



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

LA COMUNICACIÓN MULTIMODAL COMO DESARROLLO
COMUNICACIONAL EN LA PLATAFORMA DIGITAL INSTAGRAM EN JÓVENES DE
LA CARRERA DE COMUNICACIÓN

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO DE:

LICENCIADO(A) EN COMUNICACIÓN

AUTORES(A):

TOMALÁ TOMALÁ MICHELLE PAMELA
LAINEZ DEL PEZO JHOVER JOSÉ

TUTOR(A):

LCDA. SANDRA BETZABETH MALDONADO LÓPEZ, MGTR.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2024 – 2

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

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN:

LA COMUNICACIÓN MULTIMODAL COMO DESARROLLO
COMUNICACIONAL EN LA PLATAFORMA DIGITAL INSTAGRAM EN JÓVENES DE
LA CARRERA DE COMUNICACIÓN

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO DE:
LICENCIADAS EN COMUNICACIÓN

AUTORES(A):

TOMALÁ TOMALÁ MICHELLE PAMELA

LAINÉZ DEL PEZO JHOVER JOSÉ

LA LIBERTAD – ECUADOR

2024 - 2

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE GENERAL	3
ÍNDICE DE TABLAS	5
ÍNDICE DE FIGURAS.....	6
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	7
DEDICATORIA	8
DEDICATORIA	8
AGRADECIMIENTOS	9
AGRADECIMIENTOS	9
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC	10
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	10
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	11
RESUMEN	12
INTRODUCCIÓN	14
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
1.1. Antecedentes del problema de investigación.	16
1.2. Formulación del problema de investigación.	19
1.2.1. Preguntas de investigación	19
1.3. Objetivos.....	19
1.3.1. Objetivo general.....	19
1.3.2. Objetivos específicos.....	19
1.4. Justificación de la investigación.	20
1.5. Hipótesis	21
1.6. Variables	21
1.6.1. Variable Independiente: Comunicación multimodal.....	21
1.6.2. Variable Dependiente: Plataforma digital	21
2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL.....	22
2.1. Conocimiento actual.	22
2.1.2 Comunicación Multimodal.....	22
2.1.3 Plataformas Digitales	22
2.2. Fundamentación teórica y Conceptual.	23
2.2.1. Interactividad y participación del usuario	23
2.2.2. Visualización y alcance	23
2.2.3. Credibilidad y veracidad.....	24
2.2.4. Canales de comunicación.....	24

2.2.5. Contenido multimedia	25
2.2.6. Factores culturales, tecnológicos y organizacionales	25
2.2.7. Brechas digitales	25
2.2.8. Desarrollo de habilidades.....	26
2.2.9. Pluralidad informativa.....	26
2.2.10. Adaptación de contenidos	26
2.3. Marco Legal.....	27
3. MARCO METODOLÓGICO	29
3.1. Enfoque de investigación.	29
3.2. Tipo de investigación.	29
3.3. Diseño de investigación.	30
3.4. Alcance de la investigación.	30
3.5. Población, muestra y periodo de estudio.....	34
3.5.1. Población:	34
3.5.2. Muestra:.....	34
3.5.3. Periodo de estudio:.....	35
3.6. Técnicas e instrumentos de levantamiento de información.	35
3.6.1. Encuesta:.....	35
3.6.2. Entrevista:	36
4. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	36
5. DISCUSIÓN.....	55
6. CONCLUSIONES.....	59
7. RECOMENDACIONES.	61
REFERENCIAS.....	62
ANEXOS	65

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de las variables.	32
Tabla 2. ¿La comunicación multimodal potencia la interactividad y la participación en los jóvenes de la carrera de Comunicación?	38
Tabla 3. ¿Los formatos multimodales influyen en la visualización y alcance de contenidos?	39
Tabla 4. ¿La comunicación multimodal contribuye en la credibilidad y veracidad de la información? 40	
Tabla 5. ¿La integración de la comunicación multimodal mejora la transmisión en los distintos canales de comunicación?	41
Tabla 6. ¿La comunicación multimodal diversifican los contenidos multimedia?	42
Tabla 7. ¿Las plataformas digitales se adaptan a los factores culturales, tecnológicos y organizacionales en la interacción y comunicación de los estudiantes?	43
Tabla 8. ¿Las plataformas virtuales están diseñadas para evitar las brechas digitales?	44
Tabla 9. ¿Las plataformas digitales potencian el desarrollo de habilidades en los jóvenes de la carrera de Comunicación?	45
Tabla 10. ¿Las plataformas digitales contribuyen a la pluralidad informativa de los usuarios?	46
Tabla 11. ¿Las plataformas digitales facilitan la adaptación de contenidos para satisfacer la accesibilidad de comunicación?	46

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. ¿La comunicación multimodal potencia la interactividad y la participación en los jóvenes de la carrera de Comunicación?	38
Figura 2. ¿Los formatos multimodales influyen en la visualización y alcance de contenidos?	39
Figura 3. ¿La comunicación multimodal contribuye en la credibilidad y veracidad de la información?40	
Figura 4. ¿La integración de la comunicación multimodal mejora la transmisión en los distintos canales de comunicación?	41
Figura 5. ¿La comunicación multimodal diversifican los contenidos multimedia?	42
Figura 6. ¿Las plataformas digitales se adaptan a los factores culturales, tecnológicos y organizacionales en la interacción y comunicación de los estudiantes?	43
Figura 7. ¿Las plataformas virtuales están diseñadas para evitar las brechas digitales?	44
Figura 8. ¿Las plataformas digitales potencian el desarrollo de habilidades en los jóvenes de la carrera de Comunicación?	45
Figura 9. ¿Las plataformas digitales contribuyen a la pluralidad informativa de los usuarios?	46
Figura 10. ¿Las plataformas digitales facilitan la adaptación de contenidos para satisfacer la accesibilidad de comunicación?	47

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Quien suscribe; **LAINEZ DEL PEZO JHOVER JOSÉ** con C.I. 245067650-3 y **TOMALÁ TOMALÁ MICHELLE PAMELA** con C.I. 092823446-7 , estudiante de la carrera de Comunicación, declaro que el Trabajo de Titulación; Proyecto de Investigación presentado a la Unidad de Integración Curricular, cuyo título es: **La comunicación multimodal como desarrollo comunicacional en la plataforma digital Instagram en jóvenes de la carrera de Comunicación**, corresponde exclusiva responsabilidad del/de autor/la autora y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, diciembre, 2024.

Atentamente,



Lainez Del Pezo Jhoiver José
C.I. 245067650-3



Tomalá Tomalá Michelle Pamela
C.I. 092823446-7

DEDICATORIA

Esta tesis es dedicada a mi familia, en especial a mis abuelos Juan Lainez y Delia Romero, que yo siendo niño me acogieron en su hogar, cuidándome, brindándome sus enseñanzas y experiencias, a mi mejor amiga Belén Pozo por escucharme y alentarme a seguir adelante, a los docentes que me impartieron sus conocimientos en el transcurso de mi etapa universitaria y a las personas que llegaron a mi vida este año por lo cual estoy completamente en deuda con ellos, porque a pesar de una simple palabra o con solo su presencia pueden cambiar el estado de ánimo de uno mismo.

Lainez Del Pezo Jhover José

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a Dios, quien ha guiado mi camino y me ha dado la fortaleza para alcanzar cada meta. A mis padres Anita Tomalá y José Tomalá, por su amor incondicional, apoyo constante y por ser siempre mi mayor ejemplo de esfuerzo y dedicación. A mi hermana, Cinthya Tomalá, por su complicidad, cariño y por estar conmigo en cada paso. A mi sobrina, Sharik Ramírez, por llenar de alegría y esperanza mi vida con su ternura y energía. Dedico este logro también a mis fieles compañeras, mis mascotas Sheyka y Luna, quienes, con su lealtad y amor incondicional, han sido parte de mi felicidad y consuelo en los momentos difíciles. Gracias a todos ustedes, mi familia, por ser mi mayor inspiración y mi motivo para superar cualquier obstáculo. Este triunfo también es de ustedes.

Tomalá Tomalá Michelle Pamela

AGRADECIMIENTOS

Estoy agradecido con la Universidad Estatal Península de Santa Elena “UPSE” por haberme dado la oportunidad de poder seguir absorbiendo más conocimiento académico para mi perfil profesional. Así mismo, agradezco a la MSc. Martha Suintaxi por su apoyo incondicional desde que ingresé al Laboratorio de Investigación & Medios Digitales - DICOM. Además, quiero expresar mi más profunda gratitud hacia a mí mismo por tener la voluntad de volver a levantarme a pesar de cualquier situación o problema, siempre prefería hacer lo correcto y tratar de ser mejor persona de lo que fui en el pasado.

Lainez Del Pezo Jhoyer José

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, por abrir sus puertas y darme la oportunidad de prepararme con una excelente formación académica en la carrera de Comunicación. A mi tutor, MSc. Sandra Maldonado, por ser guía en este proceso. A mis amistades Melanie Valverde, Maria Elena Jiménez y Delia Rodríguez, por estar conmigo y apoyarme moralmente para no declinar y alcanzar esta meta; y a mi compañero de Tesis, Jhoyer Láinez por sus aportaciones y conocimientos, mismos que permitieron obtener con éxito el trabajo de Titulación.

Tomalá Tomalá Michelle Pamela



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

La Libertad, 22 de noviembre del 2024

Lic. Lilian Susana Molina Benavides, PhD.

Directora de la Carrera de la Carrera de Comunicación- UPSE

En su despacho. -

En calidad de tutora asignada por la Carrera de Comunicación, informo a usted que los estudiantes Tomalá Tomalá Michelle Pamela con cédula de identidad No 0928234467 y Lainez del Pezo Jhover José con cédula de identidad No 2450676503, han cumplido con los requisitos estipulados en el Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la UPSE y Protocolos Vigentes de la Carrera de Comunicación, para la implementación y desarrollo del Trabajo de Titulación, bajo la modalidad de Proyecto de Investigación, de título “La Comunicación Multimodal como desarrollo comunicacional en la plataforma digital en los jóvenes de la Carrera de Comunicación”.

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

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

Debo indicar que es de exclusiva responsabilidad de los autores, cumplir con las sugerencias realizadas durante el proceso de revisión por sus especialistas.

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

Atentamente,

Lcda. Sandra Maldonado L. Mgtr.

DOCENTE TUTORA

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR



Lic. Lilian Susana Molina Benavides,
PhD.
**DIRECTORA DE LA CARRERA
DE COMUNICACIÓN**



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



Lcda, Sandra Maldonado L. Mgtr.
**DOCENTE TUTOR(A) DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



Period. Martha Suntaxi Andrade, Mgtr.
**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



Lainez Del Pezo Jhoyer José
ESTUDIANTE



Tomalá Tomalá Michelle Pamela
ESTUDIANTE

La comunicación multimodal como desarrollo comunicacional en la plataforma digital instagram en jóvenes de la carrera de Comunicación

Lainez Del Pezo Jhover José

Código Orcid (1) 0000-0001-8323-6614

Tomalá Tomalá Michelle Pamela

Código Orcid (1) 0000-0003-2232-8763

Universidad Estatal Península de Santa Elena-Carrera Comunicación

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo explicar la comunicación multimodal como desarrollo comunicacional en la plataforma digital Instagram en jóvenes de la carrera de Comunicación, para comprender la combinación de contenidos digitales que influyen en la percepción y recepción de información. Se pretende visualizar los efectos positivos y negativos de la comunicación multimodal, así como las posibles estrategias para mejorar la calidad y relevancia de este tipo de contenido en entornos digitales. Se destaca la importancia de comprender el lenguaje y las dinámicas comunicativas específicas de esta plataforma en relación con el ejercicio profesional de los estudiantes. La necesidad de adaptarse a dominar las nuevas formas de comunicación digital para garantizar una comunicación efectiva y relevante en el ámbito profesional. Por ello, se recomienda que los jóvenes de la carrera de Comunicación se habitúen y dominen el lenguaje en las dinámicas específicas de Instagram como parte de su desarrollo profesional. Comprender y adaptarse a las nuevas formas de comunicación digital es crucial para garantizar una comunicación relevante en su futuro profesional. Es fundamental que los estudiantes experimenten con distintas estrategias y formatos en esta plataforma para captar la atención de su audiencia. Además, deben estar al tanto de las tendencias de los cambios que realiza la plataforma digital Instagram para optimizar su presencia y alcance. Este enfoque les permitirá desarrollar habilidades comunicacionales avanzadas para prepararnos en el mercado laboral.

Palabras Clave: Comunicación multimodal, plataformas digitales, Contenido multimedia, desarrollo comunicacional, dinámicas comunicativas.

Multimodal communication as communication development on the digital platform instagram in young people studying communication.

Lainez Del Pezo Jhover José

Código Orcid (1) 0000-0001-8323-6614

Tomalá Tomalá Michelle Pamela

Código Orcid (1) 0000-0003-2232-8763

Universidad Estatal Península de Santa Elena-Carrera Comunicación

ABSTRACT

The present research aims to explain multimodal communication as a communicational development on the digital platform Instagram among young people in the communication field, in order to understand the combination of digital content that influences the perception and reception of information. It seeks to visualize the positive and negative effects of multimodal communication, as well as possible strategies to improve the quality and relevance of this type of content in digital environments. The importance of understanding the language and specific communicative dynamics of this platform in relation to the professional practice of students is emphasized. There is a need to adapt and master new forms of digital communication to ensure effective and relevant communication in the professional sphere. Therefore, it is recommended that young communication students become accustomed to and master the language and specific dynamics of Instagram as part of their professional development. Understanding and adapting to new forms of digital communication is crucial to ensure relevant communication in their future careers. It is essential for students to experiment with different strategies and formats on this platform to capture their audience's attention. Additionally, they must stay informed about the trends and changes made by the Instagram digital platform to optimize their presence and reach. This approach will allow them to develop advanced communication skills to prepare for the job market.

