



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

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

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
LICENCIADAS EN COMUNICACIÓN**

**MODALIDAD DE TITULACIÓN
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

TÍTULO
**COMUNICACIÓN TRANSMEDIA Y PARTICIPACIÓN DE PROSUMIDORES EN EL
MEDIO DIGITAL ECUADOR EN DIRECTO, 2025-2026**

AUTORES:
YAGUAL CUSME NICOLE ESTEFANIA
TOBAR SANTOS AURIK ROSARIO

TUTORA:
LIC. LILIAN SUSANA MOLINA BENAVIDES, PhD.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2026



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

CARRERA DE COMUNICACIÓN

La Libertad, 20 de julio de 2026

CERTIFICADO DE TUTORÍA

En mi calidad de Profesor Tutor del Trabajo de Investigación de título “**COMUNICACIÓN TRANSMEDIA Y PARTICIPACIÓN DE PROSUMIDORES EN EL MEDIO DIGITAL ECUADOR EN DIRECTO, 2025-2026**” de autoría de las estudiantes **YAGUAL CUSME NICOLE ESTEFANIA** y **TOBAR SANTOS AURIK ROSARIO**, previo a la obtención del título de **LICENCIADAS EN COMUNICACIÓN**, declaro que luego de haber orientado científica y metodológicamente su desarrollo se encuentra concluido en todas sus partes cumpliendo así con el proceso de acompañamiento determinado en la normativa interna, recomendando se inicien los procesos de evaluación que corresponden.

LIC. LILIAN SUSANA MOLINA BENAVIDES, PhD.



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD

CARRERA DE COMUNICACIÓN

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, **YAGUAL CUSME NICOLE ESTEFANIA** y **TOBAR SANTOS AURIK ROSARIO**, portador(a) de la cédula de identidad N.º **2450514670** y **2450882374**, estudiantes de la carrera de **COMUNICACIÓN**, declaramos bajo juramento que el trabajo de titulación: **“COMUNICACIÓN TRANSMEDIA Y PARTICIPACIÓN DE PROSUMIDORES EN EL MEDIO DIGITAL ECUADOR EN DIRECTO, 2025-2026”** es de nuestra autoría, ha sido elaborado de manera personal y cumple con las normas éticas y legales de la investigación académica. Asimismo, certifico que todas las fuentes utilizadas han sido debidamente citadas y referenciadas, respetando los derechos de propiedad intelectual de terceros. En este sentido, manifiesto que no hemos incurrido en plagio, autoplagio ni en ninguna forma de deshonestidad académica, autorizando a su vez a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, a utilizar, reproducir, difundir y almacenar este trabajo con fines académicos, investigativos y de consulta.

Firma:

Cédula de Identidad:

Fecha: 20 de julio de 2026

Correo electrónico:

nicole.yagualcusme@upse.edu.ec

Teléfono: 0961112258

Firma:

Cédula de Identidad: 2450882374

Fecha: 20 de julio de 2026

Correo electrónico:

aurik.tobarsantos@upse.edu.ec

Teléfono: 0986459983

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR



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



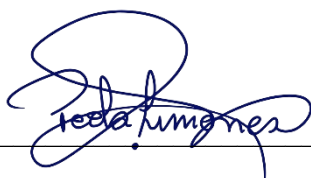
Lcda. María Isabel Posligua Quinde, MSc.
**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



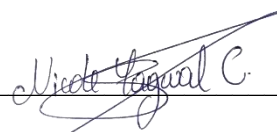
Lcda. Lilian Molina Benavides Ph.D.
**DOCENTE TUTOR(A) DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



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



Ing. Yolanda Paola Limones Borbor, Mgtr
**ASISTENTE ADMINISTRATIVO
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



Yagual Cusme Nicole Estefania
**ESTUDIANTE
CI: 2450514670**



Tobar Santos Aurik Rosario
**ESTUDIANTE
CI: 2450882374**

DEDICATORIA

Con profunda gratitud, elevó esta dedicatoria a Dios, por sostenerme en los momentos más difíciles de mi vida, especialmente durante una de las pruebas más grandes que tuve que enfrentar. Gracias por darme la fortaleza, esperanza y la oportunidad de seguir adelante hasta alcanzar esta meta. Gracias, padre amado, por nunca soltar mi mano y guiar cada uno de mis pasos.

A mis padres, Felipe Yagual González y Rosa Cusme Gonzabay, no hay palabras que puedan explicar con exactitud todo lo que significan para mí, aun así, intento condensar en estas líneas su amor, esfuerzo, valores y enseñanzas. Este logro es también de ustedes.

A mi esposo Erick Montenegro, y a mis hijas, Sara y Amira Montenegro Yagual, por su amor, paciencia y comprensión. Ustedes son mi mayor motivación.

A mi hermano Irving Yagual, por su apoyo, sus palabras de aliento y por estar siempre a mi lado.

A mi tía, María Cusme, por su cariño, apoyo y compañía cuando más lo necesité. Mi gratitud será siempre inmensa.

Finalmente, a la memoria de mi querido hermano, Ing. Com. Ronald Felipe Yagual Cusme, cuyo recuerdo vivirá siempre en mi corazón.

Yagual Cusme Nicole Estefania

Mi dedicatoria principal es para Dios, por permitirme culminar este proceso con vida y éxito. Este camino estuvo trazado por diversas situaciones que no me detuvieron al contrario me impulsaron a continuar, aún con muchas adversidades, mi principal motivación proviene de tres mujeres cuya fortaleza me demostró que nosotras siempre podemos, una de ellas es mi abuela materna Belarmina Claudina Fuentes Méndez, quien lamentablemente partió de este plano terrenal cuando cursaba el segundo semestre; sin embargo, y pese a las oportunidades que ella no tuvo, jamás me limitó y nunca dejó de animarme repitiendo siempre que no me detenga hasta lograr lo que quiero, solo ahora que estoy un paso de culminar este trayecto puedo decir con amor en su nombre que tenía mucha razón; mi segundo motivo es mi madre Tuma Santos Fuentes quien es mi sustento primordial, mi mejor amiga y la persona detrás de cada logro en mi vida, sin ella nada de esto sería posible; la tercera y no menos importante, mi hijita Carla Astrid Yagual Tobar de apenas meses de nacida, quien llegó a mi vida con el propósito de hacerme una mejor persona y demostrarme que ser madre no es impedimento para lograr mis metas

Tobar Santos Aurik Rosario

AGRADECIMIENTOS

Expreso mi más sincero agradecimiento a la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE), por brindarme la oportunidad de cumplir este sueño y formarme como profesional.

Mi gratitud a todos los docentes que me acompañaron a lo largo de esta carrera. Inicié este camino en medio de la pandemia, enfrentando el desafío de las clases en línea, una etapa que puso a prueba nuestra capacidad de adaptación, disciplina y perseverancia. Gracias por su dedicación, compromiso y vocación, por guiarnos en cada semestre y por transmitirnos conocimientos que fueron fundamentales para mi formación académica y personal.

Por último, expreso mi gratitud a todas las personas que, de una u otra manera, contribuyeron a que hoy pueda culminar con satisfacción este anhelado objetivo.

Yagual Cusme Nicole Estefania

Mi agradecimiento infinito a la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE) por permitirme ser parte de esta institución al abrirme sus puertas y brindarme tan valiosa oportunidad de acceder a mi formación profesional en la carrera de Comunicación. A docentes que fueron base y guía en este trayecto estudiantil como la Lcda. María Isabel Posligua Quinde, Mgtr. y la Lcda. Lilian Susana Molina Benavides, PhD., a mis jefes por impulsarme y permitir que pueda cumplir con la meta propuesta, a mi madre, mi hija, hermanas, esposo y mis abuelos Elso Santos y Belarmina Fuertes por todo su amor y cuidado al formarme como una persona de bien, siendo parte de este logro, a mis primos Roger y Dórtico Santos, mis tíos Ruber Tobar y Roger Santos y demás amigos/as que no dudaron en brindarme sus consejos y aportes invaluable, este logro es compartido. Así mismo mi agradecimiento sincero a mis hermanas Karina Panchana Santos y Ashley Santos Fuertes por brindarme ese apoyo incondicional cuando debía asistir a clases y quedaban al cuidado de mi hija para que yo pudiera cumplir con mis obligaciones académicas a ellas les auguro éxito en sus estudios profesionales, a mis sobrinos Andy, Miller, Alex y Sheynnis por todo su cariño, desde lo profundo de mi corazón, muchas gracias.

Tobar Santos Aurik Rosario

COMUNICACIÓN TRANSMEDIA Y PARTICIPACIÓN DE PROSUMIDORES EN EL MEDIO DIGITAL ECUADOR EN DIRECTO, 2025-2026.

Yagual Cusme Nicole Estefania

Código Orcid (1) <https://orcid.org/0000-0001-6164-2523>

Tobar Santos Aurik Rosario

Código Orcid (2) <https://orcid.org/0000-0003-1723-1094>

Universidad Estatal Península de Santa Elena-Carrera de Comunicación

RESUMEN

La investigación analiza como la comunicación transmedia y la participación de prosumidores en el medio “Ecuador en Directo” en 2025-2026. Los medios digitales no solo difunden información, generan espacios de interacción, producción y difusión de contenidos por parte de los usuarios. El prosumidor cumple el papel de consumir; reinterpretar y producir mensajes en los entornos comunicacionales de multiplataforma. Fortaleciendo la interacción entre receptor pasivo y transformarse en co-creadores de contenidos. El trabajo se desarrolló bajo en enfoque descriptivo y método cuantitativo, a través de la encuesta realizadas a jóvenes de 18 a 45 años en el cantón La Libertad, con 54% de los encuestados considera que los contenidos informativos están interrelacionados complementando la noticia principal, aunado a eso 50,9% opina que la diversidad de la información mejora la calidad del contenido, diversificando los formatos digitales en la interacción y participación para la difusión de contenidos.

Palabras Clave: *Comunicación transmedia, prosumidor, participación digital, medios digitales, interactividad*

TRANSMEDIA COMMUNICATION AND PROSUMER PARTICIPATION IN THE DIGITAL MEDIA OUTLET ECUADOR EN DIRECTO, 2025-2026

ABSTRACT

The research analyzes transmedia communication and prosumer participation in the media outlet Ecuador en Directo in 2025-2026. Digital media do not only disseminate information; they also create spaces for interaction, production, and distribution of content by users. The prosumer plays the role of consuming, reinterpreting, and producing messages within multiplatform communication environments, strengthening interaction between the passive receiver and transforming them into co-creators of content. The study was developed using a descriptive approach and a quantitative method, through a survey conducted among young people aged 18 to 45 in the canton of La Libertad. 54% of respondents consider that informational content is interconnected, complementing the main news item; in addition, 50,9% believe that the diversity of information improves content quality, diversifying digital formants in interaction and participation for content dissemination.

Keywords: *transmedia communication, prosumer, digital participation, digital media, interactivity.*

ÍNDICE DE CONTENIDO

CERTIFICADO DE TUTORÍA	I
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	II
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTOS	V
RESUMEN	VI
ÍNDICE DE CONTENIDO	1
ÍNDICE DE TABLA	2
ÍNDICE DE FIGURAS	3
INTRODUCCIÓN	4
1. Planteamiento del problema	5
1.1 Antecedentes del problema de investigación	5
1.2 Formulación del problema de investigación	9
1.2.1 Preguntas de investigación	10
1.3 Objetivos	10
1.3.1 Objetivo general	10
1.3.2 Objetivos específicos	11
1.4 Justificación de la investigación	11
1.5 Hipótesis	12
1.6 Variables	12
1.6.1 Variable independiente	12
1.6.2 Variable dependiente	12
2. MARCO REFERENCIAL	13
2.1 Conocimiento actual	13
2.1.1 Características y evolución de la comunicación transmedia	13
2.1.2 Modelos y estrategias de narrativa transmedia en entornos digitales	14
2.1.3 Aplicación de la comunicación transmedia en medios digitales y plataformas	14
2.1.4 De prosumer a las nuevas formas de participación en la cultura digital	15
2.1.5 Participación prosumidora en plataformas digitales	15
2.1.6 Impacto de la participación prosumidora en la co-creación de contenidos y comunidades digitales	16
2.2 Fundamentación teórica y conceptual	16
2.2.1 Teoría de la narrativa transmedia	16
2.2.2 Teoría de la convergencia mediática	17
2.2.3 Teoría del prosumidor	17
2.2.4 Teoría de la cultura participativa	17
2.3 Comunicación transmedia	17
2.3.1 Multiplataforma	17
2.3.2 Narrativa expandida	18
2.3.3 Interactividad	18
2.4 Participación del prosumidor	18
2.4.1 Producción de contenido	18
2.4.2 Interacción con el medio	18
2.4.3 Co-creación y difusión	18
2.5 Marco legal	19
2.5.1 Aspectos internacionales	19
2.5.2 Aspectos Nacionales	20
3. METODOLOGÍA	23
3.1 Paradigma	23
3.2 Enfoque	23
3.3 Tipo y diseño	23
3.4 Método	23
3.5 Técnicas e instrumentos	24
3.6 Población y muestra	24
Matriz de operacionalización de variables	25
4. RESULTADOS	27
4.1 Análisis cuantitativo: Encuesta	27
4.2 Análisis de contenido digital	47
5. DISCUSIONES	48
6. CONCLUSIONES	50
7. RECOMENDACIONES	51
8. Bibliografía	52
9. Anexos	57

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1. Matriz de operacionalización	25
Tabla 2. <i>Rango de Edad</i>	28
Tabla 3. <i>Género</i>	29
Tabla 4. <i>¿Con qué frecuencia utiliza plataformas digitales (redes sociales, sitios web, aplicaciones móviles) para informarse?</i>	30
Tabla 5. <i>¿Qué plataforma digital utiliza con mayor Frecuencia para consumir información de “Ecuador en Directo”?</i>	31
Tabla 6. <i>La información que recibo a través del medio digital “Ecuador en Directo se presenta en diferentes plataformas digitales (redes sociales, sitio web, entre otros)”</i>	32
Tabla 7. <i>Los contenidos informativos que sigo en “Ecuador en Directo” están relacionados entre sí y complementan la historia o noticia principal</i>	33
Tabla 8. <i>Siento que los contenidos digitales me invitan a interactuar, compartir o comentar sobre la información presentada.</i>	34
Tabla 9. <i>Las plataformas digitales del medio “Ecuador en Directo” me ofrecen experiencias multimedia atractivas (videos, infografías, audios) que enriquecen la información.</i>	35
Tabla 10. <i>La comunicación de “Ecuador en Directo” me parece que promueve un diálogo activo entre el medio y la audiencia, más que un mensaje unidireccional.</i>	36
Tabla 11. <i>Me considero un usuario activo que no solo consume contenido, sino que también lo produce o comparte en plataformas digitales.</i>	37
Tabla 12. <i>A través de redes sociales del medio digital “Ecuador en Directo”, participo en la creación y difusión de contenidos informativos.</i>	38
Tabla 13. <i>Siento que mi opinión y participación influye en la forma en que se desarrolla o modifica el contenido digital.</i>	39
Tabla 14. <i>La interacción con otros usuarios y con el medio digital me motiva a generar nuevos contenidos o a colaborar en la información difundida</i>	40
Tabla 15. <i>Considero que la producción de contenido digital por parte de los usuarios facilita una mejor calidad y diversidad de la información que recibo.</i>	41
Tabla 16. <i>Las estrategias de comunicación transmedia utilizadas por “Ecuador en Directo” fomentan mi participación activa en las plataformas digitales.</i>	42
Tabla 17. <i>La diversidad de formatos y plataformas digitales me motiva a involucrarme más en la producción y difusión de contenidos.</i>	43
Tabla 18. <i>La comunicación bidireccional que se genera a través de la narrativa transmedia mejora mi compromiso con la información proporcionada.</i>	44
Tabla 19. <i>La comunicación transmedia contribuye a la formación de opiniones más críticas y fundamentadas en los temas tratados por “Ecuador en Directo”.</i>	45
Tabla 20. <i>Gracias a la comunicación transmedia, me siento parte importante en la construcción y difusión de la información local.</i>	46
Tabla 21	47

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	28
Figura 2.	29
Figura 3.	30
Figura 4.	31
Figura 5.	32
Figura 6.	33
Figura 7.	34
Figura 8.	35
Figura 9.	36
Figura 10.	37
Figura 11.	38
Figura 12.	39
Figura 13.	40
Figura 14.	41
Figura 15.	42
Figura 16.	43
Figura 17.	44
Figura 18.	45
Figura 19.	46

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, los procesos comunicacionales atraviesan una transformación significativa impulsada por la digitalización, la convergencia mediática y el uso intensivo de plataformas digitales. Este nuevo entorno comunicativo ha reformado la relación tradicional entre medios y audiencias, permitiendo que los beneficiarios ya no sean únicamente destinatarios de información, sino también, productores difusores e intérpretes de contenidos en múltiples ámbitos digitales. En este contexto, las narrativas transmedia se consolidan como estrategias comunicativas que articulan relatos a través de diversos formatos y plataformas generando experiencias participativas e interactivas para las audiencias.

La comunicación transmedia tiene como característica expandir el contenido narrativo por las diferentes plataformas digitales aportando y favoreciendo la interacción con los usuarios, de ahí surge el prosumidor como la figura que combina tanto consumir como producir contenidos. Fortaleciendo la participación activa como variable principal en la comunicación digital, con contenido estructurado y planificado transformando la unidireccionalidad a bidireccionalidad.

A nivel local, el estudio permitió comprender las dinámicas de comportamiento que tienen las audiencias activas en plataformas digitales. Las investigaciones evidencian conocimientos sobre contenidos y transmedia, existe la necesidad de formación, planificación y colaboración en la gestión de la comunicación digital. Por ello, nos enfocamos en la influencia que tiene la comunicación transmedia en la participación de los prosumidores en el medio digital Ecuador en Directo.

La necesidad de la investigación radica en determinar como la audiencia estructura sus contenidos informativos en la construcción de opinión y co-creación de contenidos. Dando respuesta a la problemática planteada, se desarrolló bajo paradigmas interpretativo y constructivista, facilitando el análisis de la percepción y participación de la audiencia de Ecuador en Directo. Permitiendo una comprensión profunda del estudio al implementar un enfoque mixto.

Para la investigación se aplicó el tipo descriptivo y de campo orientado a precisar las características y causas de la realidad. Diseño no experimental crucial en la observación e interacción de los hechos sin manipular el entorno. Se aplicó el método deductivo partiendo de teóricos sobre la comunicación transmedia y del prosumidor explicando la realidad del medio digital estudiado.

Se llevó a cabo la recolección de datos mediante la técnica de encuesta utilizando el instrumento cuestionario estructurado bajo la escala de Likert, permitiendo medir la participación y percepción de los usuarios. Delimitando a la población de estudio a personas activas en plataformas digitales, del universo de 208.693 sujetos de la provincia de Santa Elena, según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2010), establecido por la fórmula para poblaciones grandes con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, generando una muestra representativa de 384 personas encuestadas.

