cómo evalúa la creación de una estrategia comunicativa con el objetivo de visibilizar las acciones de la organización tal y como busca el presente trabajo para establecer un espacio comunicativo que sea cercano y participativo con la comunidad que se beneficia en gran medida de la mejora en las políticas públicas.

También se encuentra el trabajo de grado de Jacqueline Sánchez Duarte y Freddy Hernán Peñaranda Hoyos (2019) titulado "Estrategia de Comunicación Digital para la difusión del conocimiento del programa De Comunicación Social de la Universidad Francisco de Paula Santander, Cúcuta, Norte De Santander" que tenía como objetivo crear una plataforma digital llamada "Apira", un espacio virtual en el cual se sistematizan los proyectos e investigaciones que trabajan los estudiantes de Comunicación Social, de la UFPS, Cúcuta en las diferentes asignaturas de la línea de comunicación para el cambio social, ofreciendo visibilizar y tener

antecedentes de los objetivos y resultados de proyectos realizados por los estudiantes contribuyendo a la difusión social del conocimiento.

Siendo entonces un referente que ofrece al presente trabajo una experiencia de una estrategia de comunicación digital que da visibilidad a un espacio investigativo y permite difusión del conocimiento el cual es un pilar sobre el que trabaja el observatorio OIRE y una de sus necesidades comunicativas.

Finalmente, se encuentra el artículo de Hugo Alexander Vega Riaño y Marcela Bibiana Villamizar Castro titulado "Capacidades críticas y acríticas de los estudiantes de noveno grado de instituciones de educación media de Cúcuta, Pamplona y Villa del Rosario frente a los contenidos audiovisuales de Facebook y YouTube. Caso: Colegio Departamental Integrado General Santander" (2016), en el cual ponen en consideración la influencia e impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en los procesos de interacción humana. Se conciben estas herramientas como manifestaciones que median la forma de pensar y actuar de las personas que a diario las utilizan y como estas plataformas de comunicación deben tener destacada atención por cuanto se erigen como medios determinantes en procesos de socialización e interacción en los que se trascienden fronteras de tipo personal y geográfico, sirviendo como referente por sus conclusiones donde afirman que los elementos tecnológicos corresponden a medios didácticos que pueden ser utilizados en el contexto de los procesos de enseñanza-aprendizaje.

> La relación entre estas dos esferas se halla en el campo de la comunicación y la mediación ejercida por los docentes, y puede convertirse en un instrumento de gran potencial en las escuelas. Y en este proceso comunicativo bidireccional y enriquecedor, los elementos tecnológicos se muestran como parte de la nueva sociedad de la

> información, una organización social caracterizada por el manejo de la información a través de las tecnologías que permiten la construcción de escenarios complejos y cooperativos de aprendizaje (p. 297).

El cual para este trabajo es un antecedente experiencial que mediante la investigación cualitativa que establece la relación de la educomunicación aprovechando los medios tecnológicos para generar la evaluación y contenidos didácticos que conllevan a mejorar y evaluar el pensamiento crítico frente a contenidos que se distribuyen dentro del ecosistema educativo.

2.2. Bases Teóricas

La comunicación articula, aún más en el diseño de estrategias de comunicaciones digitales, diferentes temáticas y que, a nivel operativo dentro del proceso de construcción del acto comunicativo, son fundamentalmente necesarias para establecer la integralidad de su desarrollo y que contienen un carácter y son sustento teórico tales como el espacio en el que se generan las comunicaciones, los tipos, las estrategias, el establecimiento del ecosistema educativo, la participación.

Comunicación digital

La sociedad avanza y las formas de comunicación con ella evolucionan y se posicionan abierta y libremente sobre las nuevas y diferentes plataformas permitiendo establecer no solamente nuevos leguajes y una globalización acelerada sino también nuevas dinámicas que afectan más que al uso de las plataformas digitales, el cotidiano y formas de ser de las audiencias. Un ejemplo de ello pueden ser los procesos surgidos por la inmediatez como lo es la fijación de la atención que en la actualidad no supera los dos minutos, por esto Scolari (2008) plantea que hablar de la comunicación digital es hablar de comunicación hipermediática,

donde pasaríamos de esta manera del objeto al proceso o como manifestaba Martín Barbero (1987), se perdería el objeto para ganar un proceso: la hipermediación, esta como intercambios, producción y consumo simbólico en entornos con cantidad de individuos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí.

Así mismo para Scolari (2008) la digitalización es el concepto clave por el cual se da origen a la comunicación digital y que hace referencia al proceso productivo y la materia prima de las nuevas formas de comunicación. Es decir, el proceso que permite pasar de lo analógico a lo binario con el interés de reducir las distorsiones o pérdidas de información. "Los sistemas digitales también permiten que las señales sean amplificadas, moduladas, archivadas, identificadas, reconvertidas y reproducidas manteniéndose idénticas al original, sin perder información" (p. 80).

Entonces bien podemos hablar de la convergencia digital sobre la que se refería Massara (2016), donde las mutaciones de las percepción de tiempo y espacio, junto a las modalidades interpretativas y las posibilidades para producir e intercambiar contenidos en línea pueden ser vistas como consecuencias de la digitalización o como Scolari (2008) en sus estudios e híper apela al principio de abundancia, es decir desde mayor interconexión, observamos el incremento exponencial de todo: información, opciones de consumo y formas de intercambio. Por esto las hipermediaciones incluyen una configuración activa del usuario y este se mueve de acuerdo a lógicas, dinámicas y multisecuencias en una plataforma de difusión cada vez más diversa y sofisticada.

Ahora bien, el nuevo medio digital posee ciertas características principales, en las que parece haber un acuerdo entre la comunidad científica en que son la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad, abordando entonces la hipertextualidad conocida sobre el

proceso de lecturas rápidas, y la multimedialidad desde esos diferentes códigos simbólicos y la convergencia de todos los medios como lo decía Scolari (2008), aun así, hace falta ese espacio de interactividad.

Así mismo los nuevos medios de comunicación permiten estas nuevas dinámicas y espacios tal como lo enuncia García (2019) "La proliferación de los medios digitales ha favorecido el empoderamiento de los consumidores y la aparición de un nuevo perfil de usuario, capaz de producir y generar contenido al mismo tiempo" (p.58) siendo estas mecánicas que para el autor la comunicación digital "aproxima al usuario del ecosistema digital y a sus nuevas formas de consumo de información, llevándolo a permearse sobre los diferentes formatos y tendencias de este campo" (p.58), llevando a concluir que el mismo medio establece formatos y tendencias, por lo que se debe generar un factor diferencial entre plataformas.

Participación

En la vida en comunidad es importante el cómo se vinculan los individuos sobre la dimensión de lo público. Estudios de Hernandez & Chumaceiro (2018) declaran que "al hablar de ciudadano se habla de una persona en su dimensión comunitaria y pública, como sujeto de la sociedad política, la forma como se activa a esa sociedad es la participación" (p.687) siendo entonces dicha participación actos o procesos comunicativos tal y como lo expresaba Alfaro (2013) "Lo social, al recoger lo privado, se vuelve simbólicamente comunicativo y matiza lo público enriqueciéndolo. Nada de ello asegura una comunicación democrática, pues en medio de tanto movimiento no se logra participación significativa del público" (p.6)

Por tanto, en la actualidad es complejo visualizar un proceso comunicativo sin la participación o dicho de otra manera sin la retroalimentación generada por los consumidores que tras el proceso de digitalización obtienen el rol de prosumidores siendo estos un pilar importante

dentro de una estrategia que se genere a través de herramientas como las redes sociales donde sus opiniones suman para fortalecer y mejorar los procesos comunicativos. Para Barbero (1998) "Las mediaciones son los lugares de donde provienen las contradicciones que delimitan y configuran la materialidad social y la expresividad cultural" (p.297).