Keywords: Multimodal communication, digital platforms, multimedia content, communication development, communication dynamics.

INTRODUCCIÓN

La comunicación multimodal, destaca la combinación de texto, imágenes y vídeos, juegan un papel concluyente en este proceso, ofreciendo a los usuarios herramientas eficientes para la elaboración de productos comunicativos, que influyan en opiniones que conecten con los jóvenes de manera instantánea. Este estudio se indaga el desarrollo comunicacional en los estudiantes de la carrera de Comunicación.

Esta forma de comunicar no solo fortalece sus habilidades de producción de contenido digital, sino que también adquieren conocimientos en diferentes estilos de comunicación y estrategias de engagement.

En base a esto, las redes sociales permiten una enseñanza interactiva y colaborativa entre estudiantes permitiendo compartir y discutir información en tiempo real, desarrollando proyectos creativos y recibir retroalimentación instantánea.

Esta dinámica fomenta un marco de aprendizaje continuo donde los jóvenes pueden obtener la capacidad de realizar análisis crítico, interpretación óptica y adaptación a las tendencias emergentes en medios digitales y tradicionales. La combinación de la comunicación multimodal en Instagram no solo beneficia el desarrollo y conocimiento personal y profesional de los estudiantes de comunicación, sino que también los organiza para enfrentar los retos y oportunidades que presenta la perspectiva comunicativa actual, donde la habilidad de crear contenido informativo sea atractivo y efectivo es fundamental para la propagación de información.

La estructura de esta investigación está constituida por los siguientes apartados:

Capítulo I: En esta sesión se abordará la investigación en base del problema en la cual se abarca como la comunicación multimodal en la plataforma digital Instagram influye la comprensión de combinación de contenidos digitales, así mismo se presenta la formulación de preguntas, además se formó justificación, la hipótesis y el planteamiento de objetivos con sus respectivas variables.

Capítulo II: Se investigó el marco teórico, donde incluye los antecedentes internacionales, nacionales y locales, del mismo modo, en el marco conceptual se agregó definiciones acerca de las variables como la fundamentación teórica y conceptual.

Capítulo III: Acerca de la metodología de la investigación se describen conceptos principales como: tipo, diseño, enfoque, y alcance de investigación. Además, se explica la técnica de instrumentos, población, muestra y periodo de estudio.

Capítulo IV: Se presentan los resultados obtenidos de las técnicas e instrumentos aplicados para la recopilación de datos. En este apartado, también se integra el análisis interpretativo y discusión de los resultados obtenidos y así mismo se explica las conclusiones y recomendaciones incluyendo los anexos, figuras y tabla.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Antecedentes del problema de investigación.

En la actualidad, los jóvenes utilizan la plataforma digital Instagram para fomentar una comunicación multimodal. Sin embargo, no está claro cómo esto influye en su desarrollo comunicacional como futuros profesionales de la comunicación. Por un lado, podría enriquecer sus habilidades, pero también conlleva riesgos como la superficialidad en la propagación de contenido en diferentes páginas no verificadas que dan información no confiable y genera zozobra en la audiencia digital.

Es necesario analizar el impacto real del uso de Instagram en aspectos como sus competencias, habilidades y formación comunicacional, este estudio busca contribuir evidencias sobre los posibles beneficios y riesgos en su aprendizaje comunicacional.

Como lo expresa Arias (2018), en su investigación el estudiante debe desarrollar ciertas habilidades relacionadas con las competencias informacional, digital y mediática, entre otros.

La necesidad de buscar y seleccionar información procedente en las diversas fuentes y en diseñar discursos multimodales en el ámbito académico se requiere de un proceso formativo o específico en el contexto universitario. Por ello, si el entorno académico está rodeado de texto multimodales, el estudiante deberá desarrollar una multialfabetización que le permita leer y escribir en un contexto académico/disciplinar con una finalidad epistémica o crítica. (p.150)

Las competencias digitales al usar la comunicación multimodal se puede analizar la información facilitando una interacción más eficiente y comprensiva para el usuario.

En el estudio de Cassany y Shafirova (2021), menciona que se identificó tres grandes modalidades de uso de los videos discentes y la producción, Esta exploración mostró también que la investigación previa se ha volcado en la primera modalidad (Con curriculares del video, YouTube en el aula) y que el conjunto valora positivamente esta práctica por su motivación. (p.2)

La combinación de distintos modos de comunicación nos permite transmitir un mensaje que nos facilita la comprensión de diferentes contenidos.

Según la investigación de Arias (2018), analiza que el cambio que sucede en la actualidad se centra en tomar la lengua escrita como formas de representación que se posicionan en importantes cambios de comunicación.

Entendemos que los modos específicos como el visual, el gestual y el sonoro son capaces de implicar un avance de la lingüística a la semiótica social que implica un análisis de textos surgidos a partir del contexto social. Adicionalmente, envuelve un análisis entrante en el enfoque multimodal, en está pretende entender el modo de representación y significado que entran en el texto. (p.150)

La semiótica social y visual, se interpreta en cómo los significados son construidos colectivamente dentro de una comunidad, en el cual explora como las imágenes y los signos funcionan como herramientas específicas.

En mención a la segunda variable: las plataformas digitales son un medio comunicativo que facilitan el intercambio de información y visualización de actividades entre usuarios.

Por su parte Martínez y Huamaní (2021), expresa que las plataformas digitales ofrecen un mayor recurso de aprendizaje y de enseñanza, también menciona que la globalización ha traído una serie de cambios a nivel tecnológico en donde la educación ha evolucionado,

como las necesidades de impartir conocimientos y valores mediante las plataformas virtuales. (p.68)

De acuerdo con el autor, se menciona que la importancia de las plataformas digitales en ámbito de la educación y muestran se ha adaptado a las necesidades actuales. Además, las necesidades de conocer los entornos virtuales generan un interés de aprendizaje a través del internet, proporcionando herramientas para la planificación de cursos en línea.

De acuerdo con De la Torre (2020), argumenta que las plataformas digitales en el desarrollo de habilidades periodísticas se definen las destrezas que posee el profesional de la comunicación y ejecuta diferentes actividades a través del internet.

En su investigación, las herramientas multimedia fortalecen las habilidades de redacción, locución y edición de video, hasta el manejo de información transmedia que facilita establecer cuál es la forma más efectiva de emitir un mensaje. (p. 69)

En concordancia, los periodistas deben adquirir habilidades con el uso de las plataformas digitales y herramientas tecnológicas para comunicar y distribuir contenido de manera efectiva en el entorno digital.

Para Cacao (2022), las plataformas digitales se han convertido en un valioso instrumento de comunicación para cualquier organización a través del internet, facilitando la transmisión y recepción de diferentes contenidos, debido a que no poseen ilimitaciones de tiempo y espacio.

En su análisis, la usabilidad de las plataformas digitales como medios de comunicación, enmarca en la identificación de errores comunicativas, con respecto a la interacción que se genera en diferentes redes sociales. (p.11)

Por ende, este estudio concluye que las plataformas digitales son valiosos instrumentales de comunicación en Internet, porque permiten enviar y recibir grandes cantidades de contenidos sin limitaciones de tiempo y espacio.

1.2. Formulación del problema de investigación.

¿Cuál es la influencia de la comunicación multimodal en el desarrollo comunicacional en la plataforma digital Instagram, para mejorar la precisión y el engagement del público?

1.2.1. Preguntas de investigación

¿Qué estrategias usa la plataforma digital Instagram al crear contenidos digitales?

¿Cuál es el impacto de la comunicación multimodal como desarrollo comunicacional en la plataforma digital instagram?

¿Cómo consiste la definición de la comunicación multimodal como desarrollo comunicacional en la plataforma instagram en jóvenes de la carrera de Comunicación?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general.

Explicar la comunicación multimodal como desarrollo comunicacional en la plataforma digital Instagram en jóvenes de la carrera de Comunicación.

1.3.2. Objetivos específicos.

- Analizar cómo la comunicación multimodal influye en los jóvenes de la carrera de Comunicación, teniendo en cuenta las estrategias para mejorar la calidad y relevancia en los medios de comunicación digitales (texto, imágenes y videos).
- Descubrir cómo la plataforma digital Instagram contribuye a la difusión de información en los jóvenes de la carrera de Comunicación.
- Conocer el lenguaje y las dinámicas comunicativas de esta plataforma digital en relevancia al ejercicio profesional a futuro.

1.4. Justificación de la investigación.

En la era digital, la comunicación multimodal dentro de un contexto donde la comunicación es cada vez más visual y dinámica, es importante comprender las diferentes combinaciones de medios que afectan el reconocimiento y la difusión, incluso en los mensajes más relevantes. Esta investigación nos permite examinar como la multimodalidad afecta la comprensión y recepción de información de los espectadores, así como la formación de la opinión pública.

La comunicación multimodal en métodos de veracidad, confianza y ventaja en la información es intervenida en un entorno digital. Donde la manipulación emocional, la desinformación de contenidos y la saturación de información pueden afectar en los discernimientos y la toma de decisiones de las audiencias que son mal manejadas. Sin embargo, esta investigación busca identificar los instrumentos positivos y negativos de la comunicación multimodal, con el fin de promover una comunicación más ética y comprometida en la difusión de contenidos.

En la sociedad actual, se presenta los desafíos de la fragmentación en las audiencias y la verificación de contenidos que pueden tener efectos significativos en la formación de opiniones y percepción de la información.

Los beneficiarios directos de esta investigación son los jóvenes futuros profesionales de la carrera de Comunicación, se estima que esta investigación se contribuya al conocimiento académico y social sobre la comunicación multimodal en entornos digitales fomentando la reflexión crítica en el ámbito comunicativo en la era digital actual.

Permitirá entender como los nuevos canales de interacción multimodal están construyendo en los jóvenes que comparten información, comunican y establecen relaciones en

la plataforma digital Instagram, desarrollen herramientas o ideas innovadoras en que los estudiantes adquieran habilidades que les ayudara en su perfil profesional.

1.5. Hipótesis

Se espera abordar diferentes modos de comunicación en la plataforma digital Instagram que mejore la experiencia de visualizar contenidos digitales, a través de la integración de textos, imágenes, videos y otro recurso multimedia, facilitando una mayor interacción y comprensión de información.

1.6. Variables

1.6.1. Variable Independiente: Comunicación multimodal

Como lo señala Arias (2018), define que los textos multimodales utilizan una amplia gama de modos, donde se emplea la representación y comunicación de los mensajes, que contienen diagramas, fotografías, videos, diversos formatos de páginas y colores que aportan en gran medida en la comprensión e interpretación del mensaje transmitido.

La escritura multimodal es una nueva habilidad que aparece inmersa en la escritura académica con nuevas formas de organizar y representar la información contribuyendo a la comprensión y mejoramiento del proceso de lectura y escritura en el nivel superior universitario, dando valiosos aportes en alfabetización académica de los estudiantes.

1.6.2. Variable Dependiente: Plataforma digital

Como lo indica Paucar (2023), las plataformas digitales facilitan el aprendizaje colaborativo al impulsar una mayor interacción y comunicación entre los estudiantes, facilitando la co-construcción del conocimiento y desarrollando la autorregulación del aprendizaje, resaltando la importancia de elegir la plataforma apropiada, elaborando actividades de aprendizaje que favorezcan la colaboración y seguimiento efectivo.

2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.1. Conocimiento actual.

En la era digital actual, la comunicación ha surgido como un componente esencial en la interacción social y profesional, donde la convergencia de texto, imagen, sonido y videos redefine la forma en que interactuamos y nos expresamos. La evolución de las plataformas digitales como Instagram no solo ha transformado la manera que las personas se conectan y comparten información, sino que también ha influido en la forma en que se construyen y comprenden los significados este proyecto de investigación se centra en explorar como los jóvenes de la carrera de Comunicación utiliza la plataforma digital Instagram para crear y compartir contenidos multimedia.

2.1.2 Comunicación Multimodal

Como lo señala González (2023), la visualización tiene un carácter multimodal, que en ocasiones será lo predominante en el mensaje (fotografía, pintura, cine, video y caricatura) que complementan, en tanto que reforzarán la intención de la comunicación con estímulos visuales, como ocurre con la iluminación, animación, ambientación, el diseño escenográfico, en donde se utiliza durante los conciertos, obras de teatro, performance, etc. (p.46)

2.1.3 Plataformas Digitales

Las plataformas digitales desarrollan el aprendizaje colaborativo al impulsar una mayor interacción y comunicación entre los estudiantes, favoreciendo la adquisición de conocimiento y fomentar la retroacción del aprendizaje. Por lo tanto, se requiere un enfoque flexible y reflexivo, que considere las características de cada situación, las necesidades, expectativas de los estudiantes y docentes. Además, se presentan una serie de recomendaciones y abordaje eficaz para potenciar el uso de las plataformas digitales en el aprendizaje colaborativo, enfatizando la importancia de seleccionar las plataformas adecuadas.

En esta investigación se detalló que las plataformas digitales, al adaptarse a estas nuevas formas de comunicación, ofrecen una visión más versátil e inclusivo permitiendo así la expresión y la construcción de ideas de manera colaborativa.