1. Planteamiento del problema

1.1 Antecedentes del problema de investigación

La comunicación transmedia se caracteriza por expandir un contenido narrativo mediante diferentes medios digitales, donde cada plataforma aporta información complementaria que fortalece el universo comunicativo y favorece la interacción de los usuarios. Paralelamente surge la figura del prosumidor, entendida como aquel individuo que combina el rol de consumidor y productor dentro del entorno digital.

A nivel internacional, el artículo “Reconectar con la audiencia joven. Narrativa transmedia para la transformación de la televisión de servicio público en España, Francia, Alemania y Reino Unido” para (Azurmendi, 2018) de la Universidad de Navarra, los medios de comunicación realizan un esfuerzo por conectar con la audiencia joven en un panorama donde adolescentes y adultos utilizan dispositivos móviles para acceder a las noticias a través de las redes sociales, siendo las principales fuentes YouTube y Facebook, marcando la transformación que tiene la televisión para mantener un cambio de escenario. Las narrativas transmedia representan un esfuerzo por llegar al público joven al interpretar las narrativas audiovisuales.

El estudio “La importancia de las narrativas transmedia y de los procesos de innovación en la comunicación de crisis. Los casos de los complejos petroquímicos de Tarragona (España) y de Ingeniero White (Argentina)” según (García, 2026), de la Universidad Complutense de Madrid, la comunicación transmedia es parte de las estrategias de comunicación, independiente de la especialidad en la que trabajen, permitiendo nuevas formas narrativas por las tecnologías emergentes que cambian las practicas del consumidor y promueven un producto. Caracterizado

por la circulación de información en tiempo real y contenidos generados por usuarios, considerados relevantes por los procesos de creatividad e innovación.

La indagación “De la comunicación multimedia a la comunicación transmedia: una revisión teórica sobre las actuales narrativas periodísticas” (Robledo et al., 2016) de la Universidad de Piura, mencionan que la organización, producción y evaluación de contenidos son las diversas herramientas que facilitan la comunicación transmedia. Sin embargo, no se aprovechan sus potencialidades, dejando de lado la contribución que tiene el contenido generado por el usuario, altamente recomendable por la participación activa del público con el contenido. Relevante para generar contenidos transmedia cuando las historias permitan y exijan ese desarrollo, dependiendo de la plataforma digital según el tipo de contenido y el público.

En el contexto nacional, la investigación “Comunicación transmedia en los procesos de vinculación universitaria” (Briones et al., 2023) de la Universidad Técnica de Babahoyo mencionan que la sociedad basada en el uso de la tecnología y la globalización de la información exigen soluciones a problemas que la afectan, la comunicación transmedia permite el desarrollo de habilidades y destrezas mediante factores tecnológicos para la promoción y difusión de información utilizando multiplataformas, fomentando un impacto positivo en la sociedad. Una audiencia más conectada a consumir contenidos transmedia a través de canales y plataformas es una estrategia excelente.

El análisis “Estrategias transmedia para comunicar en las organizaciones: Una propuesta metodológica” según (Farinango, 2024) de la Universidad Central del Ecuador, señala la principal variable de la comunicación transmedia como la participación activa; por lo tanto, la participación del prosumidor ha cambiado con la aparición de los medios digitales. Es estratégico para planificar, diseñar y producir nuevos flujos comunicativos, dentro de la era digital se debe abordar diferentes modos de probar la gestión de la comunicación y propuestas en las narrativas transmedia.

La investigación “Proyecto de narrativa transmedia para promover la votación telemática de los ecuatorianos residentes en el exterior” propuesto por Henry Jenkins (2003) como se citó en (Veintimilla, 2024), de la Universidad Andina Simón Bolívar, señala a la comunicación transmedia como el proceso en el que cada medio aporta su propia pieza única de un rompecabezas narrativo más grande. Fragmenta intencionalmente la historia en múltiples plataformas desarrollando una

experiencia más rica e inmersiva para el espectador, deja que el receptor pase de ser un mero pasivo de contenidos para convertirse en un “prosumidor” activo.

A nivel local, el estudio “Las narrativas transmedia cómo estrategias de comunicación política y su impacto en los jóvenes electores del cantón Santa Elena” como mencionan (Pozo & Tomalá, 2025) de Repositorio de UPSE, la comunicación transmedia integra contenidos de varias plataformas de forma horizontal, permitiendo que los jóvenes no solo reciban mensajes, sino que interactúen, compartan y participen activamente generando una integración efectiva de los contenidos. El uso de la comunicación transmedia refleja la presencia de narrativas transmedia como las que expanden una historia por múltiples plataformas de forma coherente y con conexión entre ellas.

El indagación “Narrativa transmedia en la cultura ambiental de los estudiantes de la Unidad Educativa Luis Augusto Mendoza Moreira, La Libertad” para (Soriano, 2024), de Repositorio UPSE la comunicación transmedia utiliza diversas redes sociales para provocar la interacción en múltiples usuarios, promoviendo la interacción, multimedialidad y crear conciencia, garantizando que la información sea presentada de manera precisa y convincente. Con el fin de considerar la relación de la narrativa transmedia y la sociedad, concluyendo que las redes sociales tienen un gran alcance.

El análisis “El periodismo transmedia como estrategia de activación social en la defensa de los derechos humanos en Santa Elena” según (Gonzalez, 2025), de Repositorio UPSE, las tecnologías digitales y el consumo informativo permite nuevas formas de narración, entendiendo como los medios y diversos actores sociales pueden generar conciencia y participación activa de la ciudadanía. Evidenciando que, aunque existe conocimientos sobre conocimiento y práctica de contenidos transmedia, se identificó la necesidad de formación, planificación y colaboración entre medios.

En el contexto internacional, el “Estudio de los futuros comunicadores y su categoría de prosumidores en el contexto de la globalización” de acuerdo con (Bravo et al., 2019) el proceso de relación e interacción determina como los consumidores asumen la categoría de prosumidores, siendo los jóvenes quienes lideran la generación de nuevos procesos de comunicación como pilar fundamental en la comunidad virtual. Las plataformas digitales son fundamentales en un medio en

el que cualquier contenido tiene cabida y precisamente los jóvenes no perciben las limitaciones que se exhiben en los contenidos como lo haría un adulto.

En proyecto “Prosumidores mediáticos. Cultura participativa de las audiencias y responsabilidad de los medios” como señalan (García-Galera & Valdivia, 2014), el papel pasivo de la audiencia como receptor del mensaje ha permitido que el emisor sea capaz de emitir y compartir contenidos sin dejar su lugar como consumidor de medios, dando lugar al concepto de prosumidor, los jóvenes son los principales usuarios de esta red, con la denominada Generación Y, en este proceso de cambio y adaptación se evidencia tres acciones clave componer, compartir/participar y difundir componentes esenciales entre los usuarios y el medio.

La indagación “Prosumidores y comunicación en la era digital” a juicio de (Hernández & Pérez, 2020), la participación de los prosumidores se centra en escenarios que ameritan respuestas creativas y estrategias que garanticen la continuidad de cada proyecto y espacio de encuentro, centrados en el hecho de que la comunicación está presente en las relaciones humanas, considerando la tecnología, política, sociedad y cultura se transforma, produce y consume información.

En el ámbito nacional, el trabajo “Uso de narrativas transmedia y participación del usuario en la Prensa, periodo enero-junio 2024” como menciona (Londo, 2025) de la Universidad Nacional de Chimborazo, la comunicación es fundamental porque mantiene a la sociedad informada, intercambian ideas y generan opinión pública, involucra a la sociedad a ser partícipes de temas de interés; sin embargo, con el avance tecnológico el receptor ya no se comporta como un simple consumidor de la información, sino que se convierte en prosumidor, la comunicación deja de ser unidireccional y para ser bidireccional en el entorno digital.

La investigación “La participación de Prosumidor en la nueva era de la comunicación” (Correa et al., 2017), sostienen que la tecnología promueve comunidades interactivas con el prosumidor como protagonista, generando parte de la nueva ola de conocimiento, en ciertas ocasiones siendo controversiales por la forma en la que consumen y elaboran contenidos, siendo necesario que se eduque a estos generadores de contenido para su correcto informe. Los prosumidores representan la corriente digital más grande en una época donde el mensaje puede ser individual y también segmentado.

El documento “El poder del prosumidor. Identificación de sus necesidades y repercusión en la producción audiovisual transmedia” en palabras de (Lastra, 2016), cuando, dónde y cómo se produce un contenido se ha convertido en una elección personal del espectador. El espectador modifica su comportamiento respecto a lo que consume y se convierte en productor de su propio contenido, lo que conlleva al término ante este nuevo comportamiento como prosumidor. El poder del prosumidor es obtener un *feedback* constructivo entre los medios de comunicación y el prosumidor.

En el contexto local, el análisis “Periodismo transmedia y su capacidad de profundizar en la audiencia de antena 3 La Libertad, Península de Santa Elena” según (Espinal, 2024), de Repositorio UPSE los procesos comunicativos se generan en entornos mediáticos múltiples, es así que personas emergen del entorno digital con la capacidad de consumir, analizar y crear contenidos informativos, definiéndolo como prosumidor, dejando de ser una audiencia pasiva para convertirse en activa, considerando el entorno e identificando lo que necesita la comunidad para crear y generar interacción social.

La investigación “La información y su influencia en la conducta de los prosumidores en el cantón de Santa Elena” (Fernández & Lindao, 2025), de Repositorio UPSE, manifiesta que los prosumidores contribuyen a la democratización de la información, pero también generan obstáculos entorno con la calidad de la información. La palabra productor y consumidor describe a la persona que crea y comparte contenido digital, afectando los espacios de entretenimiento, la opinión pública y las narrativas comunicativas.

El estudio “Comunicación 4.0 y la hiperconectividad de las audiencias en los medios privados Ecuavisa, El Universo y Radio Sucre de Guayaquil” para (Rodríguez & Tinitana, 2024), destacan la importancia que tiene la comunicación bidireccional, la audiencia se vuelve prosumidor ya que reciben, emiten y crean contenidos nuevos, generando interacción entre los usuarios en redes y producir mayor contenido informativo. Con el fin de desarrollar herramientas y estrategias que garanticen un acceso correcto a la información que presentan cada día.

1.2 Formulación del problema de investigación

A pesar del crecimiento de los entornos digitales y el incremento en la interacción de las audiencias, la comunicación transmedia actual expande contenidos narrativos en múltiples

plataformas generando interacción en las audiencias; en este entorno los usuarios dejan de ser meros consumidores pasivos y se transforman en prosumidores activos al consumir y producir sus propios contenidos; aun así, persisten limitaciones relacionadas con contenidos transmedia en medios informativos ecuatorianos.

La falta de planificación y formación dificulta la construcción de narrativas coherentes y efectivas entre los diversos medios locales. En muchos casos, los contenidos son replicados de forma similar en diferentes plataformas sin aprovechar las posibilidades narrativas y participativas que caracterizan al ecosistema transmedia. Esta situación provoca una interacción superficial con los usuarios y restringe el involucramiento activo de los prosumidores. Ante esta realidad, cabe formular la siguiente interrogante: ¿De qué manera influye la comunicación transmedia en la participación activa de los prosumidores en la calidad de la información y en la integración de narrativas transmedia en el medio digital Ecuador en Directo?

1.2.1 Preguntas de investigación

¿Cómo las estrategias de comunicación digital son aplicadas por los actores políticos en Santa Elena y la forma en que influyen en la percepción y participación de los jóvenes con relación al contenido de las redes sociales?

¿De qué manera las herramientas multimedia y la segmentación en las plataformas digitales afecta la interacción de los jóvenes en Santa Elena?

¿Cuáles son las estrategias implementadas en redes sociales que permiten fortalecer la opinión pública y promover la participación activa de los jóvenes?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Analizar como las narrativas transmedia y las estrategias de comunicación digital en redes sociales sobre participación, opinión pública e interacción de los jóvenes en el cantón La Libertad, a fin de comprender cómo se dinamiza el rol de prosumidores activos.

1.3.2 Objetivos específicos

Analizar la aplicación de las estrategias de comunicación digital por parte de los actores políticos en Santa Elena y evaluar su influencia en la percepción y participación de los jóvenes respecto al contenido en redes sociales.

Determinar el impacto que tienen las herramientas multimedia y la segmentación de mensajes en las plataformas digitales sobre la interacción de los jóvenes en la provincia de Santa Elena.

Identificar las estrategias de comunicación y creación de contenidos en redes sociales que fortalecen la opinión pública y promueven la participación activa de los jóvenes como prosumidores.

1.4 Justificación de la investigación

La importancia de este proyecto corresponde a la necesidad de impulsar los procesos comunicacionales, digitales y de convergencia mediática en la relación de los medios y las audiencias. Conocer que los jóvenes no son receptores pasivos, sino que se vuelven activos al producir y difundir contenidos a través de formatos digitales. Analizar esta perspectiva permite identificar como el uso de dispositivos móviles y plataformas digitales replantea el acceso a la información.

La investigación es relevante por centrarse en el cantón Santa Elena, donde los jóvenes interacción de manera horizontal en las plataformas digitales. Estudiar las narrativas transmedia permite evaluar el impacto que tienen las estrategias en la opinión pública de la región. Así mismo, aborda problemas críticos como la formación, planificación y colaboración con medios locales, por lo tanto, la investigación ofrece herramientas útiles para mejorar la vinculación con las audiencias jóvenes.

El proyecto aporta conocimiento teórico y empírico al organizar la transformación de la comunicación tradicional hacia narrativas transmedia, enriqueciendo la definición del prosumidor y detallando las dinámicas de la Generación Y. Con los casos locales se identificó como la interactividad y la multimedialidad influyen en el comportamiento de los usuarios, exponiendo la relación entre las redes sociales y la democratización de la información.

1.5 Hipótesis

A través de la implementación estructurada de estrategias comunicativas basadas en narrativas transmedia y recursos multimedia en entorno digitales de Santa Elena, potencia de manera significativa la participación activa y compromiso de los jóvenes; este enfoque interactivo y bidireccional facilita que la audiencia desista de su rol de consumidor pasivo y convertirse en prosumidores capaces de crear, fortalecer y consolidar la opinión pública.

1.6 Variables

1.6.1 Variable independiente

Comunicación Transmedia

Según (Tamayo et al., 2018), para edificar estrategias de comunicación transmedia es necesario reconocer la conexión emocional y temporal, con el ánimo de lograr que esas audiencias logren expandir el universo narrativo a partir de subjetividades o emociones y poner de manifiesto sus matrices culturales en la esfera pública.

1.6.2 Variable dependiente

Participación del Prosumidor

Para (Saavedra-Bautista et al., 2016), resulta valioso aprovechar los hábitos de los nativos digitales, al proponer estrategias de aprendizaje para fomentar procesos creativos convirtiendo a la audiencia en un prosumidor, es decir, deja de ser un consumidor pasivo a productor activo de contenidos. Con el fin de determinar estrategias para la generación de narrativas transmedia, que surge en medio de la convergencia digital, involucrando diversos y creativos formatos de producción de contenidos.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 Conocimiento actual

Proceso dinámico en expansión a través de múltiples plataformas es como se conoce a la comunicación transmedia, donde cada pieza es única y complementa la narrativa comunicativa. Rompe con el esquema tradicional unidireccional de la información hacia entornos bidireccionales impulsados por la digitalización y la convergencia mediática. Las narrativas transmedia no solo difunden información, promueven la multimedialidad y la interacción con la audiencia para conectar con las nuevas audiencias consolidando las estrategias de comunicación.

La investigación se sustenta en dos variables: comunicación transmedia y participación del prosumidor. La primera analiza desde el ámbito de multiplataforma, narrativo e interactivo; la segunda aborda la producción, interacción y co-creación de contenido. Ambas se vinculan con los estudios de narrativa transmedia y participación de la cultura, permitiendo explicar cómo los medios digitales como herramientas pueden fomentar la participación activa de las audiencias.

2.1.1 Características y evolución de la comunicación transmedia

El concepto de transmedia, construye una experiencia de inmersión que se extiende a plataformas diferentes a la original. Aunque el concepto no es nuevo, ahora ha sido popularizado debido a la digitalización que permite una traslación rápida y sencilla entre plataformas. Elementos como la rapidez, variedad, alcance o interacción hacen de las plataformas digitales atractivas para los usuarios (García A. , 2013).

La producción comprende más de un medio y todos se apoyan entre sí potenciando sus características específicas, los contenidos son accesibles a través de una gama de dispositivos, usando más de un medio para responder a las necesidades de temas, historia o mensajes, estas características dejan ver límites tenues entre el *crossmedia* y transmedia (Irigaray & Lovato, 2014).

El avance tecnológico es una de las características esenciales en sociedades cambiantes, la digitalización y automatización afectan las relaciones sociales, la globalización se asocia a dichos cambios. La interconexión entre culturas ha generado transformaciones por la variedad de herramientas tecnológicas en las que se apoya la comunicación en la producción de contenido (Vélez, 2025).

2.1.2 Modelos y estrategias de narrativa transmedia en entornos digitales

La narrativa comienza en un cómic, continúa en una serie de televisión, se expande en largometrajes y termina en aventuras interactivas en los videojuegos. Aunque se caracteriza por otro componente: una parte de los receptores no se limita al consumir el producto, sino que amplía el mundo narrativo a través de piezas textuales (Scolari, 2014).

La transmisión de contenidos en plataformas digitales significa atraer consumidores de manera subjetiva, lo que quiere decir, que el medio tiene la capacidad de transmitir percepciones positivas, la combinación de publicidad en internet evidencia las intenciones del consumidor combinando estrategias publicitarias con contenidos multimedia (Pabón, 2016).

Los constantes cambios tecnológicos han incluido a las narrativas transmedia en procesos comunicativos de manera inevitable, transformando la comunicación como la conoces de forma unilateral de los modelos básicos pasando a ser una comunicación dialógica, dejando de ser un usuario pasivo para convertirse en generar de contenido y opiniones a través de la web (Roca, 2021).

2.1.3 Aplicación de la comunicación transmedia en medios digitales y plataformas

Frecuentemente se adoptan nuevas plataformas e ideas para comprometer al público a la coproducción de las prácticas transmedia que han evolucionado a través del tiempo. La importancia de la narrativa transmedia radica en plataformas como piezas clave para contar historias, el factor emocional es primordial para el desarrollo y desenlace de las narrativas transmedia (Solórzano & Leguizamón, 2020).

Internet ha revolucionado la comunicación al involucrar a los usuarios en un papel más participativo e interactivo generando bidireccionalidad instantánea transformado la forma en la que consumimos y producimos información, permitiendo que una historia se disperse y se enriquezca a través de diversas plataformas, incrementando su participación y que las historias resuenen en el público (Santin-Picoita et al., 2024).

La comunicación digital consiste en las diferentes formas de interacción de las personas en plataformas digitales para difundir contenido y este a su vez pueda ser compartido, tener reacciones o interacciones de los usuarios, por la popularización que tienen los canales de comunicación más usados y efectivos, maximizando su productividad (Ricardo & Salinas, 2024).