Pudiéndose decir que las mediaciones son el espacio en que los sujetos participan e interactúan comunicacionalmente bajo dimensiones políticas y perspectivas culturales, de acuerdo a sus contextos. Las acciones mediáticas según Barbero (1998) pueden entenderse desde las dimensiones de los conocimientos adquiridos con las capacidades cognitivas y los referentes colectivos e individuales, las institucionalidades respondiendo a jerarquías, el apartado tecnológico, las ritualidades y la sociabilidad, siendo estos también las instancias en que se tiene la oportunidad de aceptar, rechazar, negociar o resistir a los cambios culturales.

Ahora bien, Massara (2016) establece que las mediaciones con intervención de tecnologías modifican los modos de apropiaciones desde los elementos culturales:

> La problemática de las mediaciones tecnológicas cobra fuerza renovada en el marco de las agudas trasformaciones implicadas en los procesos educativos. En nuestros términos, se revelan como mediaciones tecnoeducativas, en tanto no remiten a unos artefactos ni a saberes estrictamente instrumentales, sino a los nuevos modos de percepción y lenguaje, narrativas y sensibilidades que ponen en juego las tecnologías interactivas. Este aspecto −ligado a la noción de hipermediaciones−, debe articularse en una categoría aún más general, que comprenda las matrices culturales en las que se materializan los modos de apropiación y uso tecnológicos, y que revelan estrategias específicas de aprendizaje, participación social y adscripción identitaria, desde las cuales se negocian y reconstruyen los sentidos hegemónicos de la Sociedad del Conocimiento (p.198).

Estructurando entonces las concepciones de un proceso de participación que en un espacio interactivo modifica las percepciones e imaginarios que se materializan bajo la apropiación cultural e identitaria que se masifica sobre lo digital.

Ecosistema educativo

El contexto es el principal factor diferencial entre sociedades y aún más entre individuos, siendo este un factor que incluso modifica la moralidad del mismo, dentro de la educación se puede concebir como el ecosistema educativo, el cual en el enfoque ecológico sustentado por Bronfenbrenner (1987) comprende el comportamiento resultante del intercambio mutuo y recíproco entre el organismo y el medio según esta teoría las personas tienen un rol sobre el que desarrollan actividades e interactúan, contando con la característica de que el nivel más inmediato en el que se desarrolla el individuo es el que más influye sobre este y se concibe al ambiente ecológico como un conjunto estructurado por niveles, cada uno de esos niveles contiene al otro y son denominados microsistema, mesosistema, exosistema y macrosistema.

Este ecosistema ecológico referencia entonces también los procesos de adaptación del individuo en el medio, como lo explican Tama y Zambrano (2021):

> La ecología del desenvolvimiento humano involucra la investigación científica de la sucesiva adaptación mutua entre los elementos cambiantes de los entornos escolares y el individuo activo en desarrollo que vive en ellos. Los ecosistemas educativos se basan en el modelo ecológico que integra los organismos y objetos que influyen mutuamente uno sobre otro y existe una condición dinámica en la que cada componente es objeto y origen a la vez por medio de reciprocidad, es decir, se genera un intercambio mutuo (p.428)

Así mismo Batista (2020) define un ecosistema educativo como un grupo basado en normas, reglas y principios de manera integrada para lograr objetivos sociales y satisfacer las

necesidades de aprendizaje. Por lo tanto, los ecosistemas escolares se establecen como la cadena de desarrollo dinámico que se interconecta con ambientes institucionales y externos entregando experiencias educacionales colectivas e individuales.

De esta forma también se plantea el cómo pueden para las nuevas generaciones otorgar experiencias a niveles globales por los alcances que ofrecen las tecnologías, de esta forma podemos entonces hacer partícipe del ecosistema lo virtual y lo real, esto más que como integrantes también como funciones, visto desde contextos como la pandemia del covid-19 tal y como lo recalcan Muñoz, Velasquez & Barragán (2021) cuando hablan de la educación 4.0, como una educación de constante cambio donde:

> Las diferencias del modelo educativo tradicional (presencial y bancario), con el modelo que ha desarrollado la educación a distancia, podemos ver que ambos pueden convivir en un aula, en función del momento y cada uno de ellos puede utilizar las herramientas que proporcionan las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), al margen de los roles que desarrollen los alumnos, los contenidos y los profesores (p.4.)

Es decir, la interconexión con estos espacios digitales está en un punto tal que convive en todos los ámbitos de las sociedades y donde es casi imposible que no se inmiscuya dentro de la educación, donde por distintos factores que ya sean distancias o circunstancias de aislamiento social por enfermedades o pandemias, esto en función también de que las plataformas digitales sean más un espacio educativo que una herramienta de difusión de información, así como también se establecen los espacios sobre los que la educación como agente de cambio actúa desde un nivel micro hasta lo macro.

Estrategias de comunicación

Cualquier acción requiere una planeación, incluso la más mínima, aun así, una planeación sin una estrategia que permita conseguir el máximo beneficio es solo un salto al vacío, ahora bien, dentro del espacio comunicacional se requieren acciones que permitan buenas relaciones entre interlocutores, es por ello que Madroñero y Capriotti (2018) declaran que el concepto de estrategia es uno de los más utilizados en comunicación y las relaciones públicas "Desde mediados del siglo XX la idea de estrategia se ha incluido, de forma implícita o explícita, como un paso o etapa relevante dentro del proceso de planificación y gestión de la comunicación y las relaciones públicas" (p.172) y que los autores definen en el sentido en que:

> Dentro del proceso de planificación de la comunicación y las relaciones públicas, la estrategia como contenido se referiría a las decisiones o aspectos específicos de comunicación que se deberán seleccionar en la etapa de la Estrategia para alcanzar los objetivos establecidos (Madroñero, et al, p.174).

Aun cuando estas definiciones de estrategia enmarcan todo el proceso que requieren las mismas, hace falta el componente natural, el componente que ofrezca espontaneidad, razón por la que Pérez (2005) enuncia que "Siempre será más fácil implantar en las organizaciones modelos que repliquen o se parezcan a los procesos naturales con que los seres humanos desarrollamos estrategias en la vida real que modelos fruto de artificiosas elaboraciones de laboratorio" (p.29)

Esto como un ítem que permitiría fluidez sobre la aplicación de las estrategias, aun entonces es necesario el establecer las ocupaciones sobre las que se direccionan, que según Massoni (2007) deben abarcar desde la comunicación interna, la interinstitucional y la externa, atendiendo problemáticas prioritarias y las acciones a seguir se deben mantener en los objetivos

institucionales y especialmente a los contextos, además la autora menciona que “Provee una planificación por objetivos de conocimiento a lograr con los distintos actores, que resulta a la vez: previsora, racional, flexible y promotora de cambios a corto, mediano y largo plazo” (Massoni, 20007, p.1).

Llevando a entender que las estrategias de comunicación pueden ser más que solo planeaciones activas como lo mencionan Pérez y Massoni (2009) “Una estrategia de comunicación es un proyecto de comprensión, un dispositivo que trabaja en evitar el malentendido ocupándose de convocar a los actores a partir de reconocer sus diferencias. La comprensión es un proyecto, no una captación súbita y definitiva” (p.50)

De esta manera, los autores establecen que las estrategias van direccionadas desde el objetivo sin convertirse en planos lineales que limiten rango de acción, así mismo comentan que una estrategia puede ocupar distintos tipos de planificación según ocurran transformaciones sobre lo que se pretende acompañar.