2.2. Fundamentación teórica y Conceptual.

2.2.1. Interactividad y participación del usuario

Según Gil (2017), para incentivar la interactividad en entornos sociales, se cree beneficioso que se incorpore o se revitalice el rol del community manager entre el equipo de responsables de MOOC (massive, open, online, courses), resaltando su papel en impulsar, publicitar y mejorar la colaboración del estudiante. Además, la participación en un nuevo modelo de comunicación, abierto a la horizontalidad y a la ciudadanía democrática, ha generado una clase de usuarios innovadores que buscan interactuar en este amplio espacio que es la Sociedad Red. (p.12)

La interactividad y participación de los usuarios aporta un papel importante en los medios de comunicación digital por que impulsan al medio social tener una amplia innovación de información para sus seguidores.

2.2.2. Visualización y alcance

Para Mayet *et al.* (2021), la perspectiva de la visualización de información y conocimiento, se concentran en la solución de problemas complejos, así mismo, no se han incorporado suficientes métodos y técnicas a la formación de los investigadores en ciencias sociales, lo que ha restringido su rendimiento para lograr visualizaciones que permiten representar adecuadamente los resultados de las investigaciones que se realizan. (p.3)

Por ende, este estudio nos explica que la visualización y alcance podría llevar a obtener un mejor resultados de investigación que sea más accesible y beneficioso a la comunidad académica.

2.2.3. Credibilidad y veracidad

Como mencionan Yépez y Quezada (2019), la credibilidad, reputación y verificación de fuentes, son factores que consideran los usuarios al elegir informarse en un determinado medio de comunicación, así mismo se representan los desafíos para desmontar la posverdad que ha tomado la sociedad de la información. Por lo tanto, los medios de comunicación deben tener claro que “para comprender la posverdad, resulta pertinente plantear las condiciones actuales de producción de las noticias, la cual ya no está en manos de expertos sino también de cualquier individuo”(p. 99).

Para lograr obtener una mejor credibilidad y veracidad en la información que consumimos diariamente tanto sea de la forma tradicional o digital siempre debemos tener en consideración una contratación de fuentes, estos sean los medio confiables o verificados en el tema digital.

2.2.4. Canales de comunicación

Como menciona Gamboa y Álvarez (2022), los canales de comunicación no suelen ser suficientes atractivos para los ciudadanos, porque no saben cómo comunicar, como llegar a los ciudadanos o tan solo comunican, pero no interactúan. Las compañías y periodistas trabajan en varios canales tanto en la producción como en la difusión de noticias. Pero también se entiende que la marca no tiene habilidad o recursos para necesarios transmitir contenidos. (p.61)

En su investigación, los canales de comunicación son esenciales para el público porque en este medio llegan a transmitir la información o los acontecimientos que suceden en el día a día en la cual mantienen una producción con capacidades de sustentarnos de contenidos.

2.2.5. Contenido multimedia

Según Chaquila (2019), los mensajes dirigidos a un público objetivo son compuestos por texto, sonido y animación, además es una estrategia fundamental para llegar a un público, en esta se puede comprender el mensaje que se pretende difundir contribuyendo en la comprensión de la información que se presenta al usuario. (p.30)

En este estudio, los contenidos multimedia tienen como estrategia poder captar la atención del público teniendo un combinación de formatos que logran tener impacto al momento de visualizar la información.

2.2.6. Factores culturales, tecnológicos y organizacionales

Como señala Álvarez y Ovando (2022), la cultura participativa acepta que las personas son capaces de tomar decisiones de forma colectiva o de manera individualmente a través de la adopción de valores. Las tecnologías de información y comunicación (TIC), han potenciado y mejorado la habilidad de acceder, planificar y comunicar información de gran relevancia. (p.5)

Por ende, no solo se fomenta las tomas de decisiones sino el fortalecimiento de los valores culturales esto conlleva a que las personas tengan un valor de consolidación en la coherencia social y una responsabilidad colectiva.

2.2.7. Brechas digitales

Por lo consiguiente Gómez *et al.* (2018), señala que las herramientas pueden representar oportunidades para generar ventajas en la sociedad. No obstante, la brecha digital en el acceso, uso y apropiación social de estas tecnologías deriva en la exclusión, con los diversos cambios emergentes en instituciones políticas, sociales y económicas en el ámbito educativo.

En este estudio, nos sugiere que las tecnologías nos facilitan oportunidades significativas en el desarrollo social pero las brechas digitales podrían perpetuar la desigualdad de información y carecer de equidad social.

2.2.8. Desarrollo de habilidades

Como menciona Cruz y Hernández (2021), El desarrollo tecnológico, sobre todo el alusivo a la Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) está provocando un oleaje transformador en los modos de comunicación en la sociedad, donde las habilidades cognitivas son procesos mentales que se desarrollan desde la niñez y permiten un desempeño exitoso en la cotidianidad. (p.3)

En esta investigación, la importancia de enfatizar las habilidades cognitivas son crucial que las personas tengan un desarrollo en estas competencias para la participación activa en la sociedad de la información.

2.2.9. Pluralidad informativa

Como indica Mercado (2020), la pluralidad informativa, transversalidad impacta a toda actividad humana que representa un derecho fundamental que en la actividad, que aparente la concentración de medios de comunicación en diferentes formas: económica, geográfica, cultural y de contenido. (p.3)

En este artículo sugiere, en la concentración de los medios y el derecho de la pluralidad informativa se integran mediante una participación de los usuarios siempre teniendo un compromiso de veracidad y relevancia.

2.2.10. Adaptación de contenidos

Como lo expresa Salaverría (2019), la adaptación de formatos de los medios de comunicación a las redes sociales, la denominaron “ciberperiodismo” ya que es la “especialidad del periodismo que utiliza el ciberespacio para investigar y producir”. Por lo tanto, estas plataformas amplían su multicanalidad, interactuar con su comunidad y crear nuevas narrativas para sus historias. (p.3)

En esta investigación, nos indica que los medios tradicionales y digitales se adaptan a los nuevos desafíos de la edad digital actual en la cual no solo los medios informativos deben conformarse con una sola red social activa.

2.3. Marco Legal

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR, (2008)

Sección tercera

Comunicación e información

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

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

El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.

Sección quinta

Niñas, niños y adolescentes

Art. 46 N0 7.- Protección frente a la influencia de programas o mensajes, difundidos a través de cualquier medio, que promuevan la violencia, o la discriminación racial o de género. Las políticas públicas de comunicación priorizarán su educación y el respeto a sus derechos de imagen, integridad y los demás específicos de su edad. Se establecerán limitaciones y sanciones para hacer efectivos estos derechos.

Sección séptima

Comunicación social

Art. 384.- El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana.

LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN (2019)

Art. 3.- Contenido comunicacional. - Para los efectos de esta ley, se entenderá por contenido todo tipo de información u opinión que se produzca, reciba, difunda e intercambie a través de los medios de comunicación social.

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Enfoque de investigación.

El enfoque de esta investigación es mixto es una técnica de investigación en la cual combina métodos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio, aborda problemas que permiten obtener una comprensión más exhaustiva centrado en la medición objetiva de la comunicación multimodal en la plataforma digital Instagram. Según Ortega (2018), indica que:

El proceso de investigación mixto implica una recolección, análisis e interpretación necesarios para su estudio, Este método representa un proceso sistemático, empírico y crítico de la investigación, en donde la visión objetiva de la investigación cuantitativa y la visión subjetiva de la investigación cualitativa pueden fusionarse para dar respuestas a problemas humanos.

(p.22)

Según lo mencionado por el autor, este enfoque se analizará de forma cualitativo la interactividad y participación del usuario; así mismo con la variable dependiente de las plataformas digitales que se analizarán la adaptación de contenidos.

3.2. Tipo de investigación.

El tipo que se aplicara en la investigación es de tipo descriptiva. Según Martinez, (2018), define que: “El tipo de investigación que tiene como objetivo describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utiliza criterios sistemáticos que permiten establecer la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando información sistemática y comparable con la de otras fuentes” (p. 166).

En este investigación de tipo descriptiva se busca proporcionar una representación detallada de nuestra variables a estudiar que son la comunicación multimodal y las plataformas digitales donde se buscara y analizada la información científica. El método descriptivo nos

facilitara a tener un análisis de datos más detallada mediante la recopilación de análisis de datos cualitativos y/o cuantitativos.

3.3. Diseño de investigación.

El diseño de esta investigación es de carácter no experimental donde se analiza los fenómenos o acontecimientos de la información investigada, según Arias y Covinos (2021), menciona que: “El diseño propuesto en esta investigación será descriptivo, de carácter no experimental. En este diseño no hay estímulos o condiciones experimentales a las que se sometan las variables de estudio, los sujetos del estudio son evaluados en su contexto natural sin alterar ninguna situación; así mismo, no se manipulan las variables del estudio en la investigación”(p. 78).

Como analiza el autor el diseño de investigación descriptiva no experimental tiene como objetivo examinar, sin alterar o modificar los resultados de la variable.

3.4. Alcance de la investigación.

En este estudio se utilizó el alcance de investigación exploratoria, con el propósito de investigar cómo los jóvenes de la carrera de Comunicación emplean los recursos multimodales en la plataforma digital Instagram para desarrollar mensajes eficaces y creativos.

como señala el autor Carvajal (2023), menciona que: “La investigación exploratoria es un acercamiento inicial a temas en donde no existe conocimiento previo, por lo que no constituye una base sólida para proponer un estudio más profundo o integral”. Además, estos estudios buscan abordar temas generales de una realidad específica que se utilizan para estudiar fenómenos que aún no han sido definidos. (p.5)

En la investigación del autor menciona que este tipo de investigación nos brinda un acercamiento inicial a los temas que no se investigan o analizan, en la cual se busca examinar si en la plataforma digital investigada aplican este tipo de estudio.

Por ende, en este estudio se espera que la comunicación multimodal en la plataforma digital Instagram influya en el desarrollo de habilidades comunicativas en jóvenes universitarios, logrando identidades digitales y el uso estratégico de medios visuales y textuales.

Tabla 1. Operacionalización de las variables.

Variable(s)	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Técnica de levantamiento de información
Variable 1: Comunicación Multimodal	<p>El cambio que sucede hoy es que, además de tomar como centro la lengua escrita, otras formas de representación se posicionan como formas importantes de comunicación. Entender que modos específicos como el visual, el gestual y el sonoro son capaces de significar implica un paso de la lingüística a la semiótica social porque implica un análisis del texto surgido a partir del contexto social. Adicionalmente implica entrar en el enfoque multimodal, pues este pretende entender todos los</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Interactividad y Participación del usuario • Visualización y Alcance • Credibilidad y Veracidad • Canales de Comunicación • Contenido de Multimedia 	<ul style="list-style-type: none"> • Comentarios e interacción. • Resultados de publicación de contenido. • Verificación y contratación de fuentes • Claridad y presión de información • Relevancia y actualidad de los contenidos 	<p>D1:¿La comunicación multimodal potencia la interactividad y la participación del usuario en los jóvenes de la carrera de Comunicación ?</p> <p>D2: ¿Los formatos multimodales influyen en la visualización y alcance de contenidos?</p> <p>D3:¿La comunicación multimodal contribuye en la credibilidad y veracidad de la información?</p> <p>D4:¿La integración de la comunicación multimodal mejora la trasmisión en los distintos canales de comunicación?</p> <p>D5:¿La comunicación multimodal diversifican los contenidos multimedia?</p>	<p>Encuesta y guía de preguntas</p>

	modos de presentación y significación que entran en el texto Arias (2018).				
Variable 2: Plataforma Digitales	Paucar (2023), Las plataformas digitales facilitan el aprendizaje colaborativo al promover una mayor interacción y comunicación entre los estudiantes, permitir la co-construcción del conocimiento y fomentar la autorregulación del aprendizaje.	<ul style="list-style-type: none"> • Factores Culturales, Tecnológicos y Organizacionales • Brechas Digitales • Desarrollo de Habilidades • Pluralidad Informativa <ul style="list-style-type: none"> • Adaptación de Contenidos 	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad de la comunicación interna y externa. • Acceso de información en la diversidad de contenidos. • Capacidad para adaptarse a cambios tecnológicos. • Concentración en medios de comunicación: económica, geográfica, cultural y de contenido. • Expandir su multicanalidad, interactuar con su comunidad 	<p>D1:¿Las plataformas digitales se adaptan a los factores culturales, tecnológicos y organizacionales en la interacción y comunicación de los estudiantes?</p> <p>D2:¿Las plataformas virtuales están diseñadas para evitar las brechas digitales?</p> <p>D3:¿Las plataformas digitales potencian el desarrollo de habilidades en los jóvenes de la carrera de Comunicación?</p> <p>D4:¿Las plataformas digitales contribuyen a la pluralidad informativa de los usuarios?</p> <p>D5:¿Las plataformas digitales facilitan la adaptación de contenidos para satisfacer la accesibilidad de comunicación?</p>	Encuesta y guía de preguntas

3.5. Población, muestra y periodo de estudio.

3.5.1. Población:

Para concretar una población de estudio se tiene que establecer un análisis de los participantes que nos brindaran sus aportaciones al momento de recabar la información según los autores Arias y Covinos (2021), la población es la totalidad de elementos del estudio, es delimitado por el investigador según la definición que se formule en el estudio. La población y el universo tienen las mismas características por lo que a la población se le puede llamar universo o de forma contraria, al universo, población. (p.113)

Por lo tanto, de acuerdo a los autores la población de estudio es esencial para la investigación sea más accesible a la información que obtengamos.