2.1.4 De prosumer a las nuevas formas de participación en la cultura digital

El uso de dispositivos y la participación en redes sociales, permitió que surja el rol del *prosumer*, un hecho que ha ocurrido desde hace tiempo y cada vez adquiere proporciones significativas. No solo se utilizan las redes para relacionarse y crear comunidad, ahora se han convertido en los aliados estratégicos para crear y fomentar el contenido en un nuevo modo de ser (Civila, 2021).

Movilidad e interacción se convierten en uno de los principales componentes participativos de la cultura contemporánea y del ocio digital, cambiando la perspectiva de consumidor a prosumidor con todas las implicaciones que deriva. El prosumidor no se trata de una acción de consumo pasivo, se encuentra vinculado a las expresiones inmediatas de la cultura popular de masas, convertirlas en memes, *gifs*, videos virales, enlaces en vivo, manifestando la creatividad del creador de contenidos (Nigro, 2018).

Las nuevas formas de comunicación digital requieren enfoques que vaya más allá de lo tradicional, considerando la hipertextualidad, interactividad y convergencia de medios, así como la participación activa de los usuarios en la producción y distribución de contenido. Las plataformas digitales y las interfaces no solo median la comunicación, sino que la estructuran y condicionan, influenciando así la manera en que las personas interactúan y perciben la realidad (Borbor & Pozo, 2024).

2.1.5 Participación prosumidora en plataformas digitales

El *prosumer* surgió por la composición para hacer referencia a la doble actividad de producir y consumir contenido para plataformas digitales. El prosumidor ha causado controversia porque arrastra significados asociados al rol de receptor, pero también al público o usuario, siendo relevante por su actividad en el proceso comunicativo (Alonzo, 2020).

Las redes sociales contribuyen de manera clara e inmediata a que el prosumidor sea un usuario más activo, conectando con los usuarios a través de publicaciones con fotos, videos, entre otros, incentivando la producción de contenido casero que será compartido con otras personas. Las redes sociales asumen un rol importante porque es un medio donde cualquier contenido se puede publicar (Arribas-Urrutia et al., 2019).

La difusión digital estimula la participación de las personas, quienes contribuirían con sus propios relatos y perspectivas, enriqueciendo la narrativa cultural. La participación va más allá de

compartir hechos o tradiciones, trata de abrir puertas a un mundo de voces, con perspectiva y experiencias propias, en la medida que comparten contenido con los usuarios (Suárez, 2023).

2.1.6 Impacto de la participación prosumidora en la co-creación de contenidos y comunidades digitales

Las nuevas formas de participación democrática y colaborativas de audiencias surgen como resultado de las innovaciones digitales y consumo de información. El panorama digital emergente ha incrementado la habilidad que tienen los ciudadanos para consumir contenido de modos diferentes, al mismo tiempo, está cambiando el modo de producir contenidos (Hernández-Serrano et al., 2017).

Los nuevos medios como los dispositivos tecnológicos y plataformas virtuales han permitido concebir el mundo de una forma rápida, dentro de las dinámicas generadas por la digitalización transformado los procesos de producción y consumo audiovisual, generando vínculos de participación e identificación de los prosumidores. Gracias a la tecnología se crean productos basados en la creación y tendencia de la interaudiencia (Ramos, 2016).

La co-creación de contenidos emerge como una herramienta fundamental para incrementar la participación colaborativa entre creadores y comunidades, permitiendo integrar diversas voces y perspectivas para el desarrollo de narrativas audiovisuales, lo que no solo mejora los contenidos, permite explorar nuevas maneras de producir de manera creativa y técnica (González, 2025).

2.2 Fundamentación teórica y conceptual

La fundamentación teórica en este proyecto se construyó sobre la base de la transformación digital, con el uso de plataformas digitales y convergencia mediática, propiciando la transición de los modelos tradicionales hacia narrativas transmedia empleando estrategias de comunicación de manera coherente a través de múltiples plataformas y medios digitales.

Comunicación transmedia

2.2.1 Teoría de la narrativa transmedia

Según (Scolari, 2013) las narrativas transmedia pueden reconstruir las audiencias, pero no a partir de un medio en particular sino alrededor de un relato. Aunque el contenido fluya por distintas

plataformas al aprovechar la especificidad de cada medio, se debe asegurar una visión única y sin fracturas del mundo narrativo (p. 1).

2.2.2 Teoría de la convergencia mediática

Para (Villanueva-Mansilla, 2016) combinación entre medios y telecomunicaciones, es el flujo de contenido a través de múltiples plataformas, indica la cooperación entre muchas industrias mediáticas, lo que lo convierte en una forma tecnológica de convergencia expresada. La convergencia no resulta de tendencias globales, sino de una serie de filtros específicos a la experiencia y penetración de Internet en comparación de otros servicios (p. 173).

Participación del prosumidor

2.2.3 Teoría del prosumidor

En palabras de (Aparici & García-Marín, 2018) la teoría del prosumidor pretende la reproducción del modelo económico hegemónico buscando soluciones desde el ámbito del marketing a los constantes desafíos que la industria de los medios y el entretenimiento deben afrontar en el mundo digital. El prosumidor digital no se configura como un individuo empoderado, sino alineado mediante la conversión de las labores pagadas (p. 73).

2.2.4 Teoría de la cultura participativa

Como menciona (Pérez, 2015) conocido también como *fan films* se ha visto potenciado hasta límites insospechados con la llegada de Internet. Se basa en la interacción social, creativos y activos a la hora de elegir obras de terceros y remezclarlos con elementos propios para crear textos personales. Internet ha sido el elemento que ha funcionado como principal catalizador en la eclosión de este fenómeno mediático y social (p. 45).

2.3 Comunicación transmedia

2.3.1 Multiplataforma

Es la forma más básica de narrativa multimedia, consiste en la narración de la historia en diferentes medios o soportes, adaptándose al lenguaje-forma, de alguna forma se encuentra vinculado a la adaptación. Hace referencia a la creación de contenidos para su distribución de información a través de dispositivos móviles (Costa, 2012).

2.3.2 Narrativa expandida

Es una forma de creación, comunicación y construcción de sentido que trasciende el relato lineal y se despliega en múltiples lenguajes y plataformas, en la cultura digital, los formatos de aplicaciones y plataformas influyen en cómo percibimos y producimos contenido, es decir, en cómo producimos narrativas y cómo éstas crean relaciones (Bellicieri, 2026).

2.3.3 Interactividad

Es característico de la narrativa transmedia al invitar al usuario a ser parte de la inmersión e interactividad donde pasa a ser un mero receptor pasivo a ser partícipe de su propia historia, construido con el propósito de inducir al usuario a experimentar e interactuar de modo imaginativo dentro de las diversas plataformas (Camacho & Segarra, 2019).

2.4 Participación del prosumidor

2.4.1 Producción de contenido

Tarea compleja que implica actividades de diferente naturaleza, creación de elementos textuales y gráficos, grabación de videos, entre otros. Requiere de tiempo y esfuerzo de los generadores de contenido, uno de los principales desafíos para la calidad de forma eficaz, disponiendo de recursos que facilitan la creación de contenidos y apoyado por personas calificadas (Maldonado et al., 2023).

2.4.2 Interacción con el medio

La comunicación mediática en el terreno de las interacciones cotidianas, se ajustan a los medios y las audiencias, la interacción observa los procesos de producción, reproducción y transformación de los sentidos que resultan característico en un momento determinado. La era cuyos procesos de interacción son mediatizadas, los medios compiten en la producción y reproducción de los contenidos (Brandolín et al., 2021).

2.4.3 Co-creación y difusión

Proceso donde nuevas ideas son diseñadas con las personas y no para las personas, una forma de estrategia con el fin de producir en conjunto un resultado valorado. El valor de la co-creación surge de forma de experiencia personalizada y única con respecto a los competidores. Es un beneficio propio orientada hacia otros, constatando el impacto positivo (Baena, 2019).

2.5 Marco legal

2.5.1 Aspectos internacionales

Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, 1969

Art. 19

2. Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión; este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir información e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección.

(Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, 1969, p. 6)

Declaración Internacional de Derechos Humanos, 1948

Art. 19.- Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión.

(Declaración Universal de Derechos Humanos, 1948, p. 6)

Declaración Internacional de Derechos Humanos, 1948

Art. 27

1. Toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad, a gozar de las artes y participar en el progreso científico y en los beneficios que de él resulten.

2. Toda persona tiene derecho a la protección de los intereses morales y materiales que le corresponden por razón de las producciones científicas, literarias o artísticas de que sea autora.

(Declaración Universal de Derechos Humanos, 1948, p. 8)

2.5.2 Aspectos Nacionales

Constitución de la República del Ecuador, 2008

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.
2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación de derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

(Constitución de la República del Ecuador, 2008, p. 14)

Art. 19.- La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente.

Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.

(Constitución de la República del Ecuador, 2008, p. 15)

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores, y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

(Constitución de la República del Ecuador, 2008, p. 24)

Ley Orgánica de Comunicación, 2019 reformada en 2022

Art. 17.- Derecho a la libertad de pensamiento y expresión. Para el desarrollo y aplicación de la presente Ley, toda persona tiene el derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir información ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección, e incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones.

No se puede restringir el derecho de expresión por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares de papel, de periódicos, de frecuencias radioeléctricas o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualesquiera otros medios encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones.

Los espectáculos públicos pueden ser sometidos por la Ley a censura previa con el exclusivo objeto de regular el acceso a ellos para la protección de la infancia y la adolescencia, sin perjuicio de lo establecido en el inciso segundo.

Estará prohibida toda propaganda en favor de la guerra y toda apología del odio nacional, racial o religioso que constituyan indicadores a la violencia o cualquier otra acción ilegal similar contra cualquier persona o grupo de personas.

(Ley Orgánica de Comunicación, 2022, p. 7)

Art. 33.- Derecho a la creación de medios de comunicación social. – Todas las personas, en igualdad de oportunidades y condiciones, tienen derecho a tomar medios de comunicación, con las limitaciones constitucionales y legales establecidas para las entidades o grupos financieros y empresariales, sus representantes legales, miembros de su directorio y accionistas.

(Ley Orgánica de Comunicación, 2022, p. 11)

Art. 35.- Derecho al acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación. - Todas las personas tienen derecho a acceder, capacitarse y usar las tecnologías de información y comunicación para potenciar el disfrute de sus derechos y oportunidades en desarrollo.

(Ley Orgánica de Comunicación, 2022, p. 11)

3. METODOLOGÍA

3.1 Paradigma

Se desarrolló la investigación bajo el paradigma positivista, según (Herrera, 2024) se centra en los resultados que pueden ser medidos, sin tener en cuenta la percepción o la subjetividad del investigador (p. 1). Desde este punto de vista, fue posible analizar la percepción y participación activa de la audiencia en la interacción del medio digital Ecuador en Directo.

3.2 Enfoque

El enfoque de la investigación representó una parte fundamental de la metodología, orientado a un enfoque cuantitativo, se buscó profundizar en la recolección y análisis de datos con el método cuantitativo. En palabras de (Hernández et al., 2014), el enfoque cuantitativo es un proceso que recolecta datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías (p. 4).

3.3 Tipo y diseño

La investigación se implementó bajo un tipo de investigación descriptiva, con el propósito de detallar la realidad, no solo describirla sino también precisar sus causas mediante el uso de diseño no experimental. Como menciona (Grajales, 2000), la investigación descriptiva trabaja sobre realidades de hecho y su correcta interpretación, como la encuesta en su tipo de estudio (p. 1).

El diseño de la investigación fue no experimental, (Valdez-Esquivel & Pérez-Azahuanche, 2021) expresa que se realizó sin manipular ninguna variable, observando los hechos tal y como se presentan (p. 440). Así mismo, se desarrolló el tipo de investigación de campo, (Cajal, 2017) afirma que es la recopilación de información fuera de un lugar de laboratorio, es decir, se toman de ambientes reales no controlados (p. 1).

3.4 Método

En la investigación se empleó el método deductivo, (Palmero, 2020) se refiere al proceso que se lleva a cabo mediante la explicación de un componente teórico que da lugar a una hipótesis específica (p. 14). Partiendo de los datos teóricos sobre la comunicación transmedia y participación de los prosumidores se analizó la influencia que tienen en el medio digital Ecuador en Directo mediante la recolección y análisis estadístico de datos.

3.5 Técnicas e instrumentos

En la recolección de información se utilizó la encuesta como técnica, permitiendo obtener datos de los usuarios participantes del estudio. (López-Roldan & Fachelli, 2015) manifiestan que la encuesta es la técnica de recogida de datos cuya finalidad es obtener de manera sistemática información, caracterizado por el anonimato del sujeto (p. 8).

Se utilizó como instrumento el cuestionario estructurado bajo la escala de Likert, (Santiago del Pino et al., 2018) indica que es el procedimiento más adecuado para la obtención de datos de forma fiable, dando respuesta a problemas con la finalidad de describir las condiciones de la realidad, identificando patrones, condiciones y acciones con relación a los acontecimientos (p. 8).

3.6 Población y muestra

De acuerdo con (Salazar, 2020), la población es la parte del universo con la cual se va a realizar el estudio, según las características de la investigación (p. 4). La investigación estuvo conformada por una población de entre 18 a 45 personas activas en plataformas digitales, siendo 95.942 residentes del cantón La Libertad según los datos del (INEC, 2010). La muestra se compuso de 116 participantes, para esta investigación se seleccionaron a residentes del barrio 6 de diciembre, quienes representaron adecuadamente la población a investigar.

3.7 Procedimiento

El análisis de la investigación estuvo sujeta a la planificación que inicio con la adopción del paradigma interpretativo y constructivista, enfocados en el diseño de campo no experimental con un alcance descriptivo, facilitando la observación de los sujetos de estudio. Cuyo objetivo fue determinar la influencia de la comunicación transmedia en los prosumidores de contenido del medio digital Ecuador en Directo.

A posteriori, se delimito la población de estudio partiendo de los datos del (INEC, 2010) evidenciando una población de 308.693 personas con un rango de edad entre los 18 a 45 años, con una muestra conformada por 384 sujetos, mediante la técnica de encuesta con su respectivo cuestionario estructurado bajo la escala de Likert, proporcionando datos sobre la percepción y la participación que tienen los usuarios con el medio digital Ecuador en Directo.

Matriz de operacionalización de variables

Tabla 1. Matriz de operacionalización

Variables	Definición	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Técnica	Instrumentos
Medios de comunicación	Según (Tamayo et al., 2018), para edificar estrategias de comunicación transmedia es necesario reconocer la conexión emocional y temporal, con el ánimo de lograr que esas audiencias logren expandir el universo narrativo a partir de subjetividades o emociones y poner de manifiesto sus matrices culturales en la esfera pública	D1. Multiplataforma D2. Narrativa expandida D3. Interactividad	I1. Número de plataformas utilizadas I2. Diversidad de formatos I3. Nivel de participación de usuarios	1. ¿Con qué frecuencia utiliza plataformas digitales (redes sociales, sitios web, aplicaciones móviles) para informarse? 2. ¿Qué plataforma digital utiliza con mayor frecuencia para consumir información en Ecuador en Directo? 3. La información que recibo a través del medio digital “Ecuador en Directo” se presenta en diferentes plataformas digitales (redes sociales, sitios web, entre otros) 4. Los contenidos informativos que sigo en “Ecuador en Directo” están relacionados entre sí y complementan la historia o noticia principal. 5. Siento que los contenidos digitales me invitan a interactuar, compartir o comentar sobre la información presentada. 6. Las plataformas digitales del medio “Ecuador en Directo” me ofrecen experiencias multimedia atractivas (videos, infografías, audios) que enriquecen la información. 7. La comunicación de “Ecuador en Directo” me parece que promueve un diálogo activo entre el medio y la audiencia, más que un mensaje unidireccional.	Encuesta	Escala de Likert
Participación del prosumidor	Para (Saavedra-Bautista et al., 2016), resulta valioso aprovechar los hábitos de los nativos digitales, al proponer estrategias de aprendizaje para fomentar procesos creativos convirtiendo a la audiencia en un prosumidor, es decir, deja de ser un	D1. Producción de contenido D2. Interacción con el medio D3. Co-creación y difusión	I1. Cantidad de contenido generado I2. Nivel de respuestas I3. Alcance y difusión de contenido	8. Me considero un usuario activo que no solo consume contenido, sino que también lo produce o comparte en plataformas digitales. 9. A través de las redes sociales del medio digital “Ecuador en Directo”, participo en la creación y difusión de contenidos informativos. 10. Siento que mi opinión y participación influyen en la forma en que se desarrolla o modifica el contenido del medio digital.	Observación	Análisis de contenidos

consumidor pasivo a productor activo de contenidos.	11. La interacción con otros usuarios y con el medio digital me motiva a generar nuevos contenidos o a colaborar en la información difundida. 12. Considero que la producción de contenido digital por parte de los usuarios facilita una mejor calidad y diversidad de la información que recibo. 13. Las estrategias de comunicación transmedia utilizadas por “Ecuador en Directo” fomentan mi participación activa en las plataformas digitales. 14. La diversidad de formatos y plataformas digitales me motiva a involucrarme más en la producción y difusión de contenidos. 15. La comunicación bidireccional que se genera a través de la narrativa transmedia mejora mi compromiso con la información proporcionada. 16. La comunicación transmedia contribuye a la formación de opiniones más críticas y fundamentadas en los temas tratados por “Ecuador en Directo” 17. Gracias a la comunicación transmedia, siento parte importante en la construcción y difusión de la información local.
--	---

4. RESULTADOS

4.1 Análisis cuantitativo: Encuesta

La encuesta se realizó a los habitantes jóvenes del cantón La Libertad con un rango de edad entre los 18 a 45 años. Edades fundamentales en el manejo de plataformas digitales, que son la principal fuente de información a base de videos cortos. Estas plataformas digitales resultan atractivas para los usuarios que buscan contenido como noticias, tendencias o solo pasar el momento con contenido afín a sus experiencias.

Tabla 2. Rango de Edad

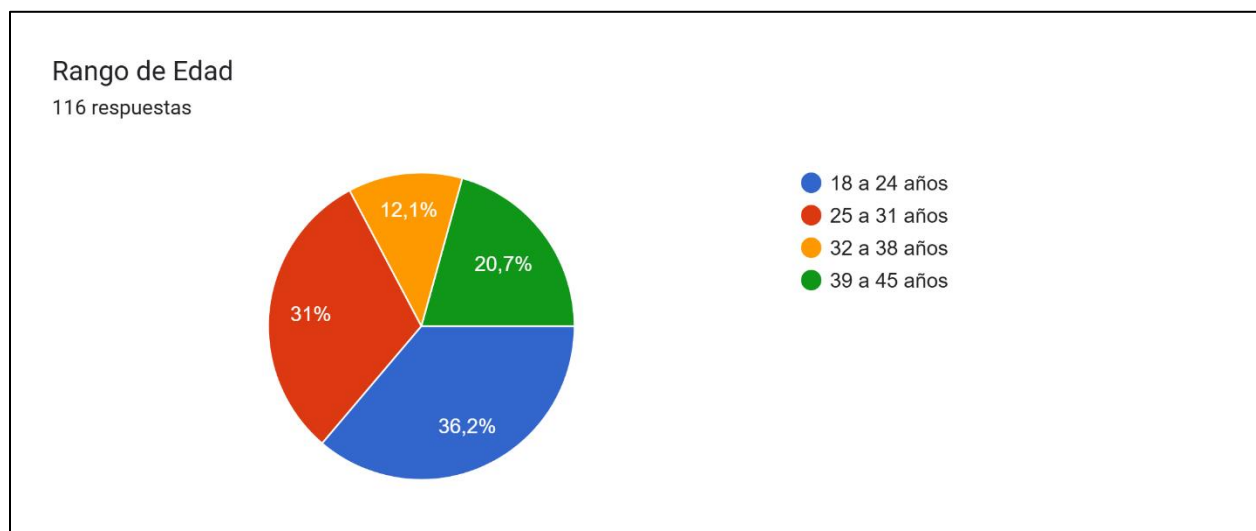
Rango de edad	Frecuencia	Porcentaje
18 a 24 años	36	36,2%
25 a 31 años	31	31%
32 a 38 años	12	12,1%
39 a 45 años	21	20,7%
Total	100	100%

Fuente: jóvenes de entre 18 a 45 años del cantón La Libertad

Elaborado por: Yagual Cusme Nicole - Tobar Santos Aurik

Fecha: junio 2026

Figura 1.