Educomunicación

Para Freire (1978) la educomunicación se convierte en un proceso comunicativo donde “El educador ya no es más el que solo educa, sino el que, en cuanto educa, es educado, en diálogo con el educando que, al ser educado, también educa” (p. 78), para Kaplún (1997) la educomunicación es una forma de involucrar en el proceso de interacción a los diferentes miembros de la sociedad y para Aparici (2011) la educomunicación se le conoce también como la recepción crítica de los medios de comunicación, estableciendo bases teóricas para que autores como Domínguez, Alcívar & Barahona (2022) generen aproximaciones desde la investigación sobre la educomunicación como intercambios directos entre las personas y la educación:

> La educomunicación es el resultado de un paradigma, de un ámbito de investigación y de intervención, que involucra la interrelación directa entre la comunicación y la educación, para diseñar acciones específicas, que tienen como propósito construir un ambiente comunicacional que facilite el intercambio directo entre las personas, con una finalidad educativa y una responsabilidad social (p.168)

Es decir que a partir del proceso comunicativo que implica el educar también se genera una interrelación que mediante la interacción de los diferentes actores establece un proceso reciproco de intercambio no solo de información sino también de experiencias que, desde la finalidad del educar, llevan a un proceso de pensamiento crítico que permite la expansión de cosmovisiones.

Interrelación que se sustenta también con las influencias que explicaba Alfaro (1993):

> Al existir influencias mutuas, construcciones colectivas, las interlocuciones se convierten en educativas en varios sentidos. Los propios sistemas de mediación son útiles para reconocerse y conocer a otros, para provocar procesos de aprendizaje, para dialogar con sus contrarios o con los simplemente diferentes. No hay educación posible sin comunicación, dado que posibilita significativas interacciones de enseñanzas y aprendizajes (p38).

Por esto, la educomunicación debe conceptualizarse como una dimensión de dos caras, en la que en una se encuentran procesos enfocados en alfabetización y en la otra los interesados en desentrañar la contribución del proceso educativo mediático al desarrollo de la persona, argumentando que estas perspectivas son necesarias y compatibles como lo indica Bermejo (2021) “La conceptualización epistemológica del campo se ha de alimentar de ambas pues comparten la relevancia de la comunicación en la educación (y viceversa). Aun cuando sean

indisociables en el binomio educación/comunicación" (p.112) estipulando que una se radica sobre la noción de competencia mediática y la otra sobre la educación/desarrollo de la persona.

Entonces la educomunicación es entendida como una relación dialógica entre el medio, el contexto y el educando, así mismo para Pedreira, Torres, Romero & Aguaded (2019) "La educomunicación persigue la integración de los medios y las tecnologías como parte de la totalidad de la vida del sujeto, tanto de los menores como de los adultos" (p.28), permitiendo establecer también los intereses de la misma sobre los medios como lo manifiestan Vallejo y Laverde (2016):

> Es de interés de la Educomunicación comprender entonces los procesos de enseñanza y los de aprendizaje desde una mirada comunicativa en la cual se logren identificar barreras para salvar y potencialidades para aprovechar en beneficio de un aprendizaje mucho más profundo y pertinente a los requerimientos de nuestros días (p.469)

Es decir, los cambios contextuales que ha ejercido la globalización a medida que aumenta el uso de plataformas que interconectan al mundo permiten que confluyan esas experiencias y actos educativos que posibilitan la expansión de cosmovisiones y conocimientos que le dan a todo el proceso educomunicativo un espacio o rango de acción más amplio que mediante herramientas como las TIC, que permiten llegar no solo a las periferias de la sociedad, sino que establecen una interconexión también con los espacios que desde lo cultural y lo occidental facilitan la construcción de nuevas formas de educación.

Por esto, Olvera (2021) declara que "La Educomunicación inicialmente se relacionó con la educación popular, pero hoy en día se entiende como una conducta que aborda la transformación digital en un mundo de pantallas, que educan a la humanidad" (p.16) siendo entonces que desde las horas de ocio y desde herramientas digitales, de uso cotidiano en largos

periodos, la sociedad pueda apropiar no solo información relevante en términos de aprendizaje, sino que también en términos de ciudadanía y desarrollo de políticas públicas, así mismo la autora expresa de forma contundente el cómo las redes sociales en las nuevas generaciones juegan un rol fundamental en la recolección de información y formas de aprendizaje que permanecen en una constante sobre carga de datos en la inmediatez sobre los cuales el porcentaje que son apropiados mengua por las dinámicas propias de las plataformas.

De forma que la educomunicación debe abarcar de forma crítica y didáctica la transmisión de información pertinente no solo para estudiantes sino a toda la sociedad civil en general, puesto que temas como lo son la educación permea de forma permanente el desarrollo personal y colectivo de todos.

Es entonces donde se aborda la educomunicación desde las redes sociales para entregar a la sociedad civil en general del departamento de Norte de Santander el resultado de las interpretaciones y los datos recogidos por OIRE en un proceso de consulta rápida en formatos variados, que permitan darle claridad, transparencia y usos adecuados y responsables para la toma de decisiones informadas con la participación de todos los sectores y la ciudadanía.

Capítulo III Propuesta Comunicativa

3.1. Objetivos

3.1.1. General

Diseñar una estrategia de comunicación digital que permita la participación de la ciudadanía en el Observatorio de interpretación de realidades educativas de Norte de Santander

3.1.2. Específicos

- Identificar los actores más relevantes y aliados del observatorio OIRE con el fin de establecer oportunidades y público objetivo.
- Establecer las necesidades de comunicación del Observatorio OIRE con el fin de adecuar el direccionamiento de la estrategia y sus herramientas.
- Producir una estrategia de comunicación digital que contenga las interpretaciones educativas de OIRE.

3.2. Justificación

La educación es un pilar fundamental para establecer calidad de vida en la sociedad. Para la teoría del Buen Vivir (Acosta & Martínez 2009) juega un rol como componente esencial porque aporta al desarrollo de las potencialidades del ser humano para generar mejores oportunidades, configurando la necesidad de establecer estrategias que permitan visibilizar la creación de políticas públicas y aun más de organismos como OIRE, que buscan interpretar las realidades que inciden en los estudiantes de todos los niveles educativos, todo esto a partir de herramientas digitales como factor de alto alcance e impacto que permiten generar la participación de la sociedad civil y que permiten ampliar el margen de difusión de información para llegar a más públicos.

Siendo también que estos canales de divulgación, pueden ser usados no solo para el ocio sino también para transmitir información relevante, garantizando la sostenibilidad de los procesos promovidos desde esta organización, teniendo en cuenta que los fenómenos sociales que son sujeto de estudio del observatorio involucran directamente a toda la sociedad, contando con que la misionalidad de una entidad de este tipo tiene que ver precisamente con comunicar de manera sucinta los datos que pueden llegar a tener un carácter muy técnico.

Por ello se recurre a herramientas como Facebook e Instagram que son las redes sociales más utilizadas en Colombia después de WhatsApp según el reporte de "We Are Social" (2022) la primera con poco más de 32 millones de usuarios y la segunda 18.3 millones, una vez definidas las plataformas se debe establecer una estrategia de comunicación digital con actividades que permiten realizar una planeación estratégica, teniendo claro, que se quiere lograr, cual es el público objetivo al que se llegará y las necesidades a suplir.