3.5.2. Muestra:

La muestra es un extracto seleccionado de la población, es parte que se ocupara en el trabajo de investigación. La parte seleccionada es una representación de la población general que se está estudiando, según las autoras Otzen y Manterola (2017), menciona que la representatividad de una muestra, permite extrapolar y por lo tanto generalizar los resultados observados en ésta, a la población accesible (conjunto de sujetos que pertenecen a la población blanco, que están disponibles para la investigación); y a partir de ésta, a la población blanco. Por lo tanto, una muestra será representativa o no; sólo si fue seleccionada al azar, es decir, que todos los sujetos de la población blanco y accesible tuvieron la misma posibilidad de ser seleccionados en esta muestra y por lo tanto ser incluidos en el estudio (técnica de muestreo probabilístico). (p.1)

En este artículo menciona que la obtención de la muestra, los resultados serían más accesibles a la investigación es decir que el subconjunto de la población que se selecciona es el número de participantes que se estudiara en la investigación, donde se aplicó un muestreo

aleatorio simple, donde los investigadores seleccionan el grupo objetivo a estudiar que en este contexto es de 248 muestra representativa de los estudiantes de la carrera de Comunicación.

3.5.3. Periodo de estudio:

Dentro de este periodo de estudio académico 2024 -2 desde la fecha 12 de agosto se llevó varias etapas, empezando por el planteamiento de problema, efectuando la realización de marco teórico en la fechas del 09 al 20 de septiembre, por con siguiente se llevó la elaboración del marco metodológico los días 23 al 04 de octubre, continuando con el levantamiento de información y análisis de resultados el 07 al 18 de octubre y para finalizar se llevó a cabo la elaboración de las discusiones, conclusiones y recomendaciones del 21 al 25 de octubre, finalizando con la debida elaboración del resumen y la introducción desde el 28 de octubre hasta el 1 de noviembre.

3.6. Técnicas e instrumentos de levantamiento de información.

En este estudio, se decidió emplear características del enfoque mixto, un conjunto particular de técnicas, con el propósito de lograr un entendimiento más exhaustivo y minucioso de los fenómenos analizados. Se optó por estas técnicas para tratar tanto la esencia de los datos cualitativos como cuantitativos, facilitando un análisis detallado de las dimensiones profundos de los temas de estudio. Las siguientes son algunas de las técnicas utilizadas:

3.6.1. Encuesta:

La técnica de encuesta recopila datos para la investigación científica, en la cual los resultados fueron recopilados de forma Offline (Digital), para obtener los resultados valiosos y confiables debemos tomar en cuenta el planteamiento de las preguntas seleccionada, como mencionan Caicedo *et al.* (2022), es la técnica de recogida de datos más empleados para las investigación científica en la cual de forma previa tiene que ser puesto a prueba para aplicarse a una población y un entrevistado que forma parte de los resultados obtenidos de toda la población.

3.6.2. Entrevista:

El instrumento de entrevista fue diseñada para recolectar información cualitativa en el cual se dirigió a expertos quienes aportaron sus perspectiva y conocimientos con criterios específicos, como mencionan Feria *et al*, (2022), el instrumento metodológico que permite la aplicación del método, se aplica en práctica directamente, no es el método, como abstracción teórico sino como guía, por su carácter metodológico, sobre los autores consultados presentan diferentes criterios, en cuanto a sus componentes estructurales.

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Los resultados obtenidos con base a las encuestas a los estudiantes de la carrera de Comunicación de la Universidad Península de Santa Elena y las entrevistas a los respectivos docentes expertos, nos permitirán recalcar información que nos permitieron evaluar como la comunicación multimodal en la plataforma digital Instagram influyen en la percepción de contenidos y conocimiento del uso de la comunicación multimodal en la plataforma digital.

A continuación, se presenta los resultados y análisis obtenidos referentes a los instrumentos de recopilación de datos en forma cuantitativa y cualitativa.

4.1 Análisis Cuantitativo: Encuesta

La encuesta se desarrolló en base a las variables de estudio. Que consta de cinco preguntas que se relacionan con la variable independiente: la comunicación multimodal y variable dependiente: la plataforma digital Instagram. Los datos obtenidos de las encuestas realizadas a 248 personas corresponden a los estudiantes de la carrera de Comunicación.

Se aplicó la escala de Likert para la respectiva recolección de datos, teniendo las siguientes opciones de respuesta: 1) Muy de acuerdo, 2) De acuerdo, 3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4) En desacuerdo, 5) Muy en desacuerdo. La encuesta se realizó mediante la plataforma digital Google Forms, permitiendo la recopilación de información teniendo una muestra de 248 estudiantes encuestados de la carrera de Comunicación.

Los resultados obtenidos permitieron tener una percepción sobre la comunicación multimodal como desarrollo comunicacional en la plataforma digital Instagram, completando con el objetivo de los estudiantes encuestados, los resultados fueron procesados para realizar el análisis estadístico correspondiente.

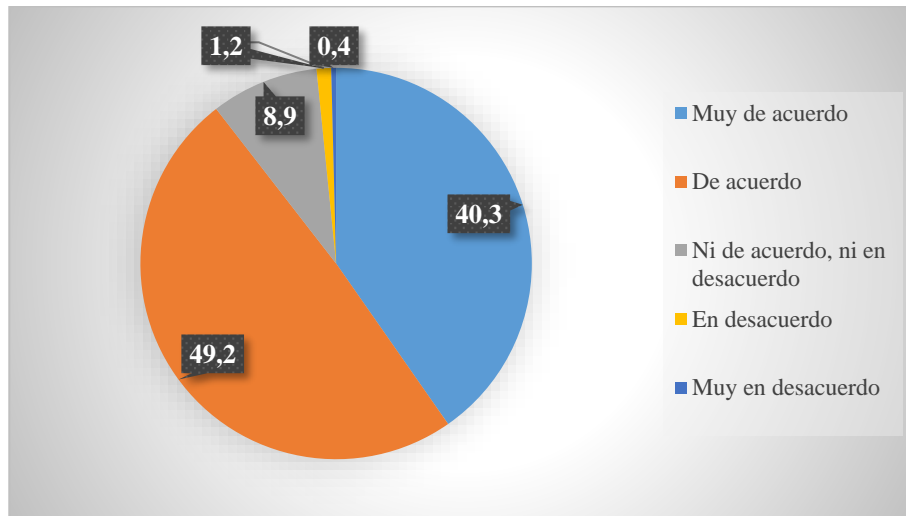
Tabla 2.

¿La comunicación multimodal potencia la interactividad y la participación en los jóvenes de la carrera de Comunicación?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	100	40,3%
De acuerdo	122	49,2%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	22	8,9%
En desacuerdo	3	1,2%
Muy en desacuerdo	1	0,4%
Total	248	100%

Fuente: Encuesta a estudiantes de la carrera de Comunicación de la Universidad Península de Santa Elena
Elaborado por: Michelle Tomalá, Jhover Lainez
Fecha: octubre 2024

Figura 1. ¿La comunicación multimodal potencia la interactividad y la participación en los jóvenes de la carrera de Comunicación?



Fuente: Encuesta a estudiantes de la carrera de Comunicación de la Universidad Península de Santa Elena
Elaborado por: Michelle Tomalá, Jhover Lainez
Fecha: Octubre 2024

De acuerdo con los datos obtenidos, los estudiantes de la carrera de Comunicación respondieron de la siguiente manera: Muy de acuerdo corresponde al 40,3% (100); De acuerdo 49,2% (122); Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 8,9% (22); En desacuerdo 1,2% (3); Muy en desacuerdo 0,4% (1), con relación a la comunicación multimodal que potencia la interactividad y la participación de los jóvenes de la carrera de Comunicación.

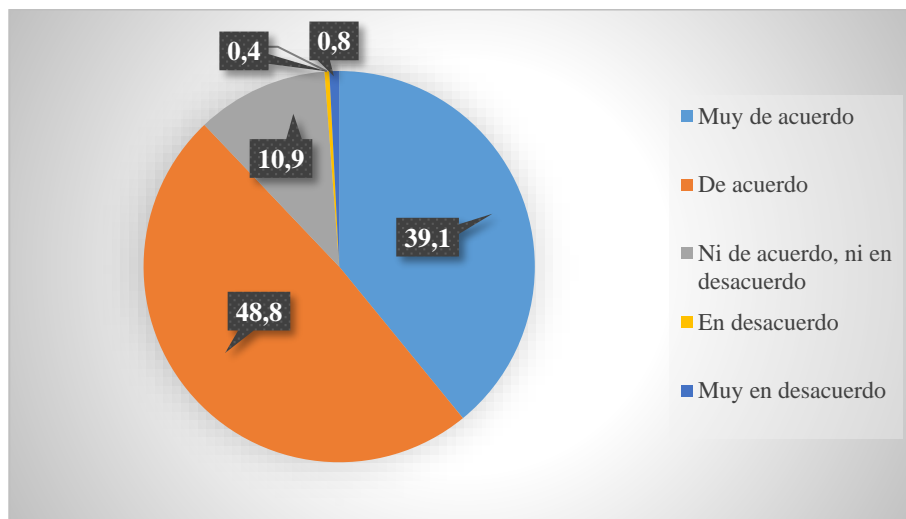
Tabla 3.

¿Los formatos multimodales influyen en la visualización y alcance de contenidos?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	97	39,1%
De acuerdo	121	48,8%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	27	10,9%
En desacuerdo	1	0,4%
Muy en desacuerdo	2	0,8%
Total	248	100%

Fuente: Encuesta a estudiantes de la carrera de Comunicación de la Universidad Península de Santa Elena
Elaborado por: Michelle Tomalá, Jhoyer Lainez
Fecha: octubre 2024

Figura 2. ¿Los formatos multimodales influyen en la visualización y alcance de contenidos?



Fuente: Encuesta a estudiantes de la carrera de Comunicación de la Universidad Península de Santa Elena
Elaborado por: Michelle Tomalá, Jhoyer Lainez
Fecha: Octubre 2024

Con el porcentaje obtenido, los alumnos de la carrera de Comunicación respondieron de la siguiente manera; Muy de acuerdo corresponde al 39,1% (97); De acuerdo 48,8% (121); Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 10,9% (27); En desacuerdo 0,4% (1); Muy en desacuerdo 0,8% (2), correspondiente a los formatos multimodales que influye en la visualización y alcance de contenidos.

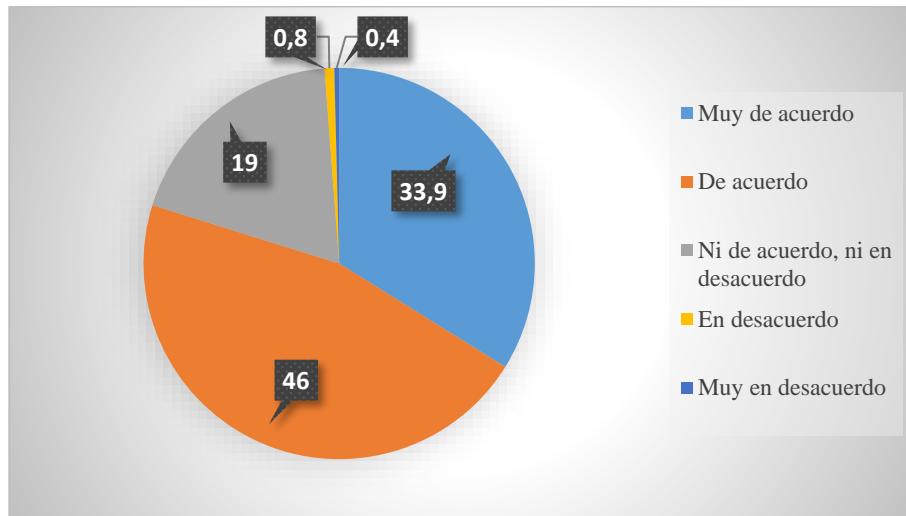
Tabla 4.

¿La comunicación multimodal contribuye en la credibilidad y veracidad de la información?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	84	33,9%
De acuerdo	114	46%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	47	19%
En desacuerdo	2	0,8%
Muy en desacuerdo	1	0,4%
Total	248	100%

Fuente: Encuesta a estudiantes de la carrera de Comunicación de la Universidad Península de Santa Elena
Elaborado por: Michelle Tomalá, Jhoyer Lainez
Fecha: octubre 2024

Figura 3. ¿La comunicación multimodal contribuye en la credibilidad y veracidad de la información?



Fuente: Encuesta a estudiantes de la carrera de Comunicación de la Universidad Península de Santa Elena
Elaborado por: Michelle Tomalá, Jhoyer Lainez
Fecha: Octubre 2024

De acuerdo con los datos obtenidos, los jóvenes de la carrera de Comunicación respondieron de la siguiente manera; Muy de acuerdo corresponde al 33,9% (84); De acuerdo 46% (114) ; Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 19% (47); En desacuerdo 0,8% (2) ;Muy en desacuerdo 0,4% (1), relacionado a la comunicación multimodal que contribuye en la credibilidad y veracidad de la información.