Fuente: jóvenes de entre 18 a 45 años del cantón La Libertad

Elaborado por: Yagual Cusme Nicole - Tobar Santos Aurik

Fecha: junio 2026

La distribución por rango de edad demuestra que la mayoría de los jóvenes encuestados se encuentran en el grupo de entre 18 a 24 años con una representatividad del 36,2%, le sigue el segmento constituido por jóvenes entre 25 a 31 años con 31%, mientras que el rango de edad entre 39 a 45 años indica el 20,7% y por último las edades entre 32 a 38 años con el 12,1%. Como las personas que se conectar a plataformas digitales para mantenerse al día con la información.

Tabla 3. Género

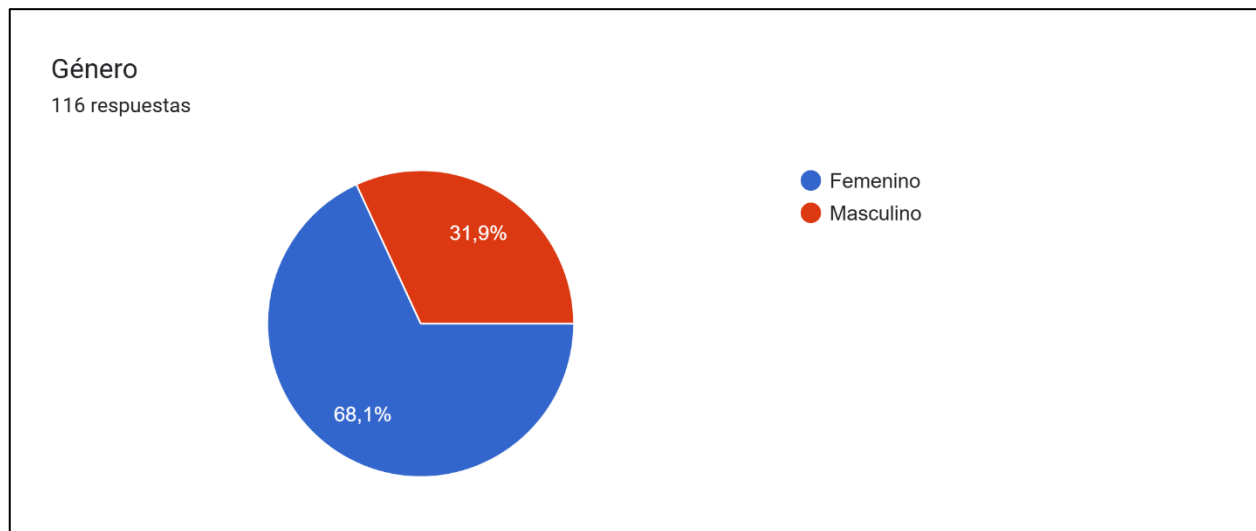
Género	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	68	68,1%
Masculino	32	31,9%
Total	100	100%

Fuente: jóvenes de entre 18 a 45 años del cantón La Libertad

Elaborado por: Yagual Cusme Nicole - Tobar Santos Aurik

Fecha: junio 2026

Figura 2.



Fuente: jóvenes de entre 18 a 45 años del cantón La Libertad

Elaborado por: Yagual Cusme Nicole - Tobar Santos Aurik

Fecha: junio 2026

La encuesta de género demuestra una gran tendencia hacia el género que busca plataformas digitales para informarse entorno al medio digital Ecuador en Directo, siendo el género femenino que predomina con 68,1% frente al 31,9% al género masculino en el cantón La Libertad que se informa por el uso de medios digitales.

Tabla 4. *¿Con qué frecuencia utiliza plataformas digitales (redes sociales, sitios web, aplicaciones móviles) para informarse?*

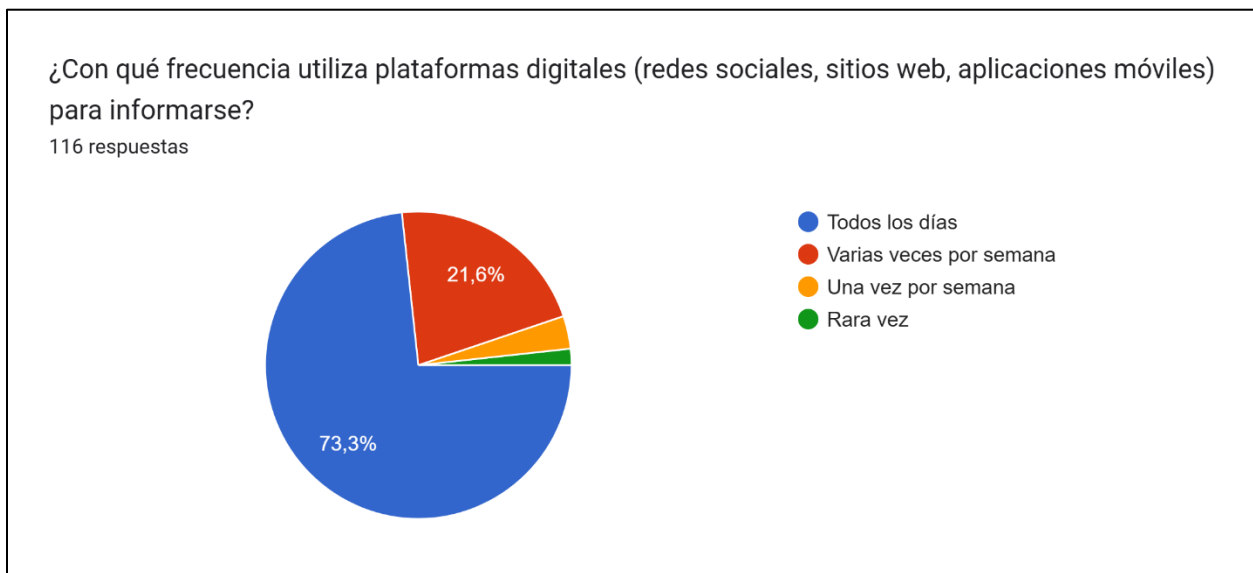
Uso de plataformas	Frecuencia	Porcentaje
Todos los días	73	73,3%
Varias veces por semana	22	21,6%
Una vez por semana	3	3,4%
Rara vez	2	1,7%
Total	100	100%

Fuente: jóvenes de entre 18 a 45 años del cantón La Libertad

Elaborado por: Yagual Cusme Nicole - Tobar Santos Aurik

Fecha: junio 2026

Figura 3.



Fuente: jóvenes de entre 18 a 45 años del cantón La Libertad

Elaborado por: Yagual Cusme Nicole - Tobar Santos Aurik

Fecha: junio 2026

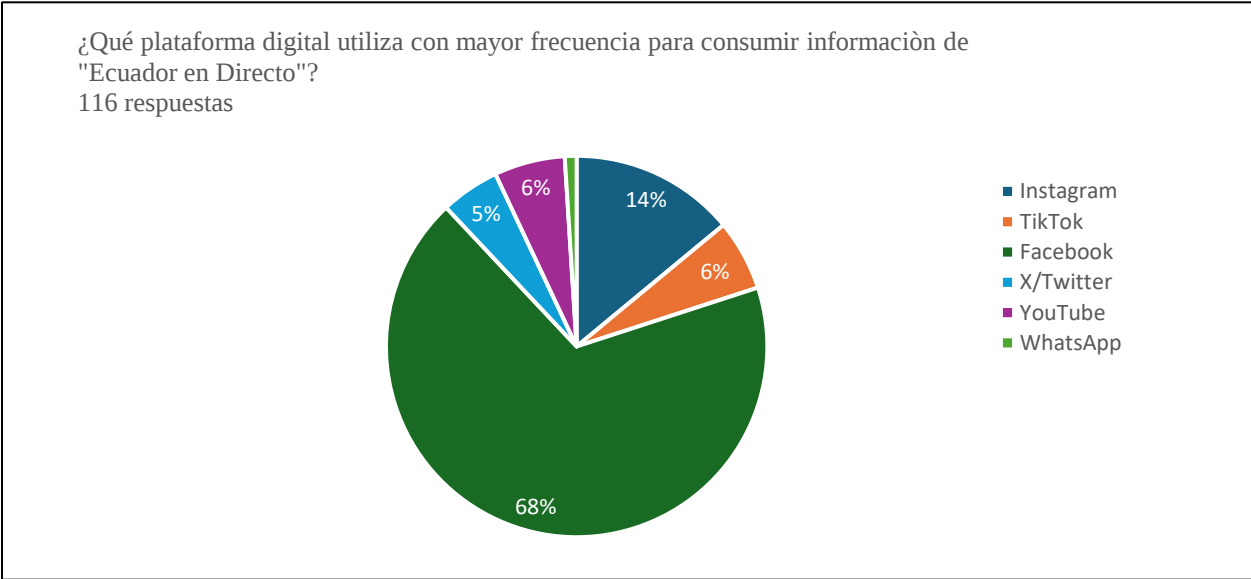
Los usuarios de entre 18 a 45 años que usan plataformas digitales revela la frecuencia con la que se mantienen conectados a plataformas digitales para consumir información, la gran mayoría de los usuarios con un 73,3% reporta su uso todos los días, mientras que el 21,6% se conecta varias veces por semana, una vez por semana indica el 3,4% y rara vez se conecta a medios digitales para informarse cuenta con 1,7%.

Tabla 5. *¿Qué plataforma digital utiliza con mayor Frecuencia para consumir información de “Ecuador en Directo”?*

Uso de plataformas	Frecuencia	Porcentaje
Instagram	14	14%
TikTok	6	6%
Facebook	68	68%
X/Twitter	5	5%
YouTube	6	6%
WhatsApp	1	1%
Total	100	100%

Fuente: jóvenes de entre 18 a 45 años del cantón La Libertad
Elaborado por: Yagual Cusme Nicole – Tobar Santos Aurik
Fecha: junio 2026

Figura 4.



Fuente: jóvenes de entre 18 a 45 años del cantón La Libertad
Elaborado por: Yagual Cusme Nicole – Tobar Santos Aurik
Fecha: junio 2026

La plataforma digital preferida por jóvenes entre 18 a 45 años del cantón La Libertad para consumir contenido de “Ecuador en Directo”, recae en Facebook con 68% como la principal red social para conectarse e informarse, Instagram es la segunda plataforma más utilizada con 14%, le sigue TikTok al igual que YouTube con 6% cada una, el grupo de X/Twitter corresponde al 5% y WhatsApp cuenta con el respaldo del 1%. Estos resultados evidencian la plataforma que es usada por los residentes del cantón La Libertad.

Tabla 6. La información que recibo a través del medio digital “Ecuador en Directo se presenta en diferentes plataformas digitales (redes sociales, sitio web, entre otros)”

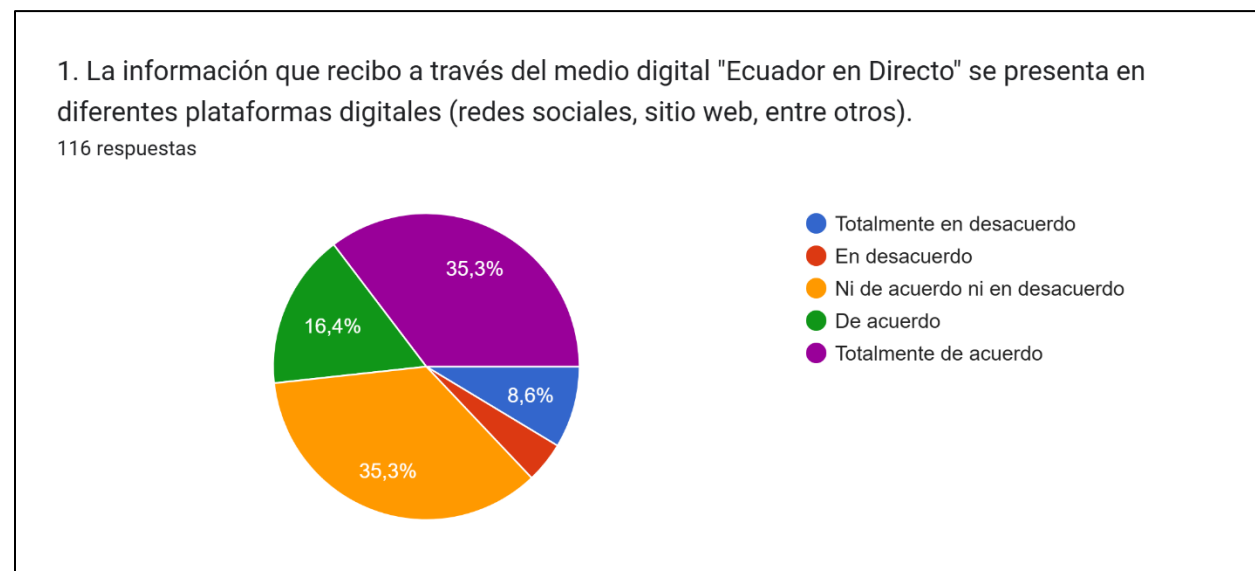
Información en redes	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	9	8,6%
En desacuerdo	4	4,4%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	35	35,3%
De acuerdo	16	16,4%
Totalmente de acuerdo	35	35,3%
Total	100	100%

Fuente: jóvenes de entre 18 a 45 años del cantón La Libertad

Elaborado por: Yagual Cusme Nicole - Tobar Santos Aurik

Fecha: junio 2026

Figura 5.



Fuente: jóvenes de entre 18 a 45 años del cantón La Libertad

Elaborado por: Yagual Cusme Nicole - Tobar Santos Aurik

Fecha: junio 2026

Los encuestados tienen una percepción diversa con el contenido que se presenta en las plataformas digitales. El 35,3% están totalmente de acuerdo y de acuerdo cuenta con 16,4%. El grupo que representa el 35,3% se mantiene ni de acuerdo ni en desacuerdo, y el 13% evidencia el rechazo que tiene por informarse en plataformas digitales sumando el 8,6% totalmente en desacuerdo y 4,4% en desacuerdo.

Tabla 7. Los contenidos informativos que sigo en “Ecuador en Directo” están relacionados entre sí y complementan la historia o noticia principal

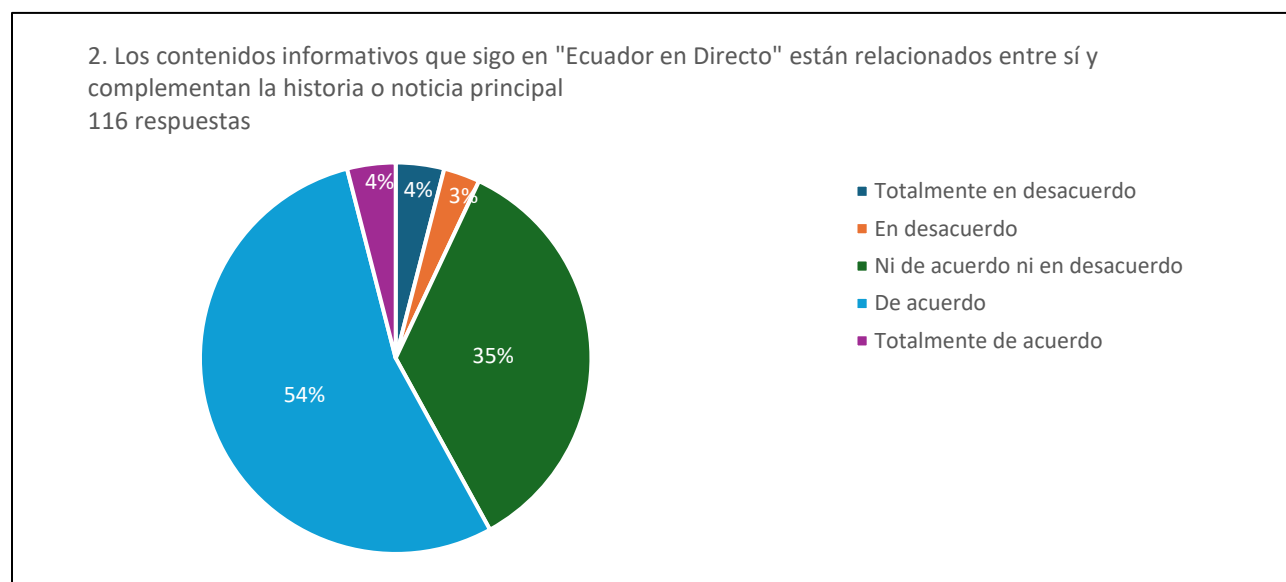
Contenidos informativos	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	4	4%
En desacuerdo	3	3%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	35	35%
De acuerdo	54	54%
Totalmente de acuerdo	4	4%
Total	100	100%

Fuente: jóvenes de entre 18 a 45 años del cantón La Libertad

Elaborado por: Yagual Cusme Nicole – Tobar Santos Aurik

Fecha: junio 2026

Figura 6.



Fuente: jóvenes de entre 18 a 45 años del cantón La Libertad

Elaborado por: Yagual Cusme Nicole – Tobar Santos Aurik

Fecha: junio 2026

Los resultados evidencian que los contenidos informativos se relacionan entre sí y se complementan con la noticia principal, corresponde al grupo con 54% de acuerdo con la premisa, además, el 4% se suma a totalmente de acuerdo. Mientras, el 35% se mantiene ni de acuerdo ni en desacuerdo, el pequeño porcentaje de totalmente en desacuerdo cuenta con 4% y solo 3% manifiesta un 3%.