Esto permite diseñar una propuesta comunicativa en 3 Fases:

Fase diagnóstica: En esta fase se desarrolla un seguimiento con el equipo de observadores, para dar respuestas de forma pertinente a preguntas que establecen el direccionamiento del diseño de la estrategia de comunicación, es decir ¿Cuál es nuestro público objetivo? ¿Qué queremos lograr? ¿Cuáles son nuestras necesidades frente a comunicación?, y para ello se desarrolla un mapeo de actores clave y una matriz DOFA, como herramientas que permiten establecer el direccionamiento de los lenguajes y las necesidades a suplir con la estrategia, junto con las piezas gráficas y audiovisuales.

Fase desarrollo de imagen: Se establece el objetivo de dar reconocimiento y recordación de marca de OIRE, por ello se establece la identidad conceptual de la línea gráfica y los canales de difusión sobre los que se implementara la estrategia comunicativa.

Fase de producción: Se desarrollan 3 espacios con los que se busca generar *engagement* a través de los contenidos, primero, reconocimiento y posicionamiento son las primeras piezas graficas que pretender generar seguidores, darles un contexto sobre lo que es OIRE y el Pacto por la Educación, lo que es un observatorio y lo que se busca con este nuevo organismo para la educación de Norte de Santander.

Segundo, "Pensando la Educación", son una serie de reel's (video capsulas) donde se da a conocer parte de las inferencias realizadas por los observadores de una forma dinámica, ágil y con un carácter más sencillo que va de la mano con las nuevas dinámicas y lógicas de las redes sociales.

Tercero, "Ojo al Dato", OIRE cuenta con una página web que se encuentra en construcción y donde pueden encontrarse datos y boletines que arrojan los análisis de los observadores, por ello se diseñan infografías cortas que van ancladas en las historias destacadas que se configuran como un portal donde se invita a la revisión y consulta de la página web: www.oirenorte.co.

3.3. Descripción de las actividades que componen la propuesta comunicativa

Tabla 1. Actividades que componen la propuesta comunicativa

3.3.1. Actividad	3.3.2. Objetivo	3.3.3. Justificación	3.3.4. Funciones del pasante	3.3.5. Recursos físicos, humanos y económicos utilizados	3.3.6. Indicadores alcanzados
Fase Diagnostica: Identificación de actores y aliados de OIRE	Identificar los actores más relevantes y aliados del observatorio con el fin de establecer oportunidades y público objetivo.	Antes de diseñar una estrategia de comunicación se deben establecer e identificar públicos objetivos y aliados que son claves en procesos de posicionamiento.	Elaborar junto al equipo de trabajo de OIRE el mapa de actores clave.	1. Teléfono con conexión a internet: $850.000 2. Invitación a Reunión del equipo de trabajo mediante Whatsapp 3. Pasaje del Pasante: $.4.800 4. Computador portátil para la recolección de la información: Acer $3.399.000 5. Tablero para generar lluvia de ideas: $89.900 6. Marcador borrable recargable para el tablero: $6.200 7. Borrador para el tablero: $6.000 Total: $4,355,900	Se establece el mapa de actores que permite reconocer y consultar los actores y públicos a los cuales se enfocan los contenidos.
Fase Diagnostica: Matriz DOFA	Establecer las necesidades de comunicación del	Para establecer las formas de comunicación se deben conocer las necesidades, esto	A partir de observación se establece la matriz	1. Invitación a Reunión del equipo de trabajo mediante Whatsapp.	El diseño de una matriz DOFA ha permitido

necesidades comunicativas OIRE	Observatorio OIRE	en pro de que los objetivos y/o actividades de la estrategia estén encaminados en solventar alguna necesidad.	DOFA que revela las necesidades comunicacionales del observatorio.	2. Pasaje del Pasante: $.4.800. 3. Computador para la recolección de la información: Acer $3.399.000 4. Tiempo estimado de observación y análisis 15 días. Total: $3,403,800	identificar y suplir necesidades comunicacionales a través de la propuesta comunicativa.
Fase desarrollo de imagen: Diseño de Manual corporativo	Producir una estrategia de comunicación digital que contenga las interpretaciones educativas de OIRE Norte	Para ejecutar adecuadamente una estrategia comunicativa, se requiere también unos lineamientos corporativos estipulados que permitan establecer el enfoque y línea grafica en la producción de piezas.	Diseñar y diagramar el manual de imagen corporativa.	1. Computador para el diseño: Acer $3.399.000. **2.** Licencia de programas de edición Adobbe: $79.873 al mes**.** **3.** Tiempo estimado de diseño y correcciones: 1 mes **4.** Conexión a Internet: paquete claro hogar $70.000 Total: $3,548,873	Se recibe una evaluación interna positiva para el contenido y se enmarca una línea grafica como insumo para la organización.
Fase desarrollo de imagen: Diseño de material PoP	Producir una estrategia de comunicación digital que contenga las interpretaciones educativas de OIRE Norte	Una vez definida la línea grafica corporativa, el material PoP es un insumo que representa un objeto de valor para impulsar la marca de forma indirecta y/o pasiva con personas que han estado	Diseñar Material PoP, como insumo también a establecer dentro del manual corporativo.	1.Computador para el diseño: Acer $3.399.000. 2. Licencia de programas de edición Adobbe: $79.873 al mes.	Se recibe una evaluación interna positiva para el contenido y se enmarca una línea grafica como insumo para la organización.

		en contacto con la organización.		3. Tiempo estimado de diseño y correcciones: 1 mes 4. Conexión a Internet: paquete claro hogar $70.000 Total: $3,548,873	
Fase desarrollo de imagen: Creación de Redes Sociales	Producir una estrategia de comunicación digital que contenga las interpretaciones educativas de OIRE Norte	los avances tecnológicos y la globalización del internet evidencian cifras que hacen de las redes sociales herramientas de alto impacto en procesos de visibilzación y posicionamiento en opinión pública, por ello es necesario que la organización cuente con estas plataformas.	Crear, establecer y manejar las redes sociales de OIRE (Facebook e Instagram)	1.Computador con conexión a internet: Acer $3.399.000. 2.Conexión a Internet: paquete claro hogar $70.000. 3. Imágenes de logos y banners previamente diseñados. 4. Tiempo total de creación de perfiles: 30 minutos. 5.Tiempo total de configuración y personalización de perfiles: 1 hora. Total: $3,469,000	Se crearon canales de comunicación, divulgación y visibilización para la organización.
Fase de producción: Reconocimiento y posicionamiento. (contenidos iniciales en las plataformas)	Producir una estrategia de comunicación digital que contenga las interpretaciones educativas de OIRE Norte	Como primera fase en esta estrategia se necesita un proceso de posicionamiento, en el cual es importante generar un contexto a la audiencia del que somos, quienes somos y que hacemos, por ello se opta	Diseño de piezas graficas/publicaciones para dar a conocer el observatorio y a los observadores.	1.Computador para el diseño: Acer $3.399.000. 2.Licencia de programas de edición Adobbe: $79.873 al mes. 3. Tiempo estimado de diseño y correcciones: 20 días.	Se empieza a generar visibilidad del organismo en la región y se dan los primeros pasos hacia el posicionamiento

		por el diseño de piezas graficas que permitan mostrar a la comunidad las respuestas a dichas preguntas.		4.Conexión a Internet: paquete claro hogar $70.000 5. Redacción de copy's 6. Tiempo total de generación de publicación: 10 minutos. Total: $3,548,873	como un líder de opinión.
Fase de producción: Reel's, Pensando la Educación.	Producir una estrategia de comunicación digital que contenga las interpretaciones educativas de OIRE Norte	Como segunda fase, se da comienzo al desarrollo del eje principal de la estrategia, dar visibilidad a las interpretaciones realizadas por el observatorio, para ello se establecen como herramientas las videocapsulas (reel's), las cuales permiten visibilizar de forma corta y entretenida el contenido.	Diseño y producción de serie de video capsulas- Reel's "Pensando la Educación"	1.Computador para el diseño: Acer $3.399.000. 2.Licencia de programas de edición Adobbe: $79.873 al mes. 3. Tripode Beston: $110.000 4. Microfono lavalier Boya: $170.000 4. Camara Nikon D3500: $3.749.900 5.Memoria SD de 64 GB: $79.990 6.Tiempo estimado de grabaciones: 5 días. 7.Conexión a Internet: paquete claro hogar $70.000 8. Elaboración de guiones. 9. Producción intro reel's Total: $7,658,763	Se empieza a generar visibilidad del trabajo realizado por el organismo en la región .