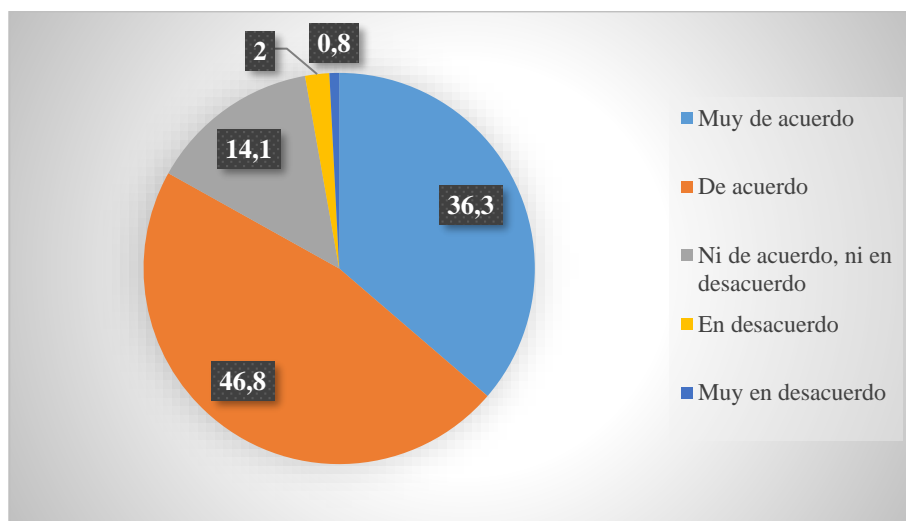
Tabla 5.

¿La integración de la comunicación multimodal mejora la transmisión en los distintos canales de comunicación?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	90	36,3 %
De acuerdo	116	46,8%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	35	14,1%
En desacuerdo	5	2%
Muy en desacuerdo	2	0,8%
Total	248	100%

Fuente: Encuesta a estudiantes de la carrera de Comunicación de la Universidad Península de Santa Elena
Elaborado por: Michelle Tomalá, Jhoyer Lainez
Fecha: Octubre 2024

Figura 4. ¿La integración de la comunicación multimodal mejora la transmisión en los distintos canales de comunicación?



Fuente: Encuesta a estudiantes de la carrera de Comunicación de la Universidad Península de Santa Elena
Elaborado por: Michelle Tomalá, Jhoyer Lainez
Fecha: Octubre 2024

Con relación a la interrogante de la encuesta los alumnos de la carrera de Comunicación respondieron de la siguiente manera: Muy de acuerdo pertenece al 36,3% (90); De acuerdo 46,8% (116); Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 14,1% (35); En desacuerdo 2% (5); Muy en desacuerdo 0,8% (2). Correspondiente a la integración de la comunicación multimodal para la mejora de trasmisión en los distintos canales de comunicación.

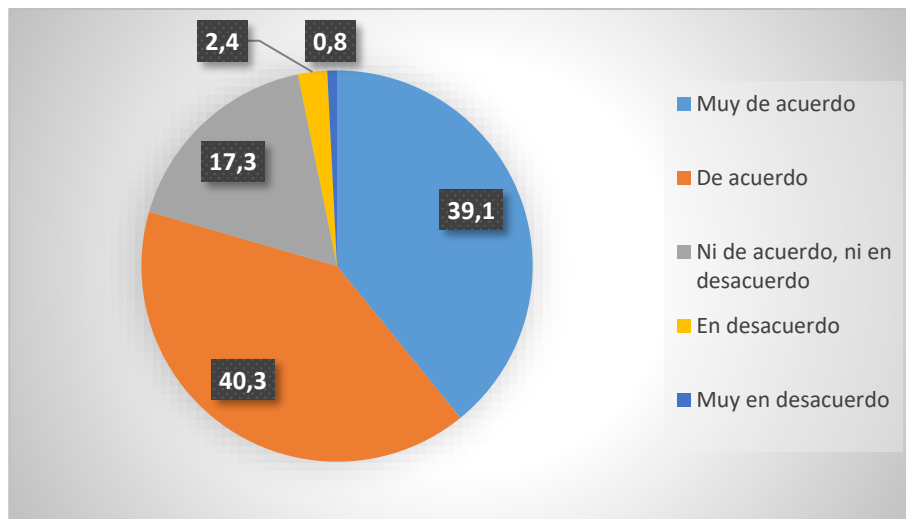
Tabla 6.

¿La comunicación multimodal diversifican los contenidos multimedia?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	97	39,1%
De acuerdo	100	40,3%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	43	17,3%
En desacuerdo	6	2,4%
Muy en desacuerdo	2	0,8%
Total	248	100%

Fuente: Encuesta a estudiantes de la carrera de Comunicación de la Universidad Península de Santa Elena
Elaborado por: Michelle Tomalá, Jhoyer Lainez
Fecha: Octubre 2024

Figura 5. ¿La comunicación multimodal diversifican los contenidos multimedia?



Fuente: Encuesta a estudiantes de la carrera de Comunicación de la Universidad Península de Santa Elena
Elaborado por: Michelle Tomalá, Jhoyer Lainez
Fecha: Octubre 2024

En los resultados de esta pregunta, los estudiantes respondieron de la siguiente manera; Muy de acuerdo 39,1% (97); De acuerdo 40,3% (100); Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 17,3% (43); En desacuerdo 2,4% (6); Muy en desacuerdo 0,8% (2), en relación con la comunicación multimodal que diversifican los contenidos multimedia.

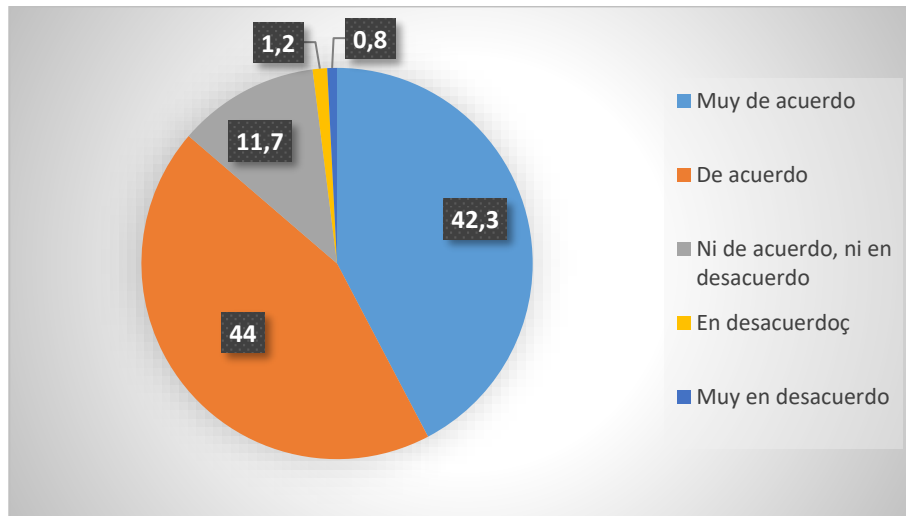
Tabla 7.

¿Las plataformas digitales se adaptan a los factores culturales, tecnológicos y organizacionales en la interacción y comunicación de los estudiantes?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	105	42,3%
De acuerdo	109	44%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	29	11,7%
En desacuerdo	3	1,2%
Muy en desacuerdo	2	0,8%
Total	248	100%

Fuente: Encuesta a estudiantes de la carrera de Comunicación de la Universidad Península de Santa Elena
Elaborado por: Michelle Tomalá, Jhoyer Lainez
Fecha: Octubre 2024

Figura 6. ¿Las plataformas digitales se adaptan a los factores culturales, tecnológicos y organizacionales en la interacción y comunicación de los estudiantes?



Fuente: Encuesta a estudiantes de la carrera de Comunicación de la Universidad Península de Santa Elena
Elaborado por: Michelle Tomalá, Jhoyer Lainez
Fecha: Octubre 2024

De acuerdo con los datos obtenidos, los encuestados respondieron de la siguiente manera: Muy de acuerdo 42,3% (105); De acuerdo 44% (109); Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 11,7% (29); En desacuerdo 1,2% (3); Muy en desacuerdo 0,8% (2), en relación en como las plataformas digitales se adaptan a los factores culturales, tecnológicos y organizacionales en la interacción y comunicación de los estudiantes.

Tabla 8.

¿Las plataformas virtuales están diseñadas para evitar las brechas digitales?

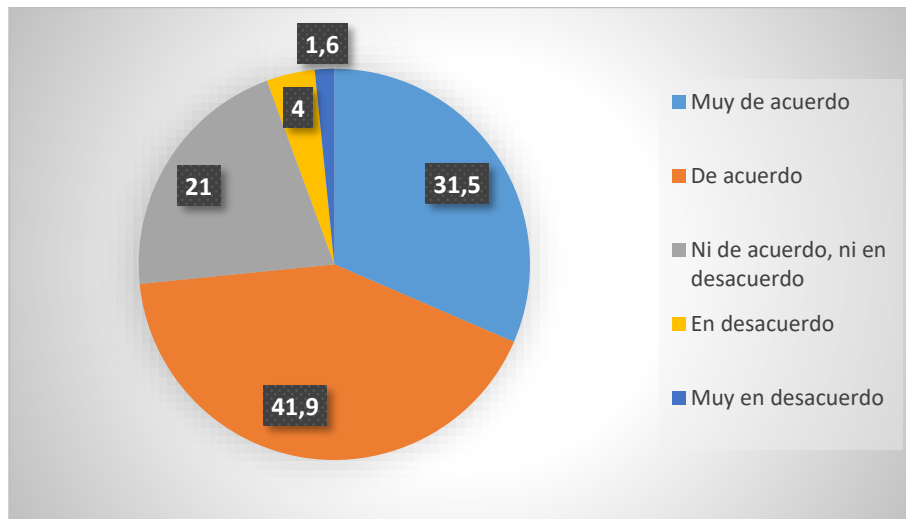
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	78	31,5%
De acuerdo	104	41,9%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	52	21%
En desacuerdo	10	4%
Muy en desacuerdo	4	1,6%
Total	248	100%

Fuente: Encuesta a estudiantes de la carrera de Comunicación de la Universidad Península de Santa Elena

Elaborado por: Michelle Tomalá, Jhoyer Lainez

Fecha: octubre 2024

Figura 7. ¿Las plataformas virtuales están diseñadas para evitar las brechas digitales?



Fuente: Encuesta a estudiantes de la carrera de Comunicación de la Universidad Península de Santa Elena

Elaborado por: Michelle Tomalá, Jhoyer Lainez

Fecha: octubre 2024

De acuerdo con los datos obtenidos, los estudiantes de la carrera de Comunicación respondieron de la siguiente manera: Muy de acuerdo 31,5% (78); De acuerdo 41,9% (104); Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 21% (52); En desacuerdo 10% (4); Muy en desacuerdo 1.6% (4), correspondiente a las plataformas digitales que están diseñadas para evitar las brechas digitales.

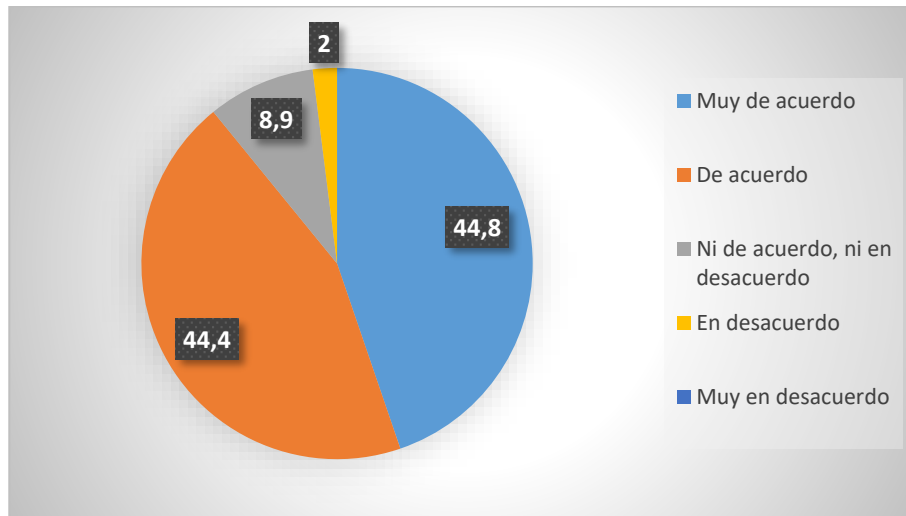
Tabla 9.

¿Las plataformas digitales potencian el desarrollo de habilidades en los jóvenes de la carrera de Comunicación?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	111	44,8%
De acuerdo	110	44,4%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	22	8,9%
En desacuerdo	5	2%
Muy en desacuerdo	0	0%
Total	248	100%

Fuente: Encuesta a estudiantes de la carrera de Comunicación de la Universidad Península de Santa Elena
Elaborado por: Michelle Tomalá, Jhoyer Lainez
Fecha: Octubre 2024

Figura 8. ¿Las plataformas digitales potencian el desarrollo de habilidades en los jóvenes de la carrera de Comunicación?



Fuente: Encuesta a estudiantes de la carrera de Comunicación de la Universidad Península de Santa Elena
Elaborado por: Michelle Tomalá, Jhoyer Lainez
Fecha: Octubre 2024

Con el porcentaje obtenido en esta pregunta, los encuestados respondieron de la siguiente manera: Muy de acuerdo 44,8% (111); De acuerdo 44,4% (110); Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 8,9% (22); En desacuerdo 2% (5); Muy en desacuerdo 0% (0), en relación con las plataformas digitales que potencian el desarrollo de habilidades en los jóvenes de la carrera de Comunicación.

Tabla 10.

¿Las plataformas digitales contribuyen a la pluralidad informativa de los usuarios?