Tabla 8. *Siento que los contenidos digitales me invitan a interactuar, compartir o comentar sobre la información presentada.*

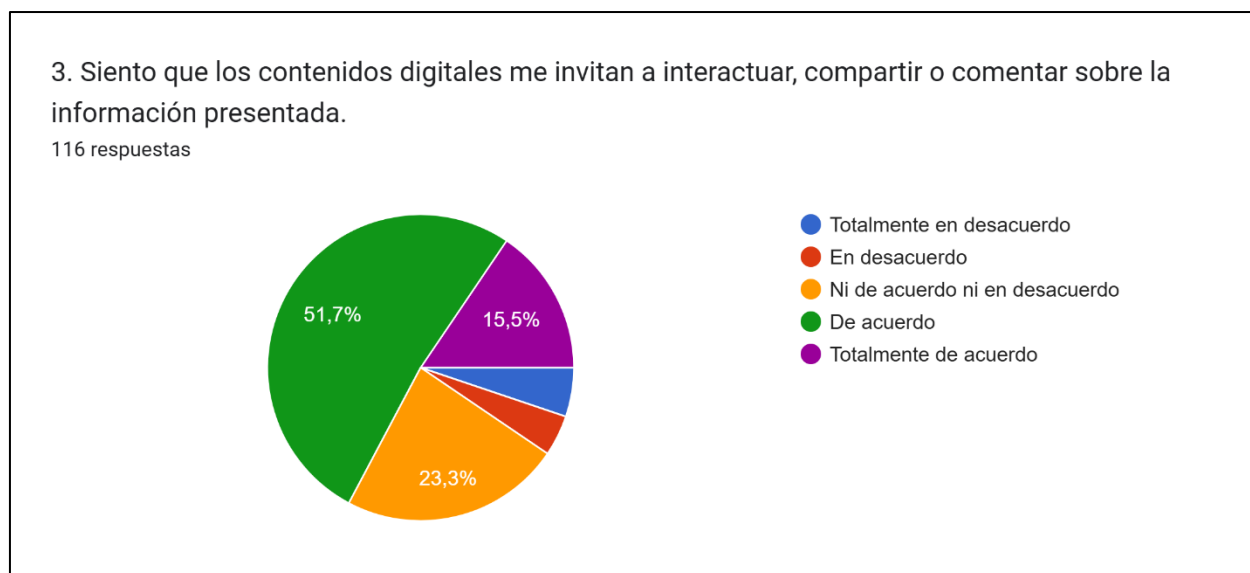
Contenidos interactivos	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	5	5,2%
En desacuerdo	4	4,3%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	23	23,3%
De acuerdo	52	51,7%
Totalmente de acuerdo	16	15,5%
Total	100	100%

Fuente: jóvenes de entre 18 a 45 años del cantón La Libertad

Elaborado por: Yagual Cusme Nicole - Tobar Santos Aurik

Fecha: junio 2026

Figura 7.



Fuente: jóvenes de entre 18 a 45 años del cantón La Libertad

Elaborado por: Yagual Cusme Nicole - Tobar Santos Aurik

Fecha: junio 2026

El análisis nos presenta la percepción que tienen los usuarios del cantón La Libertad si los contenidos digitales los invitan a interactuar, compartir o comentar sobre la información presentada por “Ecuador en Directo”, con una mayoría significativa el 51,7% está de acuerdo, acompañándolo con 4% que están totalmente de acuerdo. El 23,3% indica ni de acuerdo ni en desacuerdo, 5,2% expresó su total desacuerdo y 4,3% está en desacuerdo.

Tabla 9. Las plataformas digitales del medio “Ecuador en Directo” me ofrecen experiencias multimedia atractivas (videos, infografías, audios) que enriquecen la información.

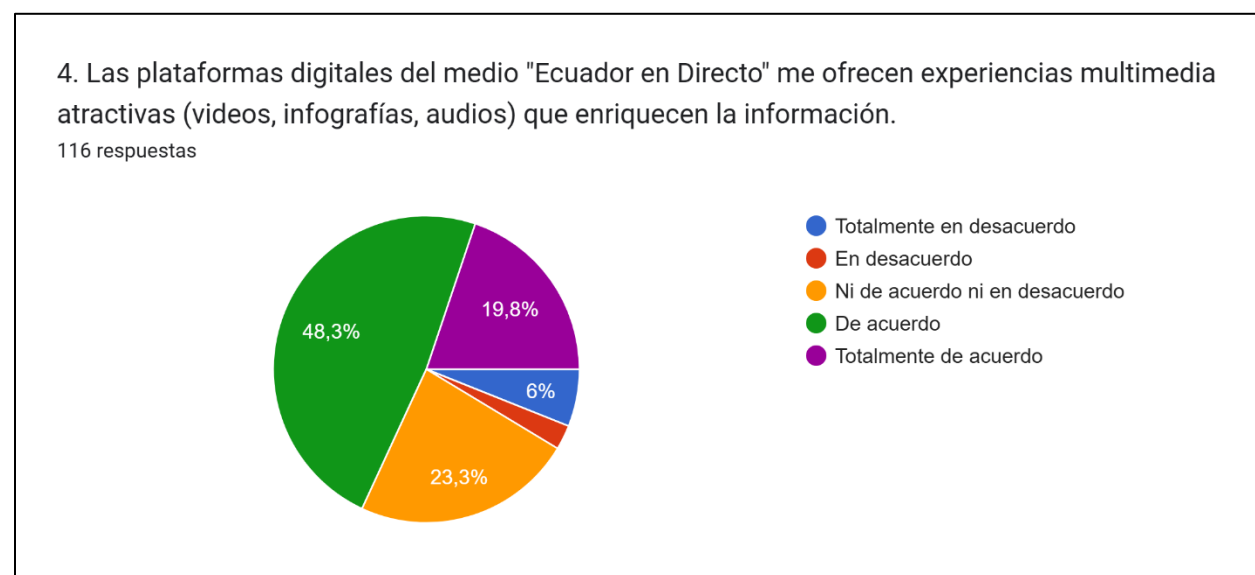
Experiencias multimedia	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	6	6%
En desacuerdo	3	2,6%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	23	23,3%
De acuerdo	48	48,3%
Totalmente de acuerdo	20	19,8%
Total	100	100%

Fuente: jóvenes de entre 18 a 45 años del cantón La Libertad

Elaborado por: Yagual Cusme Nicole - Tobar Santos Aurik

Fecha: junio 2026

Figura 8.



Fuente: jóvenes de entre 18 a 45 años del cantón La Libertad

Elaborado por: Yagual Cusme Nicole - Tobar Santos Aurik

Fecha: junio 2026

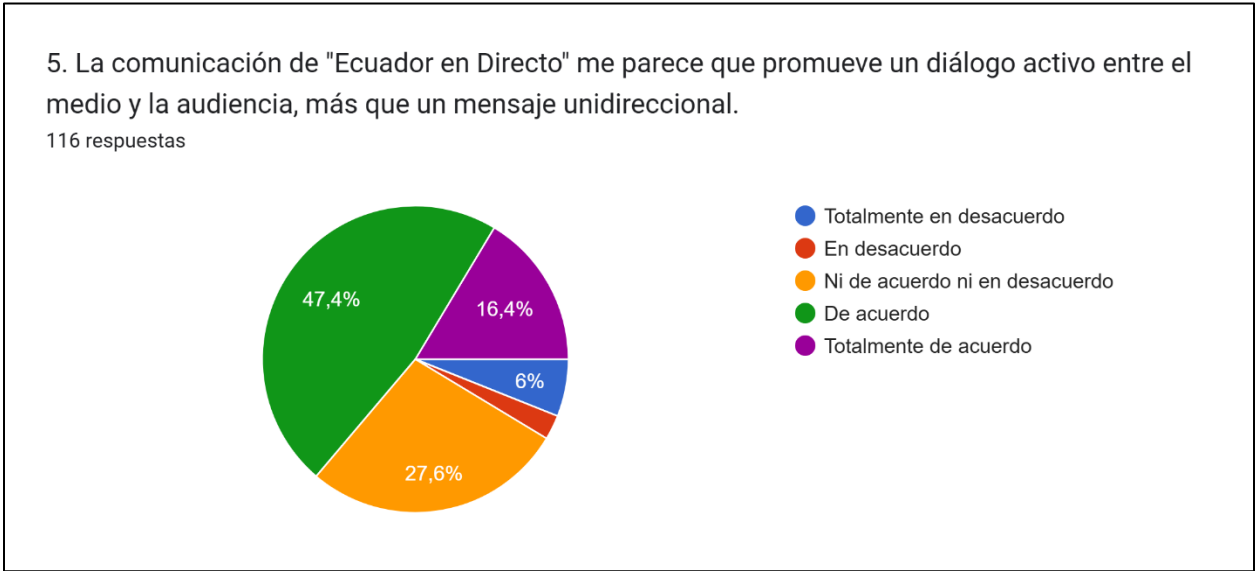
Los jóvenes encuestados entre 18 a 45 años manifiestan que las plataformas digitales ofrecen experiencia multimedia que enriquecen la información, el 48,3% está de acuerdo con la experiencia multimedia presentada por “Ecuador en Directo”, a su vez 19,8% está totalmente de acuerdo. El 23,3% se mantiene ni de acuerdo ni en desacuerdo, 6% corresponde al grupo totalmente en desacuerdo y solo 2,6% en desacuerdo.

Tabla 10. La comunicación de “Ecuador en Directo” me parece que promueve un diálogo activo entre el medio y la audiencia, más que un mensaje unidireccional.

Diálogo activo	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	6	6%
En desacuerdo	3	2,6%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	28	27,6%
De acuerdo	47	47,4%
Totalmente de acuerdo	16	16,4%
Total	100	100%

Fuente: jóvenes de entre 18 a 45 años del cantón La Libertad
Elaborado por: Yagual Cusme Nicole - Tobar Santos Aurik
Fecha: junio 2026

Figura 9.



Fuente: jóvenes de entre 18 a 45 años del cantón La Libertad
Elaborado por: Yagual Cusme Nicole - Tobar Santos Aurik
Fecha: junio 2026

La presentación comunicativa de “Ecuador en Directo” promueve el diálogo activo entre el medio y la audiencia, más que un mensaje unidireccional, el 47,4% indica su acuerdo con la premisa, aunado a eso 16,4% cuenta con totalmente de acuerdo. 27,6% crece como el grupo ni de acuerdo ni en desacuerdo, por otro lado, 6% está totalmente en desacuerdo, y 2,6% en desacuerdo.

Tabla 11. *Me considero un usuario activo que no solo consume contenido, sino que también lo produce o comparte en plataformas digitales.*

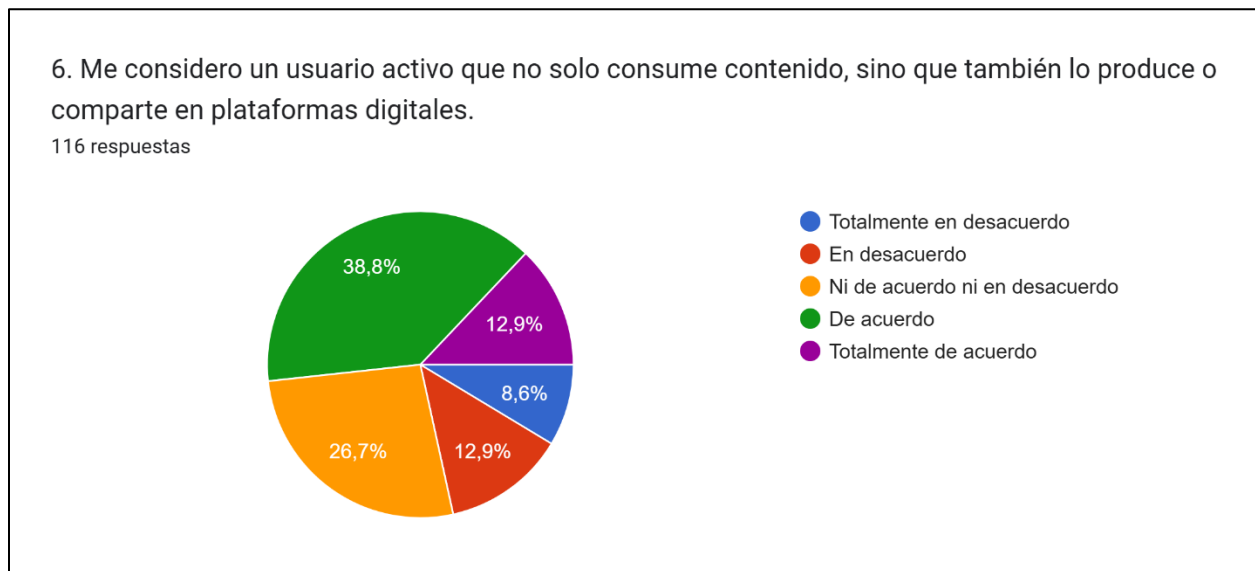
Contenidos informativos	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	8	8,7%
En desacuerdo	13	12,9%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	27	26,7%
De acuerdo	39	38,8%
Totalmente de acuerdo	13	12,9%
Total	100	100%

Fuente: jóvenes de entre 18 a 45 años del cantón La Libertad

Elaborado por: Yagual Cusme Nicole – Tobar Santos Aurik

Fecha: junio 2026

Figura 10.



Fuente: jóvenes de entre 18 a 45 años del cantón La Libertad

Elaborado por: Yagual Cusme Nicole – Tobar Santos Aurik

Fecha: junio 2026

La comunicación de “Ecuador en Directo” promueve el diálogo activo entre el medio y la audiencia, el 38,8% está de acuerdo con la premisa, sumando 12,9% totalmente de acuerdo. Mientras 26,7% indica ni de acuerdo ni en desacuerdo, por otro lado, 12,9% representa en desacuerdo y solo 8,8% su total desacuerdo.

Tabla 12. *A través de redes sociales del medio digital “Ecuador en Directo”, participo en la creación y difusión de contenidos informativos.*

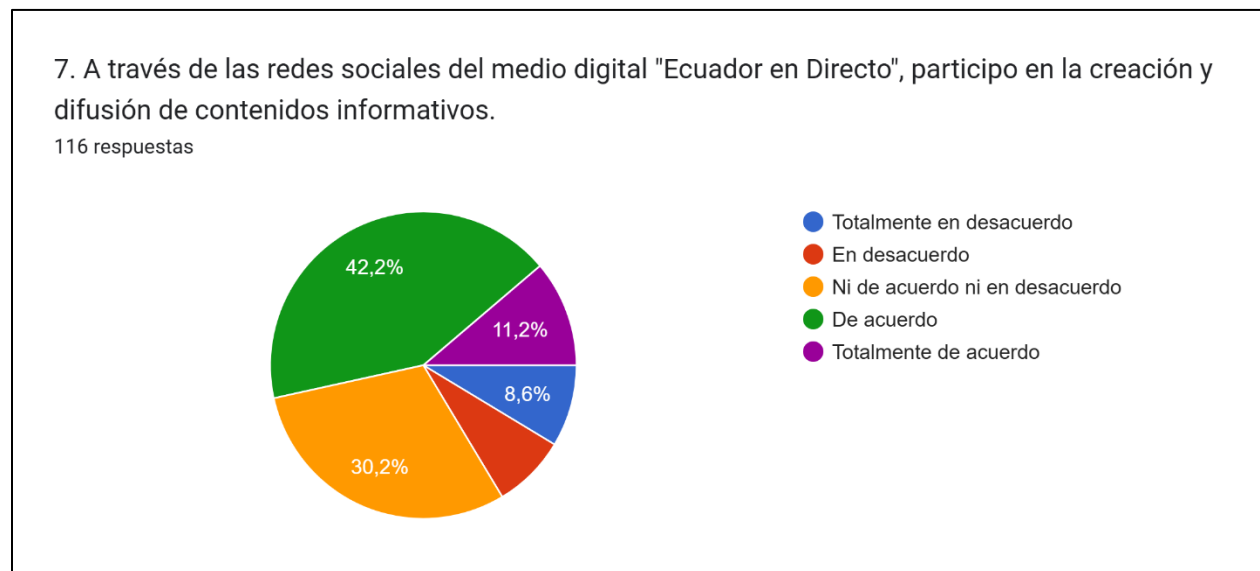
Contenidos informativos	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	9	8,6%
En desacuerdo	8	7,8%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	30	30,2%
De acuerdo	42	42,2%
Totalmente de acuerdo	11	11,2%
Total	100	100%

Fuente: jóvenes de entre 18 a 45 años del cantón La Libertad

Elaborado por: Yagual Cusme Nicole - Tobar Santos Aurik

Fecha: junio 2026

Figura 11.



Fuente: jóvenes de entre 18 a 45 años del cantón La Libertad

Elaborado por: Yagual Cusme Nicole - Tobar Santos Aurik

Fecha: junio 2026

El análisis revela que a través de las redes sociales del medio digital “Ecuador en Directo” incentiva a los jóvenes a participar en la creación y difusión de contenidos informativos, 42,2% de los encuestados demuestra su acuerdo, y con un 11,2% totalmente de acuerdo. 30,2% representa al grupo ni de acuerdo ni en desacuerdo, 8,6% cuenta con usuarios totalmente en desacuerdo y 7,8% en desacuerdo.

Tabla 13. *Siento que mi opinión y participación influye en la forma en que se desarrolla o modifica el contenido digital.*

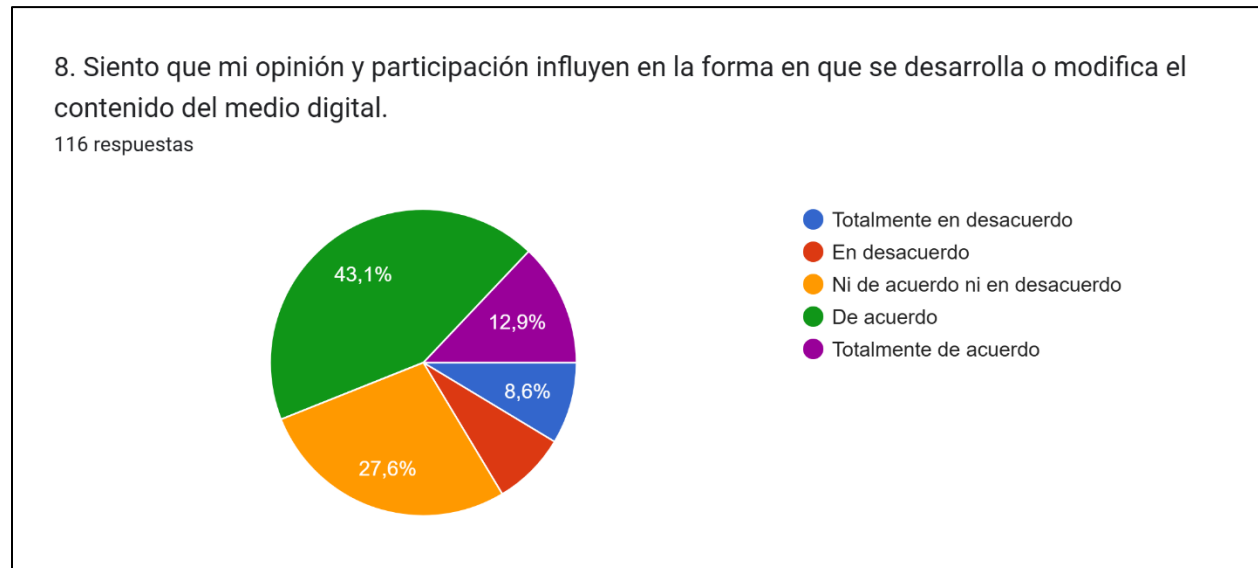
Opinión y participación	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	9	8,6%
En desacuerdo	8	7,8%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	27	27,6%
De acuerdo	43	43,1%
Totalmente de acuerdo	13	12,9%
Total	100	100%

Fuente: jóvenes de entre 18 a 45 años del cantón La Libertad

Elaborado por: Yagual Cusme Nicole - Tobar Santos Aurik

Fecha: junio 2026

Figura 12.