Fase de producción: Ojo al dato	Producir una estrategia de comunicación digital que contenga las interpretaciones educativas de OIRE Norte	Durante la estrategia se busca potenciar la consulta de la página web, donde se encuentra todo el material investigativo y noticioso del observatorio, a través de las redes sociales, Instagram a través de sus storie's permite la participación de la audiencia además de configurarse como un portal que permite conectar y llegar más fácil a la página.	Diseño de piezas graficas que contienen datos clave e importantes que invitan a la revisión de los boletines para la página web de OIRE	1.Sistematizacion de los datos recogidos por el equipo de Observadores. 1.Computador para el diseño: Acer $3.399.000. 2.Licencia de programas de edición Adobbe: $79.873 al mes. 3.Conexión a Internet: paquete claro hogar $70.000 Total: $3,548,873	Se genera material de consulta rápida desde los canales de comunicación del observatorio.

Capítulo IV Propuesta Comunicativa

Dossier de productos

Fase Diagnostica

Tabla 2. Mapa de Actores

ACTOR	INTEGRAN	INTERESES Y PARTICIPACIÓN
Instituciones del Estado y entidades territoriales certificadas en educación	- Ministerios de Educación y Cultura - Gobernación Norte de Santander - Alcaldía de Cúcuta - Autoridades municipales a través de las asociaciones de municipios del departamento - Secretaría de Educación del Departamento - Secretaría de Educación de Cúcuta - Regional SENA - Regional ICBF	- Garantes del derecho a la educación - Conocimientos sobre las dinámicas de incidencia educativa en todos los ámbitos sociales en torno a la educación - Liderazgo del Pacto por la Educación - Convocatoria a consolidar alianza por la educación - Capacidad para la inversión financiera, humana e infraestructura educativa - Talento humano capacitado para aportar a las transformaciones educativas - Transformación de la realidad de la educación en Norte de Santander - Mejorar la calidad de la educación en el territorio - Aliados comprometidos con el desarrollo del proceso del Pacto por la Educación - Responsables de la Nueva Política Pública Educativa para Norte de Santander - Participantes que lideran los procesos de la experiencia Pacto por la Educación - Aportan experiencias significativas en procesos de liderazgo y gestión de la educación
ACADEMIA	- CUEE - SIES + - Universidad Simón Bolívar	- Conocimientos sobre las dinámicas de incidencia educativa en los escenarios de formación académica, técnica, tecnológica y profesional - Músculo humano capacitado para la recolección de aportes frente a las transformaciones educativas

	- Universidad de Pamplona - Universidad Francisco de Paula Santander. - ISER - Universidad Minuto de Dios - UANORTE - FESC - Red EFTDH - Universidad EAFIT - UNAD	- Garantes del desarrollo integral en los escenarios de aprendizaje y posteriores espacios académicos y profesionales del ser humano - Mejorar las capacidades y competencias del recurso humano en el territorio - Co-creadores de la Nueva Política Pública Educativa para Norte de Santander - Colaboradores y cooperantes en el desarrollo de los escenarios participativos del proceso - Co-responsables del desarrollo de las Estrategias Participativas del Pacto por la Educación - Participantes líderes de los procesos vividos a lo largo de la experiencia Pacto por la Educación - Aliados comprometidos con el desarrollo del proceso del Pacto por la Educación
Comunidades educativas	- EE de Norte de Santander y EE de Cúcuta - Directivos Docentes y Docentes del departamento - Estudiantes desde la primera infancia hasta el pos gradual - Padres de familia de estudiantes de Norte de Santander - Sindicatos de maestros y asociación de rectores - IED Corporación Fé y Alegría - FACE	- Experiencias significativas en el ejercicio de la educación - Conocimiento sobre las dinámicas educativas en la diversidad del territorio - Protagonistas de los procesos de aprendizaje - Transformar la realidad de la educación en Norte de Santander - Innovación en los procesos de aprendizaje - Principales beneficiados o afectados de las condiciones generales en las que se realiza el ejercicio de la educación en los territorios - Co-creadores de la Nueva Política Pública Educativa para Norte de Santander - Líderes en la promoción del proceso en la diversidad del territorio - Líderes impulsores del proceso participativa dentro de las comunidades educativas en Norte de Santander

Sector social	- EDUCAPAZ - Fundación Empresarios por la Educación-ExE - ECIF - Enseña por Colombia-ExC - Iglesia Católica - Red de Escuelas sin Violencia - Red Papaz - Fundación Movistar - Federación de JAC´s – Comité Pedagógico - Plataforma de Juventudes - Observatorio de Género - Mesa de Migrantes - Fundación movistar - Comunidades indígenas y Pueblos ancestrales - Mesa de Víctimas - Mesa de Discapacidad - Mesa Consultiva de comunidades NARP - Mesa Organizaciones LGBTIQ+ - Mesa Departamental de Asuntos Religiosos - Parcomún	- Músculo humano capacitado para la recolección de aportes frente a las transformaciones educativas - Transformar la realidad de la educación en Norte de Santander - Mejorar la calidad de la educación en el territorio - Colaboradores y cooperantes en el desarrollo de los escenarios participativos del proceso - Co-responsables del desarrollo de la Estrategia Participativa del Pacto por la Educación - Participantes que lideran los procesos de la experiencia Pacto por la Educación - Co-creadores de la Nueva Política Pública Educativa para Norte de Santander - Conocimiento sobre las dinámicas de incidencia educativa en la diversidad de poblaciones - Mejorar la calidad de la educación en el territorio - Búsqueda de garantías para las condiciones de la educación según sus particularidades - Reconocimiento e inclusión de la diversidad y la diferencia en los procesos educativos dentro y fuera de las aulas - Formación de nuevas ciudadanías que respondan a las necesidades del territorio - Desarrollo integral del ser humano
Sector privado	- ANDI - Cámara de Comercio de Cúcuta	- Co-creadores de la Nueva Política Pública Educativa para Norte de Santander - Colaboradores y cooperantes en el desarrollo de los escenarios participativos del proceso