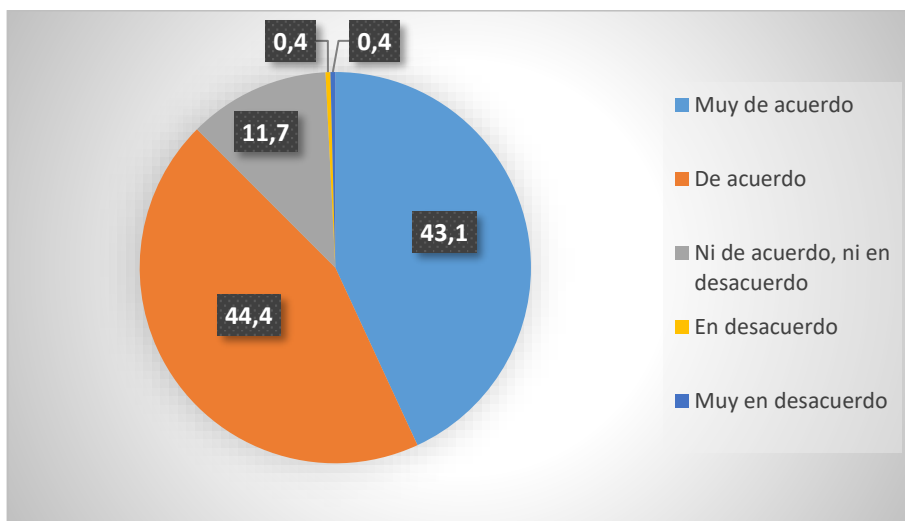
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	107	43,1%
De acuerdo	110	44,4%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	29	11,7%
En desacuerdo	1	0,4%
Muy en desacuerdo	1	0,4%
Total	248	100%

Fuente: Encuesta a estudiantes de la carrera de Comunicación de la Universidad Península de Santa Elena

Elaborado por: Michelle Tomalá, Jhoyer Lainez

Fecha: Octubre 2024

Figura 9. ¿Las plataformas digitales contribuyen a la pluralidad informativa de los usuarios?



Fuente: Encuesta a estudiantes de la carrera de Comunicación de la Universidad Península de Santa Elena

Elaborado por: Michelle Tomalá, Jhoyer Lainez

Fecha: Octubre 2024

Con relación a esta pregunta, los estudiantes de la carrera de Comunicación respondieron de la siguiente manera: Muy de acuerdo 43,1% (107); De acuerdo 44,4% (110); Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 11,7% (29); En desacuerdo 0,4% (1); Muy en desacuerdo 0,4% (1), correspondiente a las plataformas digitales que contribuye a la pluralidad informativa de los usuarios.

Tabla 11.

¿Las plataformas digitales facilitan la adaptación de contenidos para satisfacer la accesibilidad de comunicación?

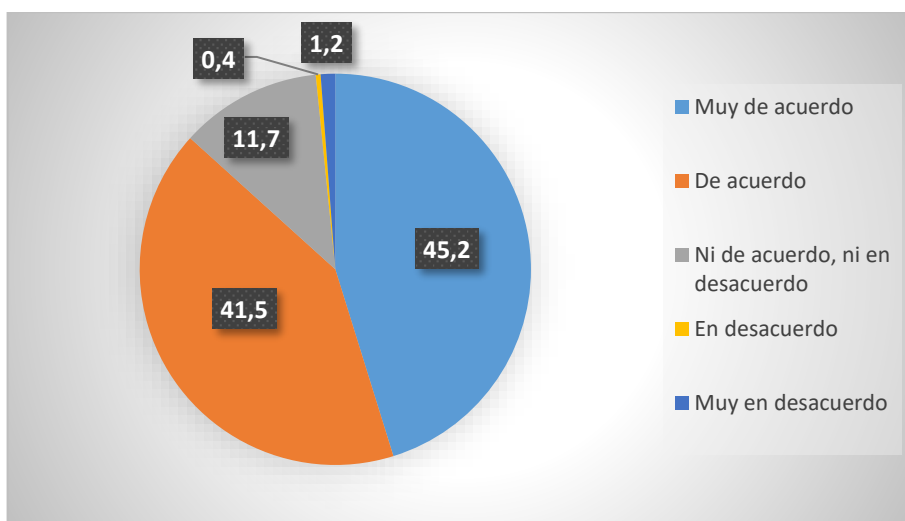
Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy de acuerdo	112	45,2%
De acuerdo	103	41,5%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	29	11,7%
En desacuerdo	1	0,4%
Muy en desacuerdo	3	1,2%
Total	248	100%

Fuente: Encuesta a estudiantes de la carrera de Comunicación de la Universidad Península de Santa Elena

Elaborado por: Michelle Tomalá, Jhoyer Lainez

Fecha: Octubre 2024

Figura 10. ¿Las plataformas digitales facilitan la adaptación de contenidos para satisfacer la accesibilidad de comunicación?



Fuente: Encuesta a estudiantes de la carrera de Comunicación de la Universidad Península de Santa Elena

Elaborado por: Michelle Tomalá, Jhoyer Lainez

Fecha: Octubre 2024

De acuerdo con los datos obtenidos, los alumnos de la carrera de Comunicación respondieron de la siguiente manera: Muy de acuerdo 45,2% (112); De acuerdo 41,5% (103); Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 11,7% (29); En desacuerdo 0,4% (1); Muy en desacuerdo 1,2% (3), en relación con las plataformas digitales que facilitan la adaptación de contenidos para satisfacer la accesibilidad de comunicación.

4.2 Análisis Cualitativo: Entrevista

A continuación, se presentarán los resultados obtenidos mediante las entrevistas realizadas a los docentes expertos, en las que se desarrolló una guía estructurada de preguntas como instrumento de recolección, con el fin de conocer las opiniones de los expertos sobre el tema de la comunicación multimodal como desarrollo comunicacional en la plataforma digital Instagram.

Técnica: Entrevista

Instrumento: Guía de preguntas

Tema: La comunicación multimodal como desarrollo comunicacional en la plataforma digital Instagram en jóvenes de la carrera de Comunicación.

Objetivo: Conocer la opinión de los expertos sobre la comunicación multimodal como desarrollo comunicacional en la plataforma digital Instagram.

Entrevistados: Lcda. María Isabel Posligua Quinde, Msc

Cargo: Docente de la Carrera de Comunicación y Audiencias Digitales

Especialidad: Comunicación, Relaciones Públicas y RSC

Entrevistadores: Michelle Tomalá – Jhover Lainez

Entrevistados: Lcdo. Washington Oswaldo Dután, Msc

Cargo: Docente de la Carrera de Comunicación

Especialidad: Magister en Periodismo con mención en Periodismo Digital y Gestión de Proyectos Multimedia

Entrevistadores: Michelle Tomalá – Jhover Lainez

La comunicación multimodal como desarrollo comunicacional en la plataforma digital Instagram en jóvenes de la carrera de Comunicación.				
Nº	Categoría	Pregunta	Respuesta	Observación
1.	Políticas y estrategias	¿La comunicación multimodal favorece la interactividad y la participación en los jóvenes de la carrera de Comunicación?	La comunicación multimodal en la educación tiene como beneficio la interactividad y la participación de los estudiantes al permitir el uso de diferentes modos de comunicarse como: los canales como texto, audio, video y gráficos. Esta diversidad atrae la atención y genera una experiencia de aprendizaje más hacendosa y activa. Al emplear distintos formatos, los estudiantes no solo pueden interactuar y opinar de manera efectiva, sino también tienen la oportunidad de expresarse de manera creativa y personal, lo que aumenta su compromiso con el contenido y facilita un aprendizaje más significativo	Como menciona los autores Alfonso <i>et al.</i> (2024), la multimodalidad es un enfoque multidisciplinario cuya finalidad es comprender la comunicación, que en el campo educativo es fundamental. Establece que la comunicación y la representación es más que solo el lenguaje y que utiliza diversos modos para compartir significados.

2.	Capacitación del personal	<p>¿Las plataformas digitales potencian el desarrollo de habilidades en los jóvenes de la carrera de Comunicación?</p>	<p>Las plataformas digitales son esenciales para el desarrollo de habilidades comunicativas, especialmente en el contexto de la comunicación multimodal, ya que requieren que los estudiantes se adapten a los diferentes formatos, públicos y tipos de contenidos, mediante las redes sociales, blogs y programas de edición. Estas herramientas no solo estimulan la creatividad y las destrezas técnicas, sino que también favorece una comunicación más flexible y adecuada para enfrentar los desafíos digitales.</p>	<p>Según el autor Smith (2020), menciona que en la educación, por ejemplo, se establece una estrecha relación entre el uso de las redes sociales y los procesos cognitivos de los niños, adolescentes y jóvenes. Estos últimos, utilizan las redes sociales con distintas finalidades, tales como establecer amistades, revisar páginas de seguidores, obtener información académica, realizar visitas web y tener interacciones sociales.</p>
----	---------------------------	--	--	--

3.	Contenido adaptado	<p>¿La integración de la comunicación multimodal mejora la transmisión en los distintos canales de comunicación?</p>	<p>La integración de la comunicación multimodal mediante la combinación de texto, imágenes, video y otros elementos puede adaptarse mejor a los canales y audiencias, optimizando la transmisión de mensajes y mejorar la virtud de estos mismo, al utilizar los varios formatos y elementos visuales, los usuarios pueden adecuar el mensaje a distintos argumentos y garantizar que se entreguen a diferentes audiencias de una manera completa y relevante.</p>	<p>En la investigación de Coya (2024), menciona que la definición incluye la diversidad de formatos, tales como textos, imágenes y videos, que contribuyen a una comprensión holística de como los periodista o influencers crean, configuran y comunican sus mensajes a través de las redes sociales, adaptándose a un enfoque multimodal para captar y mantener la atención de su audiencia.</p>
----	--------------------	--	--	--

4.	Accesibilidad del contenido	¿La comunicación multimodal contribuye en la credibilidad y veracidad de la información?	La comunicación multimodal puede mejorar la credibilidad y veracidad de la información, al facilitar la comprensión del contenido sea más accesible para las personas de diferentes edades, proporcionando elementos visuales, auditivos y gráficos que respalden la información. Sin embargo, su efectividad depende en gran medida de la ética, la nitidez y seriedad del comunicador, ya que el uso de la multimodalidad es crucial para la verificación y precisión del mensaje.	Como señala Strange Reséndiz y Vega Astorga (2022), los cambios en las estructuras organizacionales y las dinámicas de las redacciones están impactando en la reputación, la credibilidad y la consolidación de los medios emprendidos por periodistas que, de manera independiente y a la par de los diarios cotidianos, lanzan su propuesta informativa mediante plataformas herramientas para contender con otros ya consolidados.
----	-----------------------------	--	--	---

5.	Interacción y feedback	¿La comunicación multimodal diversifican los contenidos multimedia?	<p>La comunicación multimodal amplía la diversidad de contenidos multimedia, fomentando la creatividad en la producción de mensajes combinando los diversos elementos atractivos y funcionales. Esta variedad permite adecuar el contenido a diferentes preferencias y niveles de comprensión del público objetivo. Sin embargo, al agregar los elementos interactivos como encuestas, enlaces y debates, se produce una mayor participación de la audiencia.</p>	<p>En el análisis de Almanza (2024), Señala cuando se diversifican los géneros se da la probabilidad al estudiante de observar, comparar, deducir, concluir y tomar postura; sin embargo, este proceso no se construye solo, se requiere la intervención del docente para generar espacios académicos que permitan la reflexión y el discernimiento, motivando al estudiante a leer de forma más allá de lo literal para ir hacia una lectura profunda que le permite comprender los diferentes discursos.</p>
----	------------------------	---	---	--

6.	Colaboraciones y alianzas	¿Las plataformas digitales se adaptan a los factores culturales, tecnológicos y organizacionales en la interacción y comunicación de los estudiantes?	Las plataformas en línea están concebidas para adaptarse en varios argumentos culturales, tecnológicos y organizativos, facilitando alternativas de identificación de idioma, diseño y facilidad para satisfacer a diferentes culturas y contenidos. No obstante, a pesar de esta habilidad permite adaptarse a la inclusión de diversas visiones culturales, sin embargo, subsisten restricciones en cómo se respetan las diferencias culturales y las tecnológicas entre los usuarios.	García (2021), menciona que la evaluación y adaptación continua emergen como elementos fundamentales en el proceso de transformación de la cultura organizacional.
7.	Medición del impacto	¿Las plataformas virtuales están diseñadas para evitar las brechas digitales?	Las plataformas digitales han puesto las iniciativas para sintetizar las brechas digitales a través de las multiplataformas y las modalidades de accesibilidad, por lo tanto, se encuentran retos considerables debido al acceso inequitativo a la tecnología y la conexión a internet.	Andrade (2023), menciona que al entender que la brecha digital es una expresión más de las desigualdades sociales, las cuales representan el resultado histórico de los factores como el territorio y las condiciones socioeconómicas que puedan contrarrestar el crecimiento de las brechas sociales y digitales.

5. DISCUSIÓN

Las plataformas digitales potencian el desarrollo de habilidades en los jóvenes de la carrera de Comunicación, se estima desde una perspectiva positiva que los jóvenes potencian el desarrollo de las plataformas digitales, para entender y comprender como las habilidades comunicativas crean una sinopsis entre el estudiante de carrera de Comunicación y dichas plataformas. Como menciona Cruz y Hernández (2021), el desarrollo tecnológico, sobre todo el alusivo a la tecnologías de la información y comunicación (TIC) está provocando un oleaje transformador en los modos de comunicación en la sociedad, donde las habilidades cognitivas son procesos mentales que se desarrollan desde la niñez y permiten un desempeño exitoso en la cotidianidad.