Fuente: jóvenes de entre 18 a 45 años del cantón La Libertad

Elaborado por: Yagual Cusme Nicole - Tobar Santos Aurik

Fecha: junio 2026

Se aborda la percepción de los jóvenes sobre la influencia en su desarrollo o modificación de los contenidos en el medio digital en su percepción y participación, 43,1% se corresponde a de acuerdo, con totalmente de acuerdo 12,9%. Ni de acuerdo ni en desacuerdo se mantienen neutral con 27,6%. Y 8,6% totalmente en desacuerdo y 7,8% el grupo de usuarios en desacuerdo.

Tabla 14. *La interacción con otros usuarios y con el medio digital me motiva a generar nuevos contenidos o a colaborar en la información difundida*

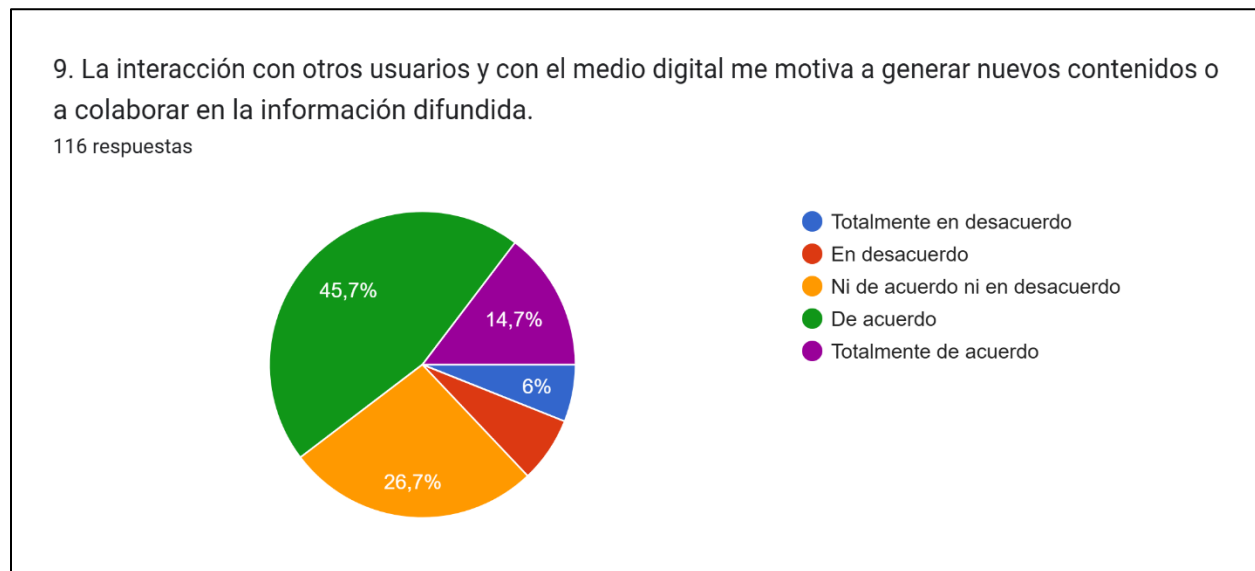
Interacción con usuarios	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	6	6%
En desacuerdo	7	6,9%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	27	26,7%
De acuerdo	46	45,7%
Totalmente de acuerdo	14	14,7%
Total	100	100%

Fuente: jóvenes de entre 18 a 45 años del cantón La Libertad

Elaborado por: Yagual Cusme Nicole – Tobar Santos Aurik

Fecha: junio 2026

Figura 13.



Fuente: jóvenes de entre 18 a 45 años del cantón La Libertad

Elaborado por: Yagual Cusme Nicole – Tobar Santos Aurik

Fecha: junio 2026

La interacción con otros usuarios y con el medio digital motiva a generar nuevos contenidos o colaborar en la información difundida, el 45,7% está de acuerdo, lo acompaña 14,7% totalmente de acuerdo. 26,7% representa la neutralidad ni de acuerdo ni en desacuerdo, por su parte, 6,9% se mantiene en desacuerdo y 6% totalmente en desacuerdo.

Tabla 15. Considero que la producción de contenido digital por parte de los usuarios facilita una mejor calidad y diversidad de la información que recibo.

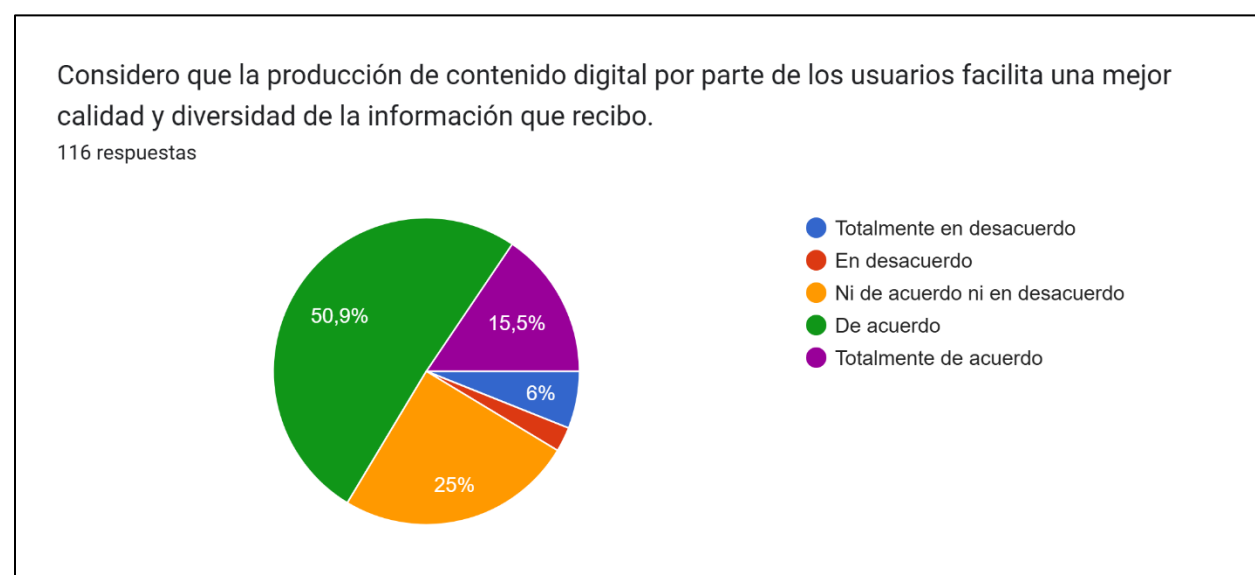
Diversidad de información	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	6	6%
En desacuerdo	3	2,6%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	25	25%
De acuerdo	51	50,9%
Totalmente de acuerdo	15	15,5%
Total	100	100%

Fuente: jóvenes de entre 18 a 45 años del cantón La Libertad

Elaborado por: Yagual Cusme Nicole - Tobar Santos Aurik

Fecha: junio 2026

Figura 14.



Fuente: jóvenes de entre 18 a 45 años del cantón La Libertad

Elaborado por: Yagual Cusme Nicole - Tobar Santos Aurik

Fecha: junio 2026

El contenido digital por parte de los usuarios facilita mejor calidad y diversidad de la información que los jóvenes del cantón La Libertad reciben, confirma la premisa con 50,9% su acuerdo, le sigue totalmente de acuerdo con 15,5%. En neutralidad 25% con ni de acuerdo ni en desacuerdo, 6% representa a totalmente en desacuerdo y solo 2,6% al grupo en desacuerdo.

Tabla 16. Las estrategias de comunicación transmedia utilizadas por “Ecuador en Directo” fomentan mi participación activa en las plataformas digitales.

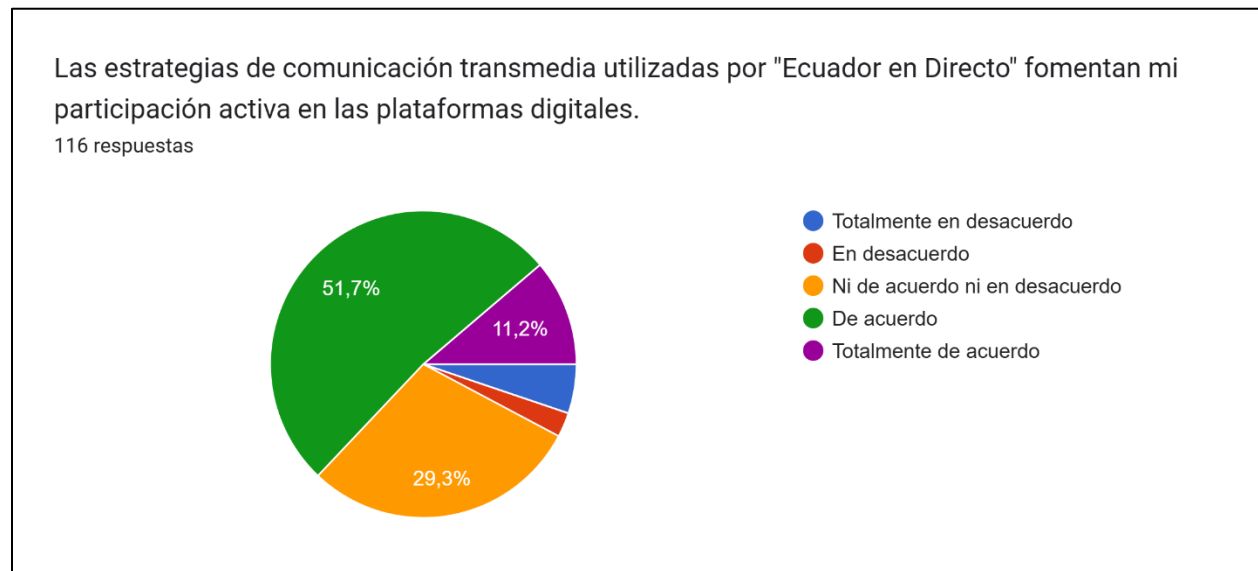
Estrategias de comunicación	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	5	5,2%
En desacuerdo	3	2,6%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	29	29,3%
De acuerdo	52	51,7%
Totalmente de acuerdo	11	11,2%
Total	100	100%

Fuente: jóvenes de entre 18 a 45 años del cantón La Libertad

Elaborado por: Yagual Cusme Nicole - Tobar Santos Aurik

Fecha: junio 2026

Figura 15.



Fuente: jóvenes de entre 18 a 45 años del cantón La Libertad

Elaborado por: Yagual Cusme Nicole - Tobar Santos Aurik

Fecha: junio 2026

Las estrategias de comunicación transmedia utilizadas por “Ecuador en Directo” fomenta la participación activa en las plataformas digitales, evidenciando con 51,7% al grupo de acuerdo, 11,2% indica su total de acuerdo. 29,3% representa ni de acuerdo ni en desacuerdo, 5,2% cuenta con totalmente en desacuerdo y 2,6% en desacuerdo.

Tabla 17. *La diversidad de formatos y plataformas digitales me motiva a involucrarme más en la producción y difusión de contenidos.*

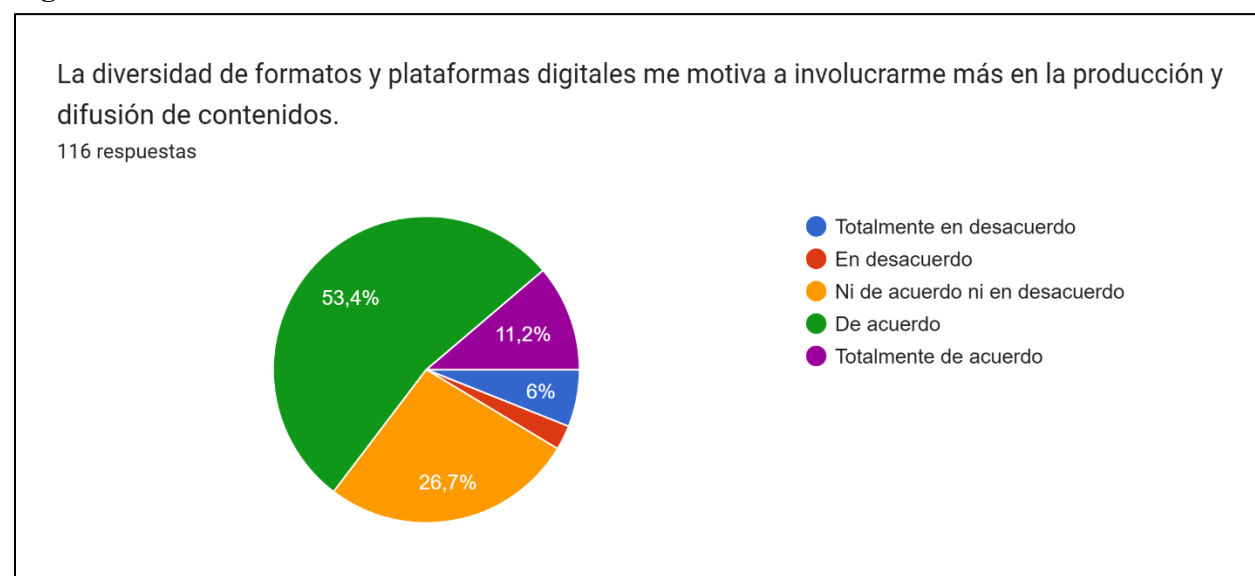
Producción y difusión	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	6	6%
En desacuerdo	3	2,7%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	27	26,7%
De acuerdo	53	53,4%
Totalmente de acuerdo	11	11,2%
Total	100	100%

Fuente: jóvenes de entre 18 a 45 años del cantón La Libertad

Elaborado por: Yagual Cusme Nicole - Tobar Santos Aurik

Fecha: junio 2026

Figura 16.



Fuente: jóvenes de entre 18 a 45 años del cantón La Libertad

Elaborado por: Yagual Cusme Nicole - Tobar Santos Aurik

Fecha: junio 2026

La diversidad de plataformas digitales motiva a involucrarse a los jóvenes entre 18 a 45 años en la producción y difusión de contenidos, 53,4% de los encuestados está de acuerdo, y 11,2% totalmente de acuerdo con la variedad de formatos y plataformas para difundir mensajes creativos. El segmento de 26,7% cuenta con ni de acuerdo ni en desacuerdo, 6% corresponde a totalmente en desacuerdo y 2,7% al grupo en desacuerdo.

Tabla 18. La comunicación bidireccional que se genera a través de la narrativa transmedia mejora mi compromiso con la información proporcionada.

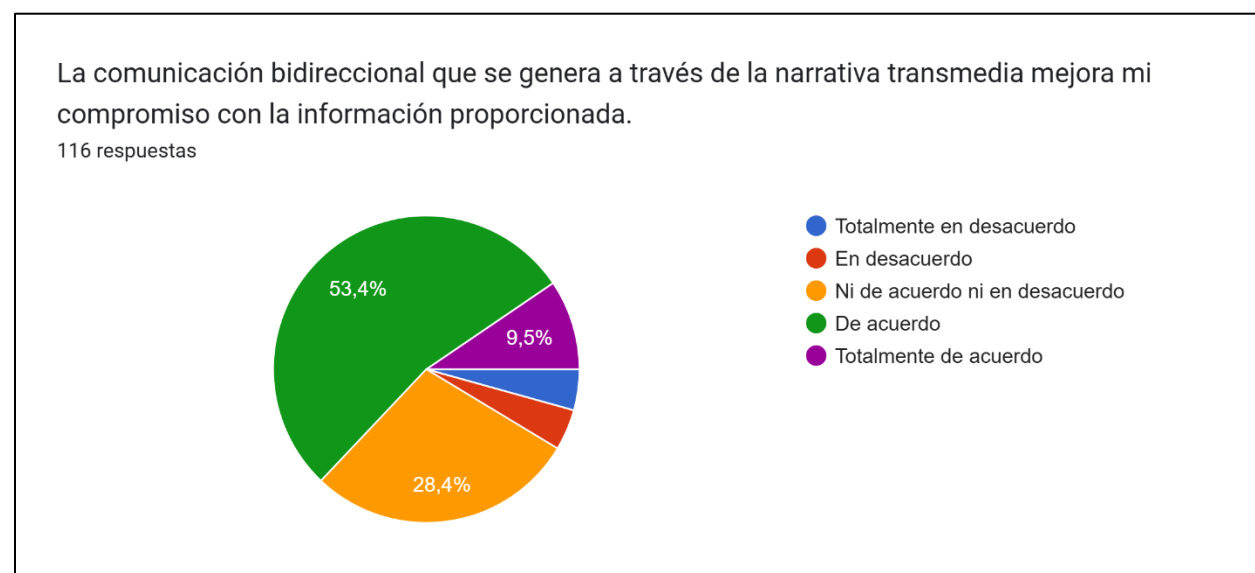
Compromiso con información	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	4	4,4%
En desacuerdo	4	4,3%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	28	28,4%
De acuerdo	54	53,4%
Totalmente de acuerdo	10	9,5%
Total	100	100%

Fuente: jóvenes de entre 18 a 45 años del cantón La Libertad

Elaborado por: Yagual Cusme Nicole - Tobar Santos Aurik

Fecha: junio 2026

Figura 17.



Fuente: jóvenes de entre 18 a 45 años del cantón La Libertad

Elaborado por: Yagual Cusme Nicole - Tobar Santos Aurik

Fecha: junio 2026

La comunicación bidireccional generada a través de la narrativa transmedia mejora la calidad y compromiso con la información que se proporciona a través de plataformas digitales, 53,4% está de acuerdo con la premisa, 9,5% corresponde a totalmente de acuerdo. En la neutralidad 28,4% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4,4% pertenece al grupo totalmente en desacuerdo y 4,3% en desacuerdo.