	- Gremios de la producción en Norte de Santander - Mundo Legu - Canal TRO - La Opinión	- Mejorar las capacidades, habilidades y competencias del recurso humano en el territorio - Transformar la realidad de la educación en Norte de Santander - Experiencias significativas en los escenarios productivos en cada sector - Mejorar la calidad de vida en el territorio - Participantes en el desarrollo de la Estrategia Participativa del Pacto por la Educación - Actores comprometidos con el desarrollo del proceso del Pacto por la Educación
Sector político	- Asamblea Departamental	- Órgano legislativo del nivel departamental - Responsable de elevar a Ordenanza del documento final de la Nueva Política Pública Educativa para Norte de Santander - Seguimiento al ejecutivo - Mejorar la calidad de vida en el territorio - Co-responsables de la transformación de la realidad de la educación en Norte de Santander - Actores incidentes en la toma de decisiones y voluntades políticas frente a la educación en el territorio.
Cooperación internacional	- ProPaz II – GIZ - Juntos Aprendemos - USAID - Colombia Transforma – USAID - Save the Children - Consejo Noruego para Refugiados - UNICEF - UNESCO	- Actores comprometidos con el desarrollo del proceso participativo del Pacto por la Educación - Transformar la realidad de la educación en Norte de Santander - Co-creadores de la Nueva Política Pública Educativa para Norte de Santander - Colaboradores y cooperantes en el desarrollo de los escenarios participativos del proceso - Conocimientos sobre las dinámicas de incidencia educativa en la diversidad del territorio - Experiencias significativas en procesos de apoyo al liderazgo y gestión de la educación - Promotores en las dinámicas de innovación en la educación - Transformar la realidad de la educación en Norte de Santander

Fuente: Elaboración propia

Taba 3. Matriz Dofa

DOFA	
Debilidades	***Oportunidades***
• *Organización en proceso de posicionamiento.* • *Falta de Manual Corporativo.* • *Continua como una Iniciativa* • *Inexistencia de protocolo de comunicaciones*	• *Primer organismo de observación. en materia educativa en la región.* • *Gran cantidad de datos para generar contenidos* • *Buen relacionamiento estratégico con actores claves del ecosistema educativo de sectores como: público, privado, social y de la cooperación internacional que puede garantizar la sostenibilidad del proceso.* • *Tiene como plataforma de difusión una entidad territorial certificada que legitima el proceso de investigación (gobernación de NDS)*
Fortalezas	***Amenazas***
• *Aliados reconocidos.* • *Equipo Organizado y colaborativo.* • *Buenas relaciones externas.* • *Contenido de alto impacto.* • *Línea grafica consolidada y posicionada en público interno* • *Independencia para la producción investigativa*	• *Inexistencia redes sociales.* • *Falta de organización en actividades de visibilización.* • *Limitaciones en presupuestos.* • *Consolidación del estatus legal esta en incertidumbre por cuestiones de intereses.* • *No hay reconocimiento de la población*

Fuente: Elaboración propia

Fase desarrollo de imagen:

Manual Corporativo y Material PoP: consultar Anexo 1.

Dossier con productos: publicaciones, reel's e historias, ver Anexo 2

Redes Sociales:

Figura 1. Perfil de Instagram

Fuente: @oirenorte. https://www.instagram.com/oirenorte/.

Tabla 4. Cronograma de publicaciones

Cronograma de publicaciones en redes sociales			
Mes	**Fecha**	**Día**	**Publicación**
Septiembre	15	jueves	Apertura redes sociales
septiembre	22	jueves	publicación presentación del observatorio
septiembre	27	Martes	¿Qué son los observatorios?
Octubre	12	Miércoles	¿Qué es el pacto por la educación?
Octubre	27	Jueves	¿Qué busca OIRE?
Octubre	31	Lunes	Rutas participativas
Octubre	31	Lunes	Primera Infancia
Noviembre	1	Martes	Perfil JDH
Noviembre	1	Martes	Reel Significado OIRE JDH
Noviembre	3	Viernes	¿Que se necesita para firmar el pacto?
Noviembre	8	Martes	Perfil Antonio Bravo
Noviembre	8	Martes	Reel Significado OIRE Antonio
Noviembre	15	Martes	Ojo al Dato 2
Noviembre	19	Sábado	Reel Balance educación JDH
Noviembre	19	Sábado	Estreno “Voces del Pacto” 1
Noviembre	22	Martes	Ojo al Dato 3
Noviembre	25	Viernes	Reel Balance Educación Antonio
Diciembre	1	Jueves	Ojo al Dato 4
Diciembre	1	Jueves	Perfil Liliana
Diciembre	6	Martes	Reel Brechas JDH
Diciembre	8	Jueves	Reel Brechas Liliana
Diciembre	13	Martes	Ojo al Dato 3
Diciembre	15	Jueves	Reel Brechas Antonio
Diciembre	20	Martes	Reel Estado de la calidad JDH
Diciembre	22	Jueves	Reel Estado de la calidad Liliana
Diciembre	24	Sábado	Publicación navidad

Diciembre	27	Martes	Reel Estado de la calidad Antonio
Diciembre	29	Jueves	Ojo al Dato
Diciembre	31	Sábado	publicación Año nuevo

Fuente: Elaboración propia

Nota: se establecen las fechas de acuerdo a los días con más tráfico en estas dos redes sociales y al estar conectadas solo se debe publicar una vez.

Evaluación de la propuesta comunicativa desarrollada

Evaluación del equipo de trabajo al Manual corporativo y Material POP

Se realizó una evaluación con el equipo del observatorio la cual mediante una encuesta buscaba evaluar el grado de aceptación y pertinencia de la propuesta de Manual corporativo, evaluando en una escala de 1 a 5, participaron 5 de los 7 integrantes del equipo OIRE, los cuales arrojaron los siguientes resultados, siendo: 5. Muy pertinente, 4. Pertinente, 3. Neutral, 2. Poco pertinente, 1. Impertinente.