Los formatos multimodales influyen en la visualización y alcance de contenidos, para los estudiantes de la carrera de Comunicación que los contenidos de imagen, sonido y video están implícitos desde de una manera positiva para lograr mayor visualización.

Las plataformas digitales contribuyen a la pluralidad informativa de los usuarios, las plataformas difunden diversidad de contenido para la audiencia siendo participé de una manera positiva, porque trasmite la diversidad mostrando su inclusión para la audiencia en general, en base a las necesidades comunicacionales y sociales.

La comunicación multimodal favorece la interactividad y la participación en los jóvenes de la carrera de Comunicación, en donde la multimodalidad crea un ambiente informativo expresivo para los estudiantes de la carrera de Comunicación, para Alfonso et al. (2024), la multimodalidad se basa en un enfoque interdisciplinario, buscando una dinámica más atractiva y llamativa para los estudiantes y entender que la comunicación es de manera general y amplia.

La comunicación multimodal contribuye en la credibilidad y veracidad de la información aumenta la credibilidad tomando en consideración el uso de estas herramientas, como la tica y

eficacia que se emplee en la creación de contenido, para Strange y Vega (2022), que los cambios y evolución de dinámicas comunicacionales impactan en la credibilidad de medios, tomando en cuenta su contenido.

Las plataformas virtuales están diseñadas para evitar las brechas digitales, tomando en cuenta que las plataformas se enfrentan a diferentes tipos de problemas, creando así un acceso viable para la audiencia, estableciendo un puente equitativo en el contenido, según Andrade Valle (2023), la brecha digital forma parte de la desigualdad social, factores de territorio y condiciones socioeconómicas.

Una vez realizada la recopilación de datos y los hallazgos descubiertos mediante la aplicación de la encuesta, se determinó destacar los siguientes resultados:

En relación con la pregunta 1. ¿la comunicación multimodal potencia la interactividad y la participación en los jóvenes de la carrera de Comunicación?, se obtuvieron los siguientes resultados: Muy de acuerdo (40,3%), De acuerdo (49,2%), Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (8,9%), En desacuerdo (1,2%), Muy en desacuerdo (0,4%). Se destaca con el 40,3% que los encuestados están muy de acuerdo con la comunicación multimodal potencia la interactividad y la participación en los jóvenes de la carrera de Comunicación. Como menciona Candelaria y Rocha (2023), con el propósito de fortalecer los contenidos sean más accesible para el desarrollo de secuencias educativas, logrando tener planteamientos de fomentar la interactividad de los estudiantes en los medios.

Con relación a la pregunta 5. ¿La comunicación multimodal diversifican los contenidos multimedia? Se consiguieron los siguientes resultados: Muy de acuerdo (39,1%), De acuerdo (40,3%), Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (17,3%), En desacuerdo (2,4%), Muy en desacuerdo (0,8%). Los resultados indican que el 39,1% de los encuestados consideran que la comunicación

multimodal diversifica los contenidos multimedia. En la investigación Bohorquez (2024), menciona que la motivación escolar influye en la relación entre docentes y estudiantes, además de la percepción de los contenidos, así como las expectativas de éxito y la autoeficacia del estudiante, entre otros.

En la pregunta 8 . ¿Las plataformas digitales potencian el desarrollo de habilidades en los jóvenes de la carrera de Comunicación? se dieron los siguientes resultados: Muy de acuerdo (44,8%), De acuerdo (44,4%), Ni de acuerdo ni en desacuerdo (8,9%), En desacuerdo (2%), Muy en desacuerdo (0%). En conclusión, los encuestados consideran que las plataformas digitales potencian el desarrollo de habilidades en los jóvenes de la carrera de Comunicación. Según el autor Theben (2021), el inventario recoge una amplia gama de iniciativas derivadas de una muestra representativa y refleja la diversidad de la educación sociocultural sobre la capacitación de los trabajadores en el campo del desarrollo de habilidades y competencias relacionadas con las nuevas tecnología y la alfabetización mediática, así como sobre métodos y herramientas eficaces del aprendizaje y enseñanza basados en internet.

Para contrastar los datos previamente obtenidos, se utilizó un segundo instrumento de investigación: la entrevista. Esta se llevó a cabo con dos profesionales del ámbito de los medios de comunicación Lcda. María Isabel Posligua Quinde,Msc y el Lcdo. Washington Oswaldo Dután,Msc. A continuación, se presentarán dos preguntas relacionadas con los objetivos del proyecto de investigación:

Pregunta 3. ¿La integración de la comunicación multimodal mejora la transmisión en los distintos canales de comunicación? al resumir las respuestas de los especialistas, se concluye que la integración de la comunicación combina los diferentes modos de comunicar como: texto, imágenes, videos y otros elementos que permiten adaptarse a los canales de comunicación donde

los usuarios capten los mensajes transmitidos por los medios. La investigación de Coya (2024), menciona que la definición incluye la diversidad de formatos tales como textos, imágenes y videos, que contribuyen a una comprensión holística de como los periodistas o influencers crean, configuran y comunican sus mensajes a través de las redes sociales adaptándose a un enfoque multimodal para captar y mantener la atención de su audiencia.

Pregunta 6. ¿Las plataformas digitales se adaptan a los factores culturales, tecnológicos y organizacionales en la interacción y comunicación de los estudiantes?, los expertos coinciden en que al adaptarse a estos factores obtienen la accesibilidad de satisfacer a distintas culturas, permitiendo la inclusión de diversas visiones didácticas en la comunicación social. Como argumenta García (2021), que la evaluación y adaptación continua emergen como elementos fundamentales en el proceso de transformación de la cultura organizacional.

6. CONCLUSIONES

El análisis comparativo sobre la comunicación multimodal como desarrollo comunicacional en la plataforma digital Instagram en jóvenes de la carrera de Comunicación, permitió comprender la combinación de contenidos digitales donde se evidencia como estos elementos multimodales influyen en la percepción y recepción de información.

La investigación ha demostrado que la composición de diferentes modos de comunicación en los medios digitales permite a los jóvenes ampliar su alcance y atraer la atención de la audiencia de manera efectiva, por esta razón la combinación de múltiples formas de comunicación es fundamental para maximizar el impacto y el engagement en las redes sociales y otros medios online.

Es fundamental que la plataforma digital Instagram contribuya en la trasmisión de información entre los jóvenes de la carrera de Comunicación, tomando en cuenta la importancia de esta red social como un canal efectivo para llegar a las audiencias, destacando así la necesidad de comprender y aprovechar las nuevas formas de comunicación digital para llegar de manera positiva a un público.

Se destaca la comprensión del lenguaje y las dinámicas comunicativas con el fin de determinar la relación profesional de los estudiantes sobre el uso de las herramientas digitales, así como las necesidades de adaptarse y dominar las nuevas formas de comunicación, por lo tanto, el desarrollo de estas habilidades permitirá garantizar una comunicación efectiva y relevante en el ámbito profesional.

Con la información obtenida en las entrevistas realizadas a los docentes de la carrera de Comunicación se concluye que la comunicación multimodal potencia la interactividad y la participación en los jóvenes mediante los distintos formatos que las plataformas digitales nos

ofrecen, favoreciendo una comprensión más profunda de estos contenidos multimedia, a su vez fomenta un aprendizaje significativo por lo cual los estudiantes pueden interactuar, opinar, expresarse de manera creativa y afectiva, dichas habilidades son requeridas en el ámbito laboral, lo que convierte a la comunicación multimodal en una herramienta esencial en la formación de los estudiantes.

7. RECOMENDACIONES.

Se recomienda fomentar la combinación de diversos contenidos digitales para mejorar la percepción y recepción de la información, según el análisis comparativo sobre la comunicación multimodal en Instagram entre jóvenes de la carrera de Comunicación permitirá captar la atención de la audiencia, los estudiantes deben aplicar una variedad de formatos de multimedia.

La combinación de formatos multimedia puede mejorar significativamente el impacto y el engagement en redes sociales y otras plataformas online. Además, deben adaptar sus estrategias a las preferencias de su público objetivo para obtener mejores resultados en las formas de comunicación, también es clave para crear contenido atractivo y relevante a un desarrollo comunicacional más efectivo en el entorno digital.

Se sugiere comprender y aprovechar las nuevas formas de comunicación digital que ofrece esta plataforma para conectarse eficazmente con el público. La experiencia con las diversas herramientas y formatos de Instagram puede mejorar la interacción y el engagement. Además, deben mantenerse actualizados sobre las tendencias digitales para adaptar sus estrategias comunicativas.

Para tener una comunicación efectiva y relevante en su futuro profesional, es fundamental adaptarse a las nuevas formas de comunicación digital, en la cual es esencial que los estudiantes comprendan varias estrategias y formatos en Instagram para captar y mantener la atención de su audiencia. También deben estar al tanto de las tendencias y cambios en la plataforma para optimizar su presencia y alcance.

REFERENCIAS

- Alfredo Otero Ortega. (s. f.). *Enfoques de investigaciones*.
- Alicia Jacqueline Cisneros Caicedo, Axel Fabián Guevara García, Julio Enmanuel Garcés Bravo, & Johnny Jesús Urdánigo Cedeño. (2022). *Técnicas e Instrumentos para la Recolección de Datos que apoyan a la Investigación Científica en tiempo de Pandemia*. 12.
- Andrea Catterinne Almanza Sierra. (2024). *El texto multimodal, una propuesta para el fortalecimiento de la lectura crítica*. 19.
- Arias Gonzales & Covinos. (2021). [DISEÑO Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN, por M. C. Gallardo].
- Arias Rivera. (2018). *Significados digitales: Comunicaciones multimodales y multialfabetización*. 150.
- Bach, José Luis Román Mercado. (2020). *LA CONCENTRACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA AFECTACIÓN AL DERECHO A LA PLURALIDAD INFORMATIVA EN PERÚ*. 3.
- Bohorquez Rocafuerte Estela Micheld. (2024). *TÉCNICAS DE ENSEÑANZA MULTIMODAL Y SU INCIDENCIA EN EL RENDIMIENTO ACADÉMICO DE LOS ESTUDIANTES DE 4TO EGB EN LA ESCUELA "JUAN E VERDESOTO" EN EL CANTÓN BABAHOYO DEL 2024-2025*. 22.
- Cacao, E. (2022). *USABILIDAD DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES COMO MEDIOS INFORMATIVOS EN LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN, UPSE*.
- Candelaria Stancato & María Eugenia Lunad Rocha. (2023). *DESAFÍOS EN LOS PROCESOS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DESDE LA PERSPECTIVA DE LA REINVENCIÓN*. 25.
- Carlos Castillo-Yépez & Lourdes Quezada. (2019). [Entornos digitales y credibilidad de los medios en época de la posverdad, por Clavero]. 99.
- CASSANY y SHAFIROVA. (2021). *Grabando vídeos: Educación literaria multimodal*. 3.
- CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR. (2008). *CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR*. 14.
- Coronel-Carvajal, C. (2023). Los objetivos de la investigación. *Revista Archivo Médico de Camagüey*, 27, 5.
- De la Torre, J. (2020). *PLATAFORMAS DIGITALES EN EL DESARROLLO DE HABILIADES PERIODISTICAS. 2020*.
- Dulce Angélica Gómez Navarro, Raúl Arturo Alvarado López, Marlen Martínez Domínguez, & Christian Díaz de León Castañeda. (2018). *La brecha digital: Una revisión conceptual y aportaciones metodológicas para su estudio en México*.
- García Madurga. (2021). *Interacción entre cultura organizacional y la estrategia en el entorno digital*. 81.

- Hernán Fera Avila, Magarita Matilla González, & Silverio Mantecón Licea. (2022). *LA ENTREVISTA Y LA ENCUESTA: ¿MÉTODOS O TÉCNICAS DE INDAGACIÓN EMPÍRICA?* 8.
- Hugo Eduardo Coya Honores. (2024). *Transformación de periodistas peruanos en influencers y su impacto en la comunicación mediática.* 34.
- Javier Gil Quintana. (2017). *Interactividad y participación desde el modelo comunicativo de los MOOC.* 12.
- Jenifer Cristina Andrade Valle. (2023). *Políticas educativas y brecha digital en pandemia Construcción de políticas educativas de inclusión digital.* 27.
- LEY ORGANICA DE COMUNICACION. (2019). *LEY ORGANICA DE COMUNICACION.* 4.
- Luis Alberto Gamboa Orozco & María Eugenia Álvarez Beltrán. (2022). *Impacto de los canales de comunicación corporativa en los resultados de instituciones públicas.* 61.
[https://doi.org/10.26820/reciamuc/6.\(3\).julio.2022.55-62](https://doi.org/10.26820/reciamuc/6.(3).julio.2022.55-62)
- María Lucero Hernández Álvarez & María Catalina Ovando Chico. (2022). *Factores culturales que influyen en la adopción de las TIC e internet: Una revisión de la literatura.* 5.
- María Susana González Reyna. (2023). *LECCIONES PARA ENTENDER LOS DISCURSOS DE LA PANDEMIA DE COVID-19.* 46.
- Martínez, R. E. S., & Huamaní, C. G. A. (2021). Plataformas educativas: Herramientas digitales de mediación de aprendizajes en educación. *HAMUT'AY*, 8(3), Article 3.
<https://doi.org/10.21503/hamu.v8i3.2347>
- Martinez Sabino Carlos. (2018). *Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción).* 166.
- Mayet et al. (2021). *Visualización de información y conocimiento para comunicar resultados de investigación de las ciencias sociales.*
- Nohelia Yaneth Alfonso Villegas, Omar Octavio Alviarez Alviarez, Encarnación Marín González, & Thania Jheny Torres Pernía. (2024). *NUEVOS ESCENARIOS DE LA MULTIMODALIDAD EDUCATIVA.* 14.
- Pablo Emilio Cruz Picón, & Lady Jazmín Hernández Correa. (2021). *LA TECNOLOGÍA EDUCATIVA COMO CATALIZADOR DEL PENSAMIENTO CRÍTICO EN LA ESCUELA.* 3.
- Salaverría. (2019). *[La adaptación de los medios de comunicación tradicionales españoles al formato de Instagram, por Celia Sancho Belinchón].* 3.
- Smith. (2020). *INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LOS PROCESOS COGNITIVOS DE LAS ESTUDIANTES EN EL ÁREA DE COMUNICACIÓN DEL 2° GRADO DE SECUNDARIA DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA PÚBLICA "JUAN XXIII" CAJAMARCA, 2021.* 1.