Tabla 19. *La comunicación transmedia contribuye a la formación de opiniones más críticas y fundamentadas en los temas tratados por “Ecuador en Directo”.*

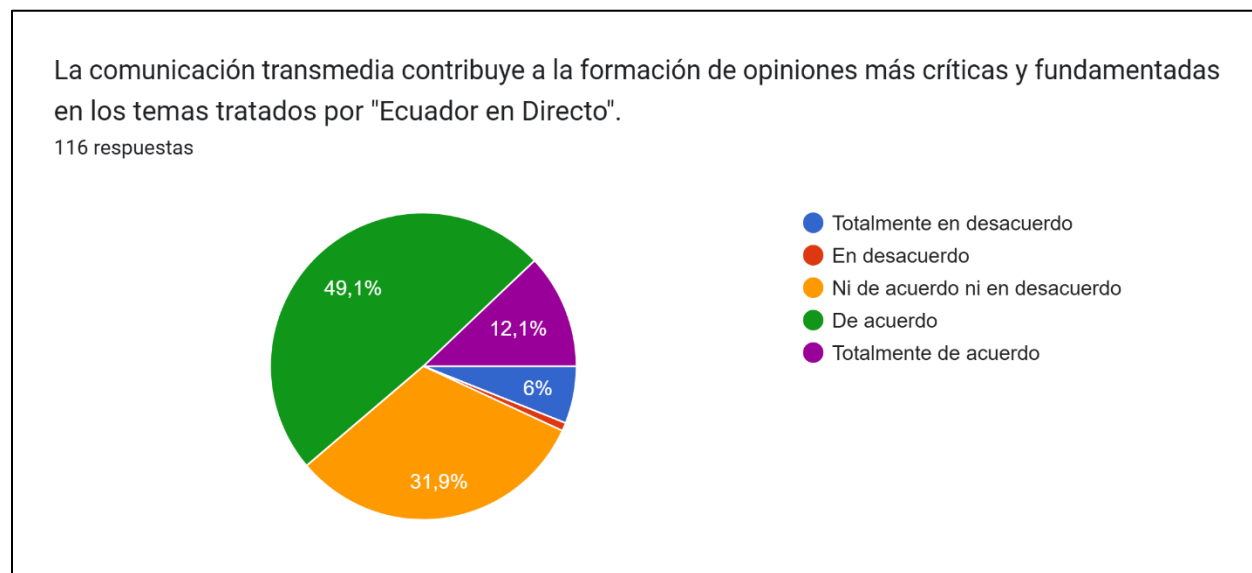
Compromiso con información	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	6	6%
En desacuerdo	1	0,9%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	32	31,9%
De acuerdo	49	49,1%
Totalmente de acuerdo	12	12,1%
Total	100	100%

Fuente: jóvenes de entre 18 a 45 años del cantón La Libertad

Elaborado por: Yagual Cusme Nicole - Tobar Santos Aurik

Fecha: junio 2026

Figura 18.



Fuente: jóvenes de entre 18 a 45 años del cantón La Libertad

Elaborado por: Yagual Cusme Nicole - Tobar Santos Aurik

Fecha: junio 2026

La comunicación transmedia contribuye a la formación de opinión crítica y fundamentadas en los temas tratados por “Ecuador en Directo”, 49,1% casi la mitad de los encuestados está de acuerdo, 12,1% totalmente de acuerdo. Un segmento considerable de 31,9% mantiene ni de acuerdo ni en desacuerdo, 6% totalmente en desacuerdo y solo 0,9% en desacuerdo.

Tabla 20. Gracias a la comunicación transmedia, me siento parte importante en la construcción y difusión de la información local.

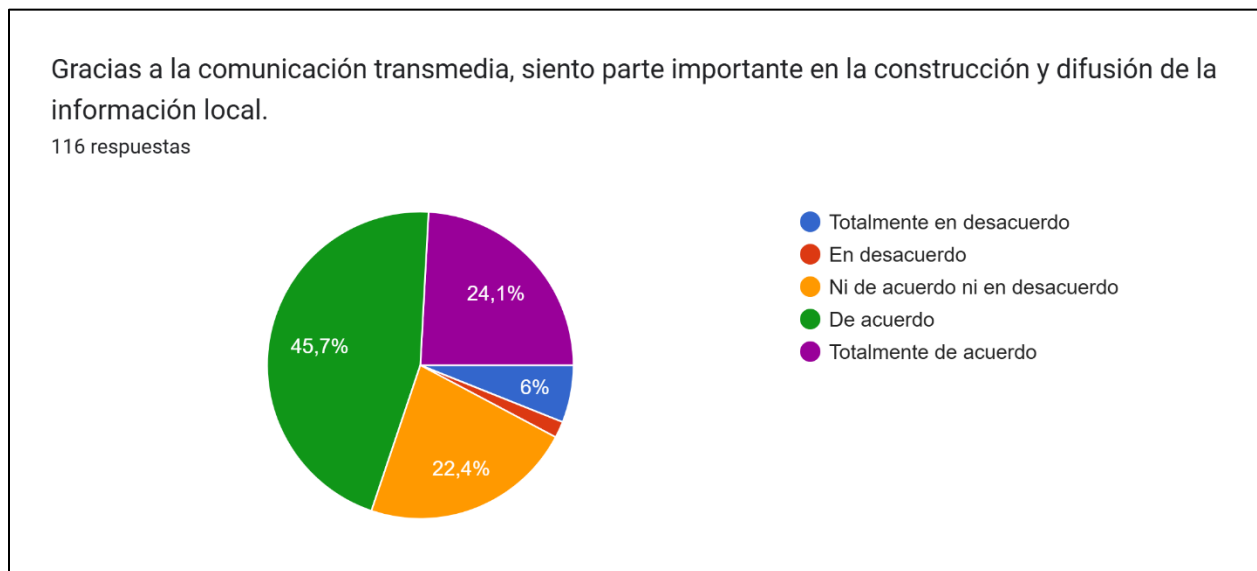
Compromiso con información	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	6	6%
En desacuerdo	2	1,8%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	22	22,4%
De acuerdo	46	45,7%
Totalmente de acuerdo	24	24,1%
Total	100	100%

Fuente: jóvenes de entre 18 a 45 años del cantón La Libertad

Elaborado por: Yagual Cusme Nicole - Tobar Santos Aurik

Fecha: junio 2026

Figura 19.



Fuente: jóvenes de entre 18 a 45 años del cantón La Libertad

Elaborado por: Yagual Cusme Nicole - Tobar Santos Aurik

Fecha: junio 2026

La comunicación transmedia es parte importante en la construcción y difusión de la información local, los encuestados manifiestan en un 45,7% de acuerdo, le sigue 24,1% totalmente de acuerdo. 22,4% representa al grupo ni de acuerdo ni en desacuerdo, 6% totalmente en desacuerdo y 1,8% en desacuerdo ante la premisa de los medios de comunicación y la participación del prosumidor en contenidos del medio digital “Ecuador en Directo”.

4.2 Análisis de contenido digital

El análisis observacional se realizó para comprender como las narrativas transmedia emergen como una estrategia clave, facilitando experiencias interactivas y participativas que enriquecen la forma en que se comparte y difunde la información. Con el fin de analizar como las narrativas transmedia y las estrategias de comunicación digital en redes sociales sobre participación, opinión pública e interacción de los jóvenes en el cantón La Libertad, a fin de comprender cómo se dinamiza el rol de prosumidores activos.

Tabla 21

Fecha de publicación	Plataforma	Duración	Formato	Interactividad	Calidad informativa	Diversidad de formatos	Narrativa transmedia
18/06/2026	Facebook		Post	66 reacciones 3 compartidas	Medio	Si	Si
18/06/2026	Facebook	3:21:39	Video	309 reacciones 107 compartidas	Alto	Si	No
18/06/2026	Instagram	2:33	Reel	22 reacciones	Bajo	No	Si
19/06/2026	TikTok	2:17	Video corto	1678 reacciones 197 compartidas	Alto	No	No
19/06/2026	Facebook	3:21:39	Video	250 reacciones 94 compartidas	Alto	No	No
20/06/2026	Facebook		Post	291 reacciones 73 compartidas	Alto	Si	Si
22/06/2026	Facebook	1:20:35	Video	217 reacciones 108 compartidas	Alto	Si	No
22/06/2026	Facebook	2:19	Reel	37 reacciones 13 compartidas	Alto	No	Si
22/06/2026	TikTok	2:48	Video corto	9062 reacciones 464 compartidas	Alto	No	Si
23/06/2026	Facebook	0:13	Reel	2833 reacciones 594 compartidas	Alto	No	Si
23/06/2026	TikTok	1:46	Video corto	540 reacciones 34 compartidas	Alto	No	Si
24/06/2026	Instagram	1:45	Reel	42 reacciones	Medio	No	Si
24/06/2026	TikTok	1:45	Video corto	350 reacciones 8 compartidas	Medio	No	Si

5. DISCUSIONES

La presente discusión articula los hallazgos obtenidos del monitoreo de la encuesta aplicada a jóvenes del cantón La Libertad con respecto al medio digital Ecuador en Directo y el análisis observacional de los contenidos publicados en las plataformas digitales del medio. Sobre el análisis de las narrativas transmedia y las estrategias de comunicación digital en redes sociales que influyen en la percepción y participación de la opinión pública y las interacciones a fin de comprender el rol de prosumidores activos.

5.1 Discusión del análisis de la encuesta

Los resultados a partir de la encuesta evidencian que las estrategias de comunicación digital utilizadas por los actores políticos en Santa Elena han fomentado una percepción y participación positiva y activa entre los jóvenes. 51,7% de los encuestados está de acuerdo con las estrategias que promueven su participación y percepción en plataformas digitales, reflejando la efectividad de las narrativas transmedia y la forma de conectar con diversos grupos demográfico, como lo menciona (Azurmendi, 2018), en su estudio. Sugiriendo que los jóvenes están dispuestos a interactuar con contenido político a través de redes sociales, transformado su rol de mero consumidor pasivo pasando a constituirse como prosumidor activo.

El uso de herramientas multimedia y segmentación de mensajes en plataformas digitales reveló datos significativos en la interacción de los jóvenes encuestados, 53,4% afirma que la comunicación bidireccional mejora la capacidad de compromiso con la información. (García D. , 2026), afirma que las tecnologías emergentes permiten nuevas formas narrativas que permiten fomentar la participación activa de la audiencia. La capacidad de experiencias multimedia en las plataformas digitales se muestra atractivas traduciéndose en el aumento de la interacción de los jóvenes con el contenido informativo.

Las estrategias de comunicación y creación de contenidos en redes sociales demuestran que son efectivas para fortalecer la opinión pública y promover la participación activa de los jóvenes como meros consumidores a prosumidores, siendo 42,2% de los encuestados que participan en la creación y difusión de contenidos informativos. La comunicación transmedia se respalda en la idea de no solo permitir la recepción de mensajes, sino que inviten a más usuarios a ser participantes activos en el proceso comunicativo, así lo menciona en su estudio (Pozo & Tomalá, 2025). Los

medios digitales y la audiencia deben mantener una interacción y dialogo activo para construir una opinión publica informada.

Los hallazgos a raíz de las encuestas con los jóvenes de entre 18 a 45 años del cantón La Libertad, sugieren que las narrativas transmedia y las estrategias de comunicación digital han dinamizado el rol que cumplen los jóvenes en las redes sociales transformándolos en prosumidores de la información que consumen en el cantón. Se evidencia un porcentaje de jóvenes que no solo consumen información, sino que producen y comparten contenido como mencionan (Bravo et al., 2019), pasan su transformación del papel de consumidor a prosumidor.

5.2 Discusión de los resultados del contenido digital

Con los datos recopilados podemos evidenciar que las plataformas digitales no operan de la misma manera. Mientras que las publicaciones en Facebook tienen una transmisión de 3 horas y mantienen una interacción moderada pero estable, los formatos verticales y dinámicos logran un exponencial despliegue en su interactividad. (Azurmendi, 2018), señala que los medios tradicionales y los actores realizan un esfuerzo por conectar con las audiencias jóvenes.

El comportamiento de los datos demuestra que la segmentación del mensaje y la elección de las herramientas multimedia determinan el nivel del *engagement* de la juventud del cantón La Libertad. (Robledo et al., 2016), indican que existen múltiples herramientas que permiten que la comunicación transmedia sea fácil y a su vez aprovechar sus potencialidades. El monitoreo de Ecuador en Directo refleja limitaciones 11 de las 13 publicaciones emplean diversos formatos, pero no diversifica los recursos de la misma publicación. (Lastra, 2016), sostiene que el espectador en el ecosistema actual determina “cuándo, dónde y cómo” consume contenido transforma el comportamiento y refina sus estrategias de comunicación.

(Veintimilla, 2024) define la narrativa transmedia como un proceso donde cada pieza se ensambla como un rompecabezas, transformando al mero consumir pasivo en un prosumidor activo. Los resultados muestran que los videos cortos de alta calidad en la plataforma de TikTok obtienen más reacciones y compartidas. (García-Galera & Valdivia, 2014) describe al prosumidor con tres acciones clave compone, comparte y difunde contenido. (Espinal, 2024), argumenta que los prosumidores del cantón La Libertad emergen de la capacidad de consumir, analizar y crear contenidos que respondan a las necesidades de su comunidad.

6. CONCLUSIONES

A partir del estudio de las narrativas transmedia y las estrategias de comunicación digital en el cantón La Libertad donde jóvenes entre 18 a 45 años fueron esenciales para la investigación. Integrando el análisis cuantitativo a través de la encuesta y el monitoreo observacional de los contenidos digitales difundidos en plataformas digitales a través del medio digital Ecuador en Directo. Los datos permitieron contrastar las dinámicas, interacciones y consumo que tienen los usuarios por plataformas como Facebook, Instagram y TikTok.

Se evidencia como resultado que la comunicación estratégica empleada por actores políticos influye en la percepción y participación de los jóvenes, transformándolos en prosumidores de la información que consumen. El 51,7% de los encuestados está de acuerdo con las estrategias de comunicación que facilitan la participación y mejoran la percepción que tiene la audiencia sobre los contenidos que se publican en redes sociales. Se corrobora de manera practica al analizar el comportamiento que mantienen las audiencias en las publicaciones analizadas. Los formatos tradicionales se caracterizan por transmisiones de más de tres horas como Facebook logra mantenerse estable en la transmisión. Evidenciando que cuando los actores políticos diversifican sus canales, los jóvenes pasan a transformarse en prosumidores de la información que consumen (Azurmendi, 2018), lo expone.

Según los resultados de la encuesta la segmentación y selección de herramientas multimedia determina el *engagement* y compromiso de la juventud en La Libertad. 53,4% afirma que la comunicación bidireccional mejora la calidad de la información, (García D. , 2026), confirma que las tecnologías emergentes y la estructura de narrativas transmedia fomentan la participación de la audiencia joven. Por su parte, el monitoreo observacional devela que aún existe una brecha que debe potencializarse, los videos cortos o *reels* logran niveles altos en interactividad.

Las redes sociales en el cantón La Libertad se han consolidado como piezas clave para la opinión pública, promoviendo la percepción y participación ciudadana como prosumidores, 42,2% participa activamente en la creación y difusión de contenidos informativos, como lo señala (Bravo et al., 2019). En el ámbito observacional los videos cortos y de alta calidad consigue mayor interactividad y reacciones por parte de la audiencia.

7. RECOMENDACIONES

Se recomienda implementar la comunicación estratégica digital es las estructuras de los actores políticos, que migran de plataformas tradicionales y unidireccionales a plataformas de interacciones dinámicas y bidireccionales, adaptadas al comportamiento de los jóvenes. El uso estratégico de plataformas dinámicas servirá para conectar con los diversos grupos demográficos facilitando la interacción con el grupo juvenil.

Las plataformas de comunicación digital local deben superar la distribución multiplataforma y convertirse en una verdadera convergencia transmedia, diseñando publicaciones que integren simultáneamente múltiples plataformas dentro de un mismo hilo informativo como infografías interactivas, encuestas integradas, llamados a la acción, entre otros. Al diversificar recursos, facilita que la interacción sea inmediata en los distintos espacios donde se difunde la información, porque en la actualidad los jóvenes requieren que la información sea bidireccional.

Se recomienda que las universidades, medios de comunicación locales y ciudadanos creen espacios donde las personas puedan informar sobre la creación de contenidos digitales y programas de alfabetización mediática dirigidas al grupo de estudio en el cantón La Libertad. La democratización de la información afecta la calidad de la información que es difundida por plataformas digitales, es indispensable guiar a los jóvenes en la creación, producción y difusión del mensaje para que sus contenidos aporten valor real y se consoliden como una opinión pública crítica e informada en el cantón.

8. Bibliografía

- Alonzo, R. (2020). *Universidad de Colima*.
https://ww.ucol.mx/content/publicacionesenlinea/adjuntos/La-practica-de-prosumir-en-internet-ELECTRONICO_496.pdf
- Aparici, R., & García-Marín, D. (2018). *Prosumidores y emirecs: Análisis de dos teorías enfrentadas*. Revista Científica de Educomunicación.
- Arribas-Urrutia, A., Islas-Carmona, O., & Gutiérrez, F. (2019). *De prosumidores a observadores: una tendencia emergente en Internet y en los jóvenes ecuatorianos. Resultados del estudio del World Internet Project, Ecuador*. Refista Latina de Comunicación Social.
- Azurmendi, A. (2018). Reconectar con la audiencia joven. Narrativa transmedia para la transformación de la televisión de servicio público en España, Francia, Alemania y Reino Unido. *Revista Latina de Comunicación Social*. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1289>
- Baena, A. (2019). <https://openaccess.uoc.edu/server/api/core/bitstreams/48b552c5-5995-43d0-811d-e8b1269de7e4/content>
- Bellicieri, F. (2026).
<https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/puentescomunicacion/article/view/8874/8473>
- Borbor, M., & Pozo, E. (2024). *Las TICS como herramientas para el desarrollo Local-comunitario, barrio Amantes de Sumpa, provincia de Santa Elena, 2024*. Repositorio UPSE.
- Brandolín, A., Demarchi, P., & Galimberti, S. (2021).
https://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/131807/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bravo, J., Larrea, C., & Ruales, R. (2019). ConHumanitas.
<https://www.comhumanitas.org/index.php/comhumanitas/article/view/191/181>
- Briones, W., Carranza, H., Chang, W., & Loor, A. (2023). *Journal of Sciencie and Research*.
<https://revistas.utb.edu.ec/index.php/sr/article/view/2973/2648>
- Cajal, A. (2017). <https://hopelchen.tecnm.mx/principal/sylabus/fpdb/recursos/r138123.PDF>
- Camacho, M., & Segarra, M. (2019). Revista de comunicación.
<https://revistadecomunicacion.com/index.php/rcom/es/article/view/1295/1108>
- Civila, S. (2021). https://girinformal.usal.es/wp-content/uploads/2021_Ruiz-Chagna_Iglesias-Rodriguez-1.pdf

- Correa, D., Arias, C., & Samaniego, G. (2017). *La participación del Prosumidor en la nueva era de la comunicación*. INNOVA Research Journal.
- Costa, C. (2012). *Nuevas narrativas audiovisuales: multiplataformas, crossmedia y transmedia. El caso de Águila Roja (RTVE)*. ICONO14.
- Espinal, A. (2024). Repositorio UPSE.
<https://repositorio.upse.edu.ec/server/api/core/bitstreams/1ea63b5c-9f5b-4dca-b40c-8e2f6f700a3a/content>
- Farinango, L. (2024). *Revista de comunicación y cultura*.
<https://repositorio.uasb.edu.ec/server/api/core/bitstreams/58448451-323b-4c87-b1a6-aa3e5cb8943e/content>
- Fernández, J., & Lindao, S. (2025). Repositorio UPSE.
<https://repositorio.upse.edu.ec/server/api/core/bitstreams/60c5cf4f-b15a-4e65-9004-f42a275a4f2a/content>
- García, A. (2013). *ICONO14*. redalyc. <https://www.redalyc.org/pdf/5525/552556576012.pdf>
- García, D. (2026). <https://docta.ucm.es/rest/api/core/bitstreams/f869b70f-9194-4eb0-8558-132d16a2773a/content>
- García-Galera, C., & Valdivia, A. (2014).
<http://educa.fcc.org.br/pdf/comunicar/v22n43/v22n43a02.pdf>
- Gonzalez, C. (2025). Repositorio UPSE.
<https://repositorio.upse.edu.ec/server/api/core/bitstreams/d0874b0f-62ca-4106-adc1-59eb572c159b/content>
- González, R. (2025). Repositorio UPSE.
<https://repositorio.upse.edu.ec/server/api/core/bitstreams/600a83cf-1000-4903-8ceb-347f067a0402/content>
- Grajales, T. (2000). <https://cmappublic2.ihmc.us/rid=1RM1F0L42-VZ46F4-319H/871.pdf>
- Hernández, G., & Pérez, J. (2020). incubadoravisual.
https://incubadoravisual.com/descargas/ProsumidoresYComunicacionEnLaEraDigital_CI_C_UCAB_V1.pdf
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014).
https://virtual.claustrouniversitariodeorientee.edu.mx/doctoradoenlinea/Definiciones_de_1os_enfoques_cuantitativo-cualitativo.pdf
- Hernández-Serrano, M.-J., Renés-Arellano, P., Graham, G., & Greenhill, A. (2017). *Del prosumidor al prodiseñador: el consumo participativo de noticias*. Revista Científica de Educomunicación.