Figura 4. Resultados de la encuesta aplicada al equipo del observatorio

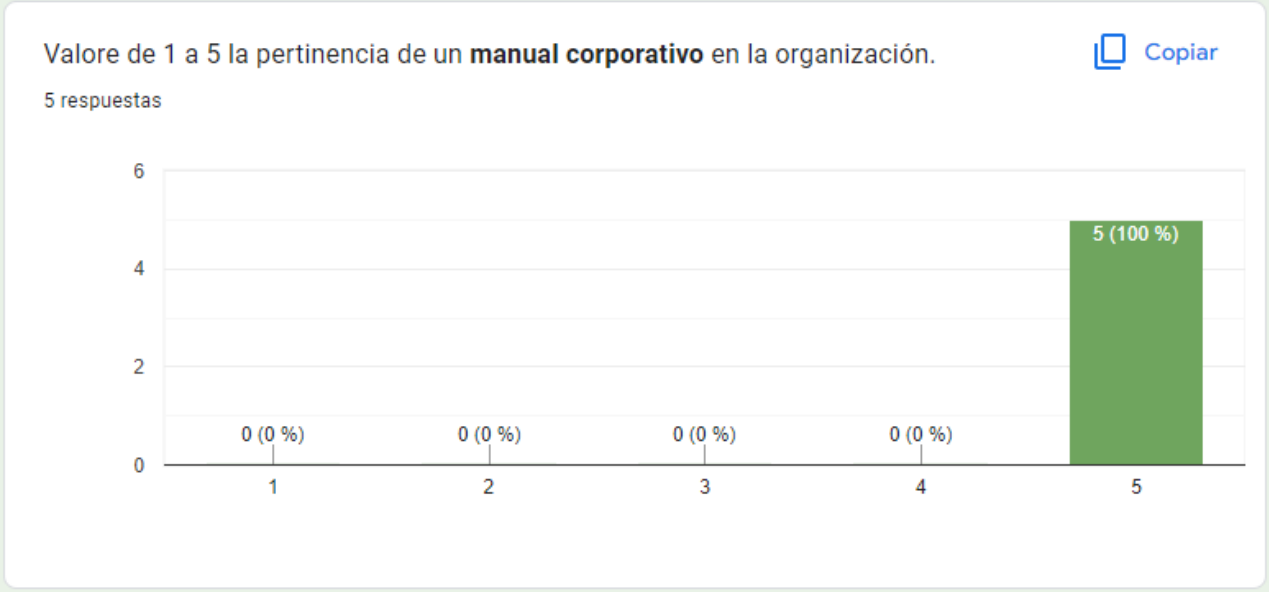


Figura 5. Resultados de la encuesta aplicada al equipo del observatorio

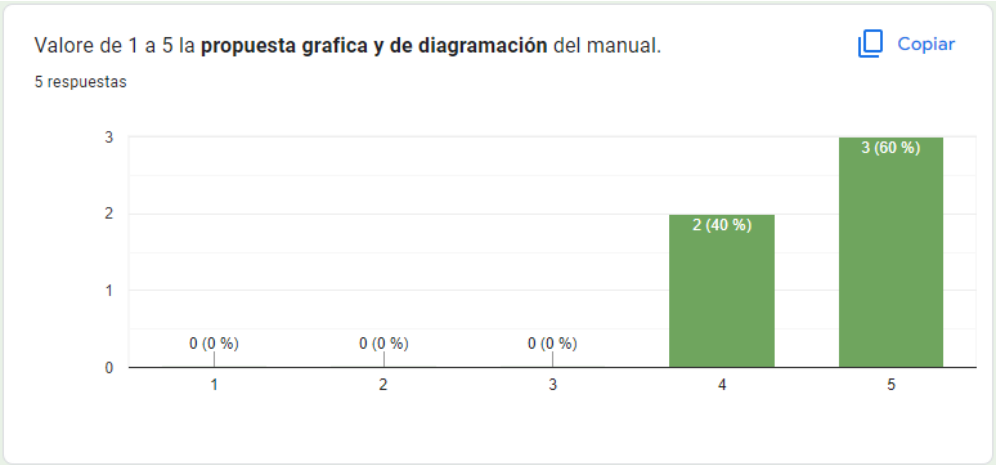


Figura 6. Resultados de la encuesta aplicada al equipo del observatorio

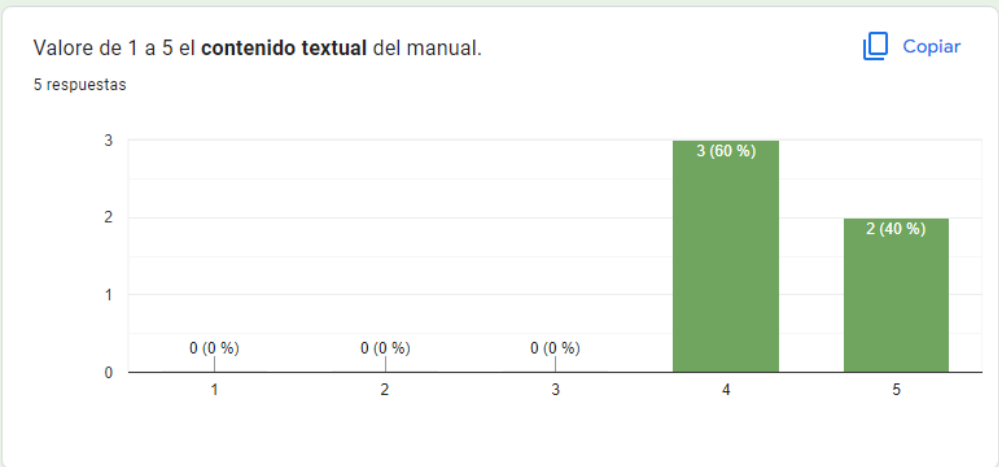
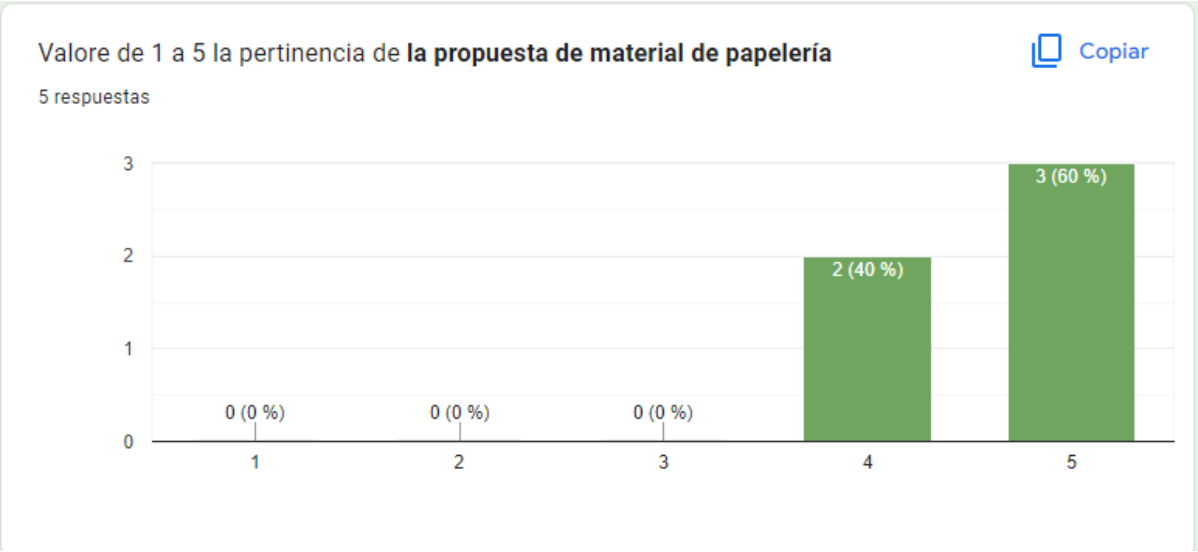


Figura 7. Resultados de la encuesta aplicada al equipo del observatorio



Capítulo V: Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

El sistema educativo y sus plataformas de gestión de datos como el SIMAT tienen la capacidad de recoger información etaria y del contexto socioeconómico de las comunidades académicas conformadas por los directivos docentes, docentes, padres de familia y estudiantes, pero desde la investigación del observatorio se ha identificado en la región dinámicas de usos irresponsables de los datos, por ello es de vital importancia un organismo que pueda ponerle el ojo a la gestión de la información y potenciar la toma de decisiones informadas a partir del análisis y divulgación transparente de los datos desde plataformas no politizadas que permitan la interacción de la ciudadanía de la sociedad civil organizada y no organizada.

Las estrategias de comunicaciones con enfoques de desarrollo de contenido para plataformas digitales son imperativas para ampliar el margen de difusión de información y llegar a más públicos, pues son además un canal de divulgación que puede ser usado no solo para el ocio sino también para transmitir información relevante para la sociedad civil en general; teniendo en cuenta que en el mundo de hoy las redes sociales hacen parte del sentido común y los canales de comunicación de las sociedades actuales por lo cual una organización como OIRE que tiene intereses de incidencia social y política, debe existir y tener un espacio en el mundo virtual, pues permite a las organizaciones estatales o agencias de orden social, informar sobre los procesos y su gestión en los territorios.

La planeación estratégica en redes sociales debe permitir interactividad, así como la consulta de contenidos de forma dinámica, puesto que, los avances tecnológicos y nuevas lógicas de consumo digital dentro de las plataformas, obligan a que los contenidos sean variados y

promuevan lecturas rápidas, además de que deben contar con un componente diferencial que genere recordación de marca y fortalezca la identidad conceptual de la línea gráfica.

Una de las metas fundamentales de una estrategia de comunicaciones con enfoque en contenidos digitales tiene que ver con generar apropiación del conocimiento en la sociedad civil no organizada, para lograr que esta reconozca la importancia del observatorio para orientar la toma de decisiones en materia de políticas públicas, otorgando el carácter de ciudadanía activa a las comunidades en la participación y direccionamiento del sistema educativo.

En prospectiva el direccionamiento estratégico de las comunicaciones internas y externas, así como la selección de canales de difusión de información para los distintos grupos de interés de OIRE, garantizará la sostenibilidad de los procesos promovidos desde esta organización, teniendo en cuenta que los fenómenos sociales que son sujeto de estudio del observatorio involucran directamente a toda la sociedad y la misionalidad de una entidad de este tipo tiene que ver con comunicar de manera sucinta los datos que pueden llegar a tener un carácter muy técnico para la comprensión de las personas que no pertenecen al sector académico.

Teniendo en cuenta que el observatorio de interpretación de realidades educativas de Norte de Santander OIRE es el primero organismo de este tipo en la región, su estrategia de comunicaciones es también pionera en materia de gestión digital de contenidos para la generación de apropiación de la información, para fortalecer su imagen como un ente de opinión publica con legitimidad académica. Esta estrategia de comunicaciones será entonces, un referente en el diseño de herramientas informativas pertinentes para este tipo de entidades.

Recomendaciones.

Es fundamental para la gestión organizacional del observatorio, garantizar la existencia de un departamento de comunicaciones que este conformado por un área de diseño de contenidos gráficos, una de producción audiovisual, una de redacción de contenidos digitales, una de gestión informática para el manejo de la plataforma web: www.oirenorte.co y una coordinación de comunicación que articule estratégicamente las actividades desarrolladas desde las demás áreas, con encuentros de planeación que se desarrollen de manera semanal, para que las tácticas informativas respondan a la inmediatez y contingencia de los procesos de recolección de información desarrollados desde el equipo de observadores.

Para responder a las necesidades cambiantes de las realidades educativas del departamento y las dinámicas de consumo digital que evolucionan cada vez más rápido, es importante que se renueve año a año la propuesta de las estrategias de comunicación digital con satisfactores que se ajustan de manera pertinente a esas transiciones de códigos de comunicación.

Como complemento de las acciones para promover el uso correcto de los activos comunicativos del observatorio expresados en el manual de imagen corporativa diseñado en el marco de esta propuesta es necesario establecer protocolos de producción audiovisual, de comunicación externa y de usos correctos en plataformas digitales como redes sociales y pagina web, para garantizar la armonía gráfica y conceptual en todos los canales de comunicación.

El departamento de comunicaciones debe estipular evaluaciones periódicas con todo el talento humano de OIRE, estos procesos deben estar antecedidos por una socialización de las decisiones tomadas y la gestión de las comunicaciones durante un periodo no mayor a 6 meses, por lo cual se recomienda desarrollar como mínimo 3 evaluaciones anuales.

Bibliografía

Acosta, A., & Martínez, E. (2009). El buen vivir: una vía para el desarrollo. Editorial Abya-Yala.

Alfaro, R. M. (2013). Ciudadanías y Medios: Veedurías desde la participación ciudadana. Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital, 2(1).

Alfaro, R. M. (1993). La comunicación como relación para el desarrollo. Una comunicación para otro desarrollo. Lima: Calandria, 27-39.

Aparici, R. (2011). Educomunicación: más allá del 2.0. Barcelona, España: Editorial Gedisa.

Batista, E. (s.f.) (2020). La escuela como ecosistema para una educación sustentable hacia el bien común. El raverbero de Juan paz. Recuperado de: https://juanpaz.net/la-escuela-como-ecosistema-para-una-educacion-sustentable-hacia-el-bien-comun/

Bermejo-Berros, J. (2021). El método dialógico-crítico en Educomunicación para fomentar el pensamiento narrativo. *Comunicar*, *29*(68), 111-121.

BRONFENBRENNER, Urie (1987): La ecología del desarrollo humano. Buenos Aires: Ediciones Paidós

Domínguez, L. F. B., Alcívar, Y. A. A., & Barahona, C. M. A. (2022). Educomunicación y recursos didácticos. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación en Ciencias Administrativas, Económicas y Contables). ISSN: 2588-090X. Polo de Capacitación, Investigación y Publicación (POCAIP)*, *7*(3), 165-177.

Fernández Massara, M. B. (2016). Mediaciones tecnoeducativas. Consideraciones teóricas a partir de la obra de Jesús Martín-Barbero. *Comunicación y sociedad*, (27), 197-220.

FREIRE, P. Pedagogia do oprimido. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978

García Rosales, D. F. (2020). Comunicación digital: estrategias integradas de marketing. Questiones publicitarias, 3(26), 0057-58.

Hernandez Garcia De Velazco, J y Chumaceiro Hernandez, A. (2018). *Una discusión epistemológica sobre gestión de la participación ciudadana.*

Kaplún, M. (1997). De medios y fines en comunicación educativa. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, (58)

Marcial, N. A. (2009). ¿Qué son los observatorios y cuáles son sus funciones? *Innovación educativa*, *9*(47), 5-17. https://www.redalyc.org/pdf/1794/179414895002.pdf

Martín-Barbero, J. (1987). De los medios a las mediaciones.

MARTÍN BARBERO, Jesús.De los medios a las mediaciones: comunicación, hegemonía y cultura. Convenio Andrés Bello. Santafé de Bogotá. 5a. Edición. 1998. 351 pp.

Madroñero, G., & Capriotti, P. (2018). La etapa de la Estrategia de Comunicación en el proceso de planificación de la comunicación y las relaciones públicas. *Revista internacional de relaciones públicas*, *8*(16), 171-186.

Massoni, S. (2007). Modelo de Comunicación Estratégica (Tres movimientos y siete pasos para comunicar estratégicamente).

Muñoz-Guevara, E., Velázquez-García, G., & Barragán-López, J. F. (2021). Análisis sobre la evolución tecnológica hacia la Educación 4.0 y la virtualización de la Educación Superior. *Transdigital*, *2*(4).

Naciones Unidas (2017), La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible

Olvera Chevez, L. L. (2021). Influencia de las redes sociales en la educomunicación de los jóvenes de la parroquia 24 de mayo de la ciudad de Quevedo, año 2021 (Bachelor's thesis, BABAHOYO: UTB, 2021).

Pedreira, M. C. C., Torres-Toukoumidis, Á., Romero-Rodríguez, L. M., & Aguaded, I. (2019). Noción de la educomunicación en las organizaciones intergubernamentales. *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, 23-40.

Pérez, R. A. (2005). Estrategar: el fenómeno perdido de la teoría estratégica. *Presentado en el III Encuentro Iberoamericano Sobre Estrategias de Comunicación*.

Pérez, R. A., & Massoni, S. (2009). *Hacia una teoría general de la estrategia: el cambio de paradigma en el comportamiento humano, la sociedad y las instituciones*. Ariel.

Scolari, C. (2008). Hipermediaciones. Barcelona, España: Ge-disa.

Tama, J. A. O., & Zambrano, F. T. (2021). Ecosistema y aprendizaje: una visión centrada en la creatividad en la educación de los alumnos de la unidad educativa Rafael Astudillo. *Polo del Conocimiento*, *6*(10), 422-443.

Vallejo, V. A., & Laverde, A. C. (2016). La Educomunicación en entornos digitales: un análisis desde los intercambios de información. *Opción*, *32*(7), 461-479