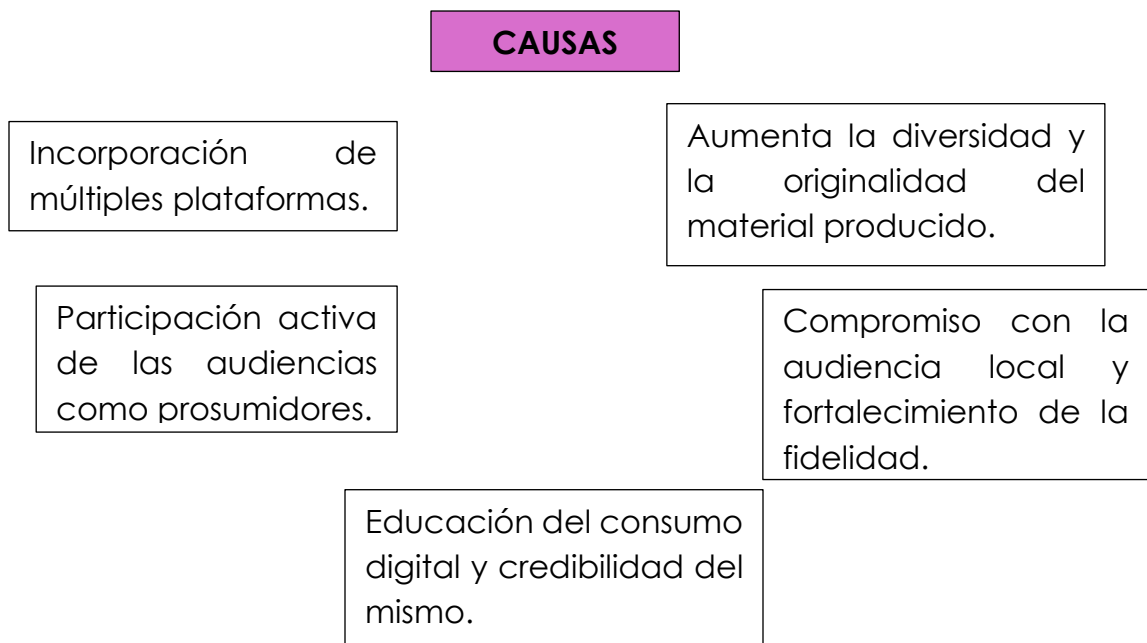
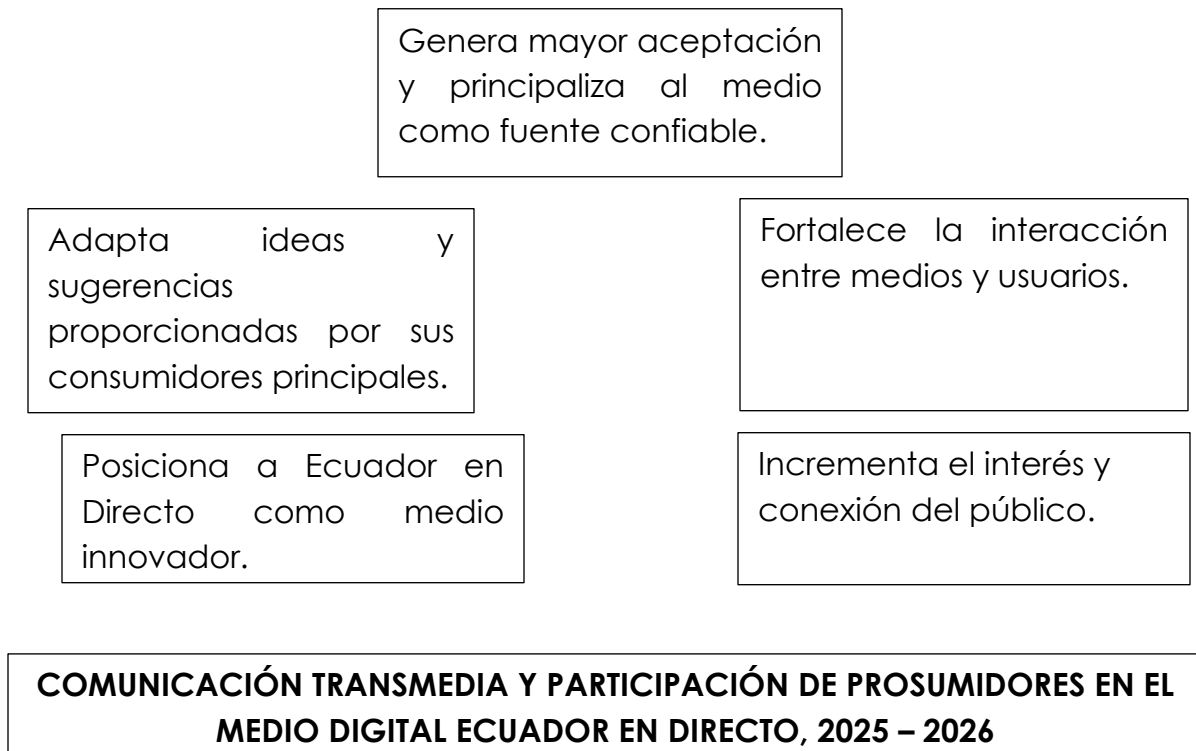
- Herrera, C. (2024). Repositorio UAEH. <https://repositorio.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/icea/article/view/12660/11178>
- INEC. (2010). <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Irigaray, F., & Lovato, A. (2014). Repositorio FLACSO. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/server/api/core/bitstreams/d3970a18-6169-4c6b-8f62-a420d6ace251/content>
- Lastra, A. (2016). *El poder del prosumidor. Identificación de sus necesidades y repercusión en la producción audiovisual transmedia*. ICONO14.
- Londo, B. (2025). dspace.unach. [http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/16162/1/Londo%20P.%20Blanca%20Y.%20\(2025\).%20Uso%20de%20narrativas%20transmedia%20y%20participaci%C3%B3n%20del%20usuario%20en%20la%20Prensa,%20periodo%20enero-junio.pdf](http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/16162/1/Londo%20P.%20Blanca%20Y.%20(2025).%20Uso%20de%20narrativas%20transmedia%20y%20participaci%C3%B3n%20del%20usuario%20en%20la%20Prensa,%20periodo%20enero-junio.pdf)
- López-Roldan, P., & Fachelli, S. (2015). https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsoccua_a2016_cap2-3.pdf
- Maldonado, S., Dután, W., & Romero, K. (2023). *Creación de contenidos en el nuevo esquema de comunicación masiva*. RECIMUNDO.
- Mejía-Rivas, J. (2022). *Revista Ciencia Agraria*. <https://doi.org/https://doi.org/10.35622/j.rca.2022.03.001>
- Meza, L. (2015). *Revista Virtual, Matemáticas Educación e Internet*. <https://doi.org/https://doi.org/10.18845/rdmei.v4i2.2296>
- Nigro, P. (2018). Repositorio UTMachala. <https://repositorio.utmachala.edu.ec/server/api/core/bitstreams/8cb9edad-3aaf-41c3-8811-3a3360882ebf/content>
- Pabón, A. (2016). Dspace UDLA. <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/6291/1/UDLA-EC-TPU-2016-42.pdf>
- Palmero, S. (2020). <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/23240/La%20ensenanza%20del%20componente%20gramatical%20el%20metodo%20deductivo%20e%20inductivo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pérez, M. (2015). *El fan film: paradigma de la cultura participativa en el entorno de los news media*. Universidad de Sevilla.
- Pozo, D., & Tomalá, E. (2025). Repositorio UPSE. <https://repositorio.upse.edu.ec/server/api/core/bitstreams/bf60e21e-bcbd-4614-8f89-e226b0119c74/content>

- Ramos, R. (2016). Repositorio UASB.
<https://repositorio.uasb.edu.ec/server/api/core/bitstreams/a4f5c8da-fd07-4291-ad1d-585244018241/content>
- Ricardo, E., & Salinas, R. (2024). Repositorio UPSE.
<https://repositorio.upse.edu.ec/server/api/core/bitstreams/d1b88c4b-097d-424e-9ebb-a8189558e3fd/content>
- Robledo, K., Atarama, T., & Palomino, H. (2016). *Ediciones Complutense*.
[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/90541132/cceb8c0587fdbfd437903aa5a2c2c415fe57-libre.pdf?1662047244=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DDe la comunicacion multimedia a la comun.pdf&Expires=1782028556&Signature=b0QQA-e2eB9cjaA2KFS10mQS9](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/90541132/cceb8c0587fdbfd437903aa5a2c2c415fe57-libre.pdf?1662047244=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DDe+la+comunicacion+multimedia+a+la+comun.pdf&Expires=1782028556&Signature=b0QQA-e2eB9cjaA2KFS10mQS9)
- Roca, G. (2021). Repositorio UPSE.
<https://repositorio.upse.edu.ec/server/api/core/bitstreams/64f2bbc0-f24b-40ea-8b03-d5628a36730e/content>
- Rodríguez, L., & Tinitana, L. (2024). Repositorio UPSE.
<https://repositorio.upse.edu.ec/server/api/core/bitstreams/319c4114-ccd9-423c-849a-7ba47c542567/content>
- Ruiz, M., Borboa, M., & Rodríguez, J. (2013). *El enfoque mixto de investigación en los estudios fiscales*. Revista Académica de Investigación.
- Saavedra-Bautista, C., Cuervo-Gómez, W., & Mejía-Ortega, I. (2016). *Producción de contenidos transmedia, una estrategia innovadora*. Dialnet.
- Salazar, C. (2020).
<https://repositorio.usam.ac.cr/xmlui/bitstream/handle/11506/2634/LEC%20MET%200020%202021.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Santiago del Pino, M., Goenechea, C., & Romero, M. (2018). *Revista Complutense de Educación*.
https://rodin.uca.es/bitstream/handle/10498/21844/2019_306.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Santin-Picoita, F., Gadea, W.-F., & Henríquez-Mendoza, E. (2024). *Revista Internacional*. Scielo.
<https://ve.scielo.org/pdf/rtded/v17n1/2665-0266-rtded-17-01-235.pdf>
- Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Austral Comunicación.
- Scolari, C. (2014). https://comunicaciontransmedia.com.ar/wp-content/uploads/2024/08/scolari_narrativastransmedia_nuevasformasdecomunicar.pdf

- Solórzano, J., & Leguizamón, E. (2020). Repositorio UCC.
<https://repositorio.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/5237fb09-04b0-4b03-998b-40626592135e/content>
- Soriano, V. (2024). Repositorio UPSE.
<https://repositorio.upse.edu.ec/server/api/core/bitstreams/48354fd4-3c07-48e5-a02c-5a4283316ae7/content>
- Suárez, D. (2023). Repositorio UPSE.
<https://repositorio.upse.edu.ec/server/api/core/bitstreams/f87383f0-104c-4bfc-aaf9-d225649dea6f/content>
- Tamayo, C., Freeman, M., & Morales, E. (2018).
https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/58112263/Libro_Arqueologia_Transmedia_FULL_BOOK-libre.pdf?1546592858=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DTransmedia_Archaeology_in_Latin_America.pdf&Expires=1782322982&Signature=SPQyeliO5cGiXcgJ4QMqWjDj
- Valdez-Esquivel, W., & Pérez-Azahuanche, M. (2021). *Las competencias comunicativas como factor fundamental para el desarrollo social*. Dialnet.
- Veintimilla, G. (2024). <https://repositorio.uasb.edu.ec/server/api/core/bitstreams/91620df8-4838-40c8-96b5-ccff4e560aac/content>
- Vélez, D. (2024). Repositorio UPSE.
<https://repositorio.upse.edu.ec/server/api/core/bitstreams/40d63291-c7fe-4ec2-b70b-d8c411871534/content>
- Vélez, D. (2025). Repositorio UPSE.
<https://repositorio.upse.edu.ec/server/api/core/bitstreams/40d63291-c7fe-4ec2-b70b-d8c411871534/content>
- Villanueva-Mansilla, E. (2016). *Convergencia mediática: lecciones y preguntas desde la experiencia peruana*. Dialnet.
- Walker, W. (2021). Scielo. <https://www.scielo.org.ar/pdf/enfoques/v34n2/1669-2721-enfoques-34-02-13.pdf>

9. Anexos

Anexo 1: Árbol del problema



Anexo 2: Matriz de validación de instrumentos

I. Datos del experto

Nombre del experto: Lilian Susana Molina Benavides

Título académico: Licenciada en Ciencias de la Educación y PhD en Información y Documentación en la Sociedad del Conocimiento.

Área de especialización: Comunicación

Institución: Universidad Estatal Península de Santa Elena

Correo electrónico: lmolina@upse.edu.ec

Fecha de evaluación: 20 de junio del 2026

II. Datos del instrumento

Título del instrumento: Encuesta

Nombre del estudiante: Yagual Cusme Nicole Estefania y Tobar Santos Aurik Rosario

Variable(s) evaluadas: Comunicación transmedia y Participación del prosumidor

Población objetivo: Usuarios de entre 18 a 45 años residentes de la provincia de Santa Elena

Número de ítems: 25

III. Escala de valoración

Valor	Categoría
4	Muy adecuado
3	Adecuado
2	Poco adecuado
1	No adecuado

IV. Criterios de evaluación

1. Claridad
2. Coherencia
3. Pertinencia
4. Suficiencia
5. Adecuación semántica
6. Relevancia científica
7. Formato / estructura

V. Tabla de validación de ítems

Ítem	Contenido	Claridad	Coherencia	Pertinencia	Suficiencia	Adecuación semántica	Observaciones
1	La información que recibo a través del medio digital “Ecuador en Directo” se presenta en diferentes plataformas digitales (redes sociales, sitio web, entre otros)	4	4	4	4	4	Muy clara y pertinente
2	Los contenidos informativos que sigo en “Ecuador en Directo” están relacionados entre sí y complementan la historia o noticia principal	4	4	4	3	4	Excelente
3	Siento que los contenidos digitales me invitan a interactuar, compartir o comentar sobre la información presentada	4	4	4	4	4	Muy adecuada
4	Las plataformas digitales del medio “Ecuador en Directo” me ofrecen experiencias multimedia atractivas (videos,	4	4	4	4	4	Directamente relacionada con la variable

	infografías, audios) que enriquecen la información						
5	La comunicación de “Ecuador en Directo” me parece que promueve un diálogo activo entre el medio y la audiencia, más que un mensaje unidireccional	4	4	4	3	4	Facilita la comprensión por parte de la población
6	Me considero un usuario activo que no solo consume contenido, sino que también lo produce o comparte en plataformas digitales	4	4	4	4	4	Pertinente
7	A través de las redes sociales del medio digital “Ecuador en Directo”, participo en la creación y difusión de contenidos informativos	4	4	4	4	4	Mide con precisión el nivel de participación prosumidora
8	Siento que mi opinión y participación influyen en la forma en que se desarrolla o modifica el contenido del medio digital	4	4	4	4	4	Bien estructurado
9	La interacción con otros usuarios y con	4	4	4	3	4	Contribuye de manera significativa a

	el medio digital me motiva a generar nuevos contenidos o a colaborar en la información difundida						la cobertura de la dimensión interactiva
10	Considero que la producción digital por parte de los usuarios facilita una mejor calidad y diversidad de la información que recibo	4	4	4	4	4	Redacción adecuada para los usuarios
11	Las estrategias de comunicación transmedia utilizadas por “Ecuador en Directo” fomentan mi participación activa en las plataformas digitales	4	4	4	4	4	Alta coherencia con los ítems anteriores sobre consumo mediático
12	La diversidad de formatos y plataformas digitales me motiva a involucrarme más en la producción y difusión de contenidos	4	4	4	3	4	Pregunta relevante para identificar estrategias de narrativa transmedia
13	La comunicación bidireccional que se genera a través de la narrativa transmedia mejora mi compromiso	4	4	4	4	4	Buena alineación con los objetivos

	con la información proporcionada						
14	La comunicación transmedia contribuye a la formación de opiniones más críticas y fundamentadas en los temas tratados por “Ecuador en Directo”	4	4	4	4	4	Ítem claro y conciso
15	Gracias a la comunicación transmedia, siento parte importante en la construcción y difusión de la información local	4	4	4	4	4	Excelente contribución a la medición de variable

VI. Evaluación global

Criterio	Valoración	Observaciones
Claridad general del instrumento	4	Muy claro y bien redactado
Coherencia interna	4	Alta coherencia entre ítems y variables
Pertinencia de los ítems	4	Totalmente alineado con el tema de tesis
Cobertura de dimensiones	4	Buena cobertura de dimensiones transmedia y prosumidor
Adecuación para la población objetivo	4	Idóneo para usuarios de entre 18 a 45 años
Viabilidad de aplicación	4	Fácil de aplicar en formato digital

VII. Recomendación final del experto

- ☒ El instrumento es adecuado y puede aplicarse sin modificaciones.
- ☐ El instrumento es adecuado, pero requiere ajustes menores.
- ☐ El instrumento requiere modificaciones importantes antes de su aplicación.
- ☐ El instrumento no es adecuado para su aplicación.

Recomendaciones generales: El instrumento está muy bien diseñado, con excelente alineación teórica y metodológica. El enfoque en comunicación transmedia y rol del prosumidor es actual y relevante para el contexto ecuatoriano.

Firma



Lic. Lilian Susana Molina Benavides, PhD.
Docente/Experto

Anexo 3: Archivo fotográfico de las encuestas

Comunicación transmedia y participación  

       Publicado  

Preguntas Respuestas 116 Configuración

 Este formulario no admite respuestas. Gestionar

116 respuestas  [Ver en Hojas de cálculo](#) 

[Resumen](#) [Pregunta](#) [Individual](#)

Usuarios que han respondido

Correo electrónico

pablointhegame0@gmail.com

genesispanchana1704@gmail.com

kmyagualbazan@gmail.com

Anexo 4: Archivo fotográfico del análisis de contenido digital