Stefhany Belen Chaquila Rodriguez. (2019). *CONTENIDO MULTIMEDIA DEL FANPAGE DE LA MARCA COCA-COLA, MARZO- JUNIO, 201*. 30.

Strange Reséndiz & Vega Astorga. (2022). *ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITALES EN LA PROVINCIA DE LOS RÍOS 2023*. 45-46.

Tamara Otzen & Carlos Manterola. (2017). *Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio*. 1.

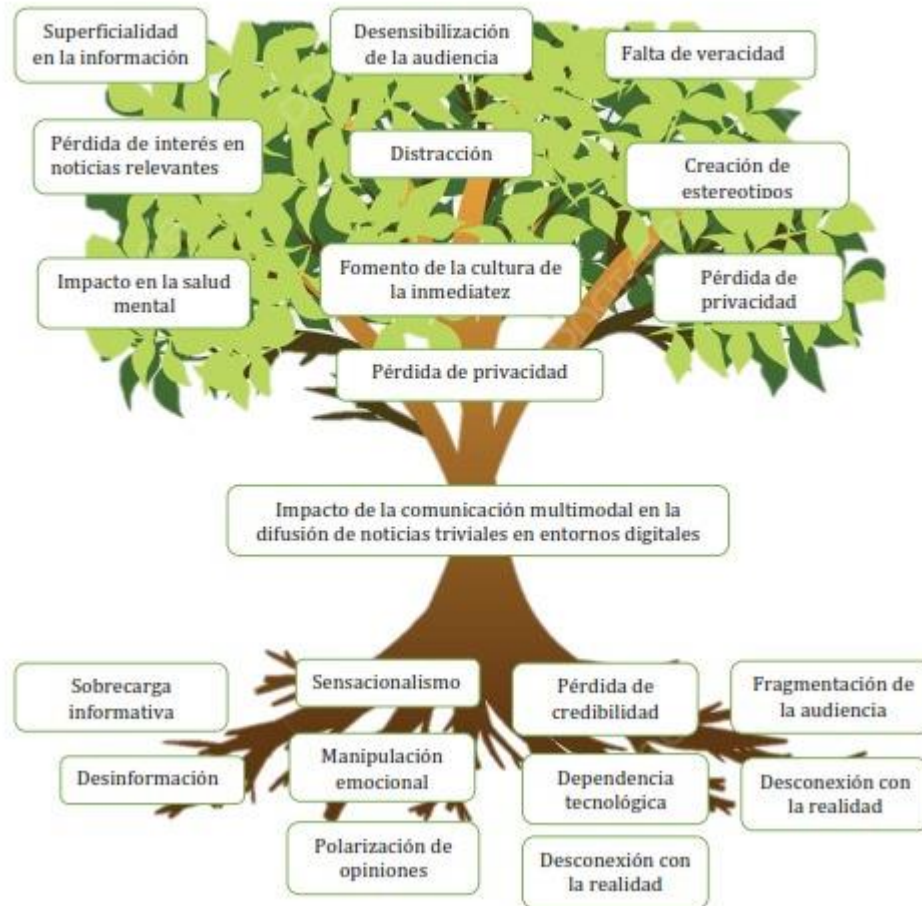
Theben Alexandra. (2021). *Participación y ciudadanía activa de los jóvenes a través de Internet y las redes sociales. Un estudio internacional*. 7.

Verónica Patricia Paucar Ñacata. (2023). *Impacto De Las Plataformas Digitales En El Aprendizaje Colaborativo: Análisis De Casos Y Prácticas Exitosas*.

ANEXOS

Anexo 1

Árbol de problemas: Problemática, causas y efectos



Anexo 2

Instrumentos de investigación validados por el juez experto

INSTRUMENTO

Técnica: Encuesta con escala de Likert

Instrumento: Cuestionario

Tema: La comunicación multimodal como desarrollo comunicacional en la plataforma digital Instagram en jóvenes de la carrera de Comunicación.

Objetivo: Explicar la comunicación multimodal como desarrollo comunicacional en la plataforma digital instagram en jóvenes de la carrera de Comunicación, para comprender la combinación de contenidos digitales que influyen en la percepción y recepción de información.

Escala de Likert: Muy de acuerdo (1) De acuerdo (2) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (3) En desacuerdo (4) Muy en desacuerdo (5)

		1	2	3	4	5
Comunicación Multimodal						
1.	¿La comunicación multimodal potencia la interactividad y la participación en los jóvenes de la carrera de Comunicación?	x				
2.	¿Los formatos multimodales influyen en la visualización y alcance de contenidos?	x				
3.	¿La comunicación multimodal contribuye en la credibilidad y veracidad de la información?	x				
4.	¿La integración de la comunicación multimodal mejora la transmisión en los distintos canales de comunicación?	x				
5.	¿La comunicación multimodal diversifican los contenidos multimedia?	x				
Plataforma Digital						
1.	¿Las plataformas digitales se adaptan a los factores culturales, tecnológicos y organizacionales en la interacción y comunicación de los estudiantes?	x				
2.	¿Las plataformas virtuales están diseñadas para evitar las brechas digitales?	x				

3.	¿Las plataformas digitales potencian el desarrollo de habilidades en los jóvenes de la carrera de Comunicación?	x				
4.	¿Las plataformas digitales contribuyen a la pluralidad informativa de los usuarios?	x				
5.	¿Las plataformas digitales facilitan la adaptación de contenidos para satisfacer la accesibilidad de comunicación?	x				



LCDA. SANDRA BETZABETH MALDONADO LÓPEZ, MGTR.

Juez experto

C.I: 1206160911

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO:	La comunicación multimodal como desarrollo comunicacional en la plataforma digital Instagram en jóvenes de la carrera de Comunicación.
AUTOR:	Lainez Del Pezo Jhoyer José - Tomalá Tomalá Michelle Pamela

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN Relación entre:								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
				Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo o desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ITEMS		ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA		
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Variable Independiente Comunicación Multimodal	Interactividad y Participación del usuario	Comentarios e interacción.	¿La comunicación multimodal potencia la interactividad y la participación en los jóvenes de la carrera de Comunicación?	X													
	Visualización y Alcance	Resultados de publicación de contenido.	¿Los formatos multimodales influyen en la visualización y alcance de contenidos?	X													
	Credibilidad y Veracidad	Verificación y contratación de fuentes	¿La comunicación multimodal contribuye en la credibilidad y veracidad de la información?	X													
	Canales de Comunicación	Claridad y presión de información	¿La integración de la comunicación multimodal mejora la trasmisión en los distintos canales de comunicación?	X													

Contenido de Multimedia	Relevancia y actualidad de los contenidos	¿La comunicación multimodal diversifican los contenidos multimedia?	X																
Factores Culturales, Tecnológicos y Organizacionales.	Calidad de la comunicación interna y externa.	¿Las plataformas digitales se adaptan a los factores culturales, tecnológicos y organizacionales en la interacción y comunicación de los estudiantes?	X																
Brechas Digitales.	Acceso de información en la diversidad de contenidos.	¿Las plataformas virtuales están diseñadas para evitar las brechas digitales?	X																
Desarrollo de Habilidades.	Capacidad para adaptarse a cambios tecnológicos.	¿Las plataformas digitales potencian el desarrollo de habilidades en los jóvenes de la carrera de Comunicación?	X																
Pluralidad Informativa.	Concentración en medios de comunicación: económica, geográfica, cultural y de contenido.	¿Las plataformas digitales contribuyen a la pluralidad informativa de los usuarios?	X																
Adaptación de Contenidos.	Expandir su multicanalidad, interactuar con su comunidad	¿Las plataformas digitales facilitan la adaptación de contenidos para satisfacer la accesibilidad de	X																

			comunicación?																
--	--	--	---------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--



LCDA. SANDRA BETZABETH MALDONADO LÓPEZ, MGTR.

Juez experto


C.I: 1206160911

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

Cuestionario – Comunicación Multimodal – Plataforma Digital

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

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el **EXPERTO EVALUADOR** evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Promedio:	100
Juez Experto	LCDA. SANDRA BETZABETH MALDONADO LÓPEZ, MGTR.
CI:	1206160911
Teléfono	0990495439
E-mail:	smaldonado@upse.edu.ec
 Firma	

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDANTE		
Apellidos y Nombres:	Lainez Del Pezo Jhover José	
Apellidos y Nombres:	Tomalá Tomalá Michelle Pamela	
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
La comunicación multimodal como desarrollo comunicacional en la plataforma digital Instagram en jóvenes de la carrera de Comunicación.		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento:	Cuestionario	
Objetivo:	Explicar la comunicación multimodal como desarrollo comunicacional en la plataforma digital instagram en jóvenes de la carrera de Comunicación, para comprender la combinación de contenidos digitales que influyen en la percepción y recepción de información.	
Dirigido a:	Estudiantes de la carrera de Comunicación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena "UPSE"	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres:	LCDA. SANDRA BETZABETH MALDONADO LÓPEZ, MGTR.	
Documento de Identidad:	1206160911	
Grado Académico:	Magíster en Post-Producción digital	
Especialidad:	Docente Investigador	
Experiencia Profesional (años):	9 años	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de Corregir	No Aplicable
x		
Sugerencia:		

Fecha: La libertad, 16 de Octubre del 2024



LCDA. SANDRA BETZABETH MALDONADO LÓPEZ, MGTR.

Juez experto

C.I: 1206160911

Técnica: Entrevista

Instrumento: Guía de preguntas

Tema: La comunicación multimodal como desarrollo comunicacional en la plataforma digital Instagram en jóvenes de la carrera de Comunicación.

Objetivo: Conocer la opinión de los expertos sobre la comunicación multimodal como desarrollo comunicacional en la plataforma digital Instagram.

Entrevistados: Lcda. María Isabel Posligua Quinde, Msc

Cargo: Docente de la Carrera de Comunicación y Audiencias Digitales

Especialidad: Comunicación, Relaciones Públicas y RSC

Entrevistadores: Michelle Tomalá – Jhover Lainez

Entrevistados: Lcdo. Washington Oswaldo Dután, Msc

Cargo: Docente de la Carrera de Comunicación

Especialidad: Magister en Periodismo con mención en Periodismo Digital y Gestión de Proyectos Multimedia

Entrevistadores: Michelle Tomalá – Jhover Lainez

La comunicación multimodal como desarrollo comunicacional en la plataforma digital Instagram en jóvenes de la carrera de Comunicación.			
N°	Categoría	Pregunta	Respuesta
8.	Políticas y estrategias	¿La comunicación multimodal favorece la interactividad y la participación en los jóvenes de la carrera de Comunicación?	
9.	Capacitación del personal	¿Las plataformas digitales potencian el desarrollo de habilidades en los jóvenes de la carrera de Comunicación?	
10.	Contenido adaptado	¿La integración de la comunicación multimodal mejora la trasmisión en los distintos canales de comunicación?	
11.	Accesibilidad del contenido	¿La comunicación multimodal contribuye en la credibilidad y veracidad de la información?	
12.	Interacción y feedback	¿La comunicación multimodal diversifican los contenidos multimedia?	
13.	Colaboraciones y alianzas	¿Las plataformas digitales se adaptan a los factores culturales, tecnológicos y organizacionales en la interacción y comunicación de los estudiantes?	

14.	Medición del impacto	¿Las plataformas virtuales están diseñadas para evitar las brechas digitales?	
-----	----------------------	---	--



LCDA. SANDRA BETZABETH MALDONADO LÓPEZ, MGTR.
Juez experto

C.I: 206160911

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

TÍTULO:	La comunicación multimodal como desarrollo comunicacional en la plataforma digital Instagram en jóvenes de la carrera de Comunicación.
AUTOR:	Lainez Del Pezo Jhover José – Tomalá Tomalá Michelle Pamela

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN Relación entre:				OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN				
				Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo o desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo	VARIABLE Y DIMENSIÓN		INDICADOR			ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA			
									SI	NO	SI	NO		SI	NO	SI	NO
Variable Independiente Comunicación Multimodal	Interactividad y Participación del usuario	Comentarios e interacción.	¿La comunicación multimodal potencia la interactividad y la participación en los jóvenes de la carrera de Comunicación?														
	Visualización y Alcance	Resultados de publicación de contenido.	¿Los formatos multimodales influyen en la visualización y alcance de contenidos?														
	Credibilidad y Veracidad	Verificación y contratación de fuentes	¿La comunicación multimodal contribuye en la credibilidad y veracidad de la información?														

Canales de Comunicación	Claridad y presión de información	¿La integración de la comunicación multimodal mejora la trasmisión en los distintos canales de comunicación?																	
Contenido de Multimedia	Relevancia y actualidad de los contenidos	¿La comunicación multimodal diversifican los contenidos multimedia?																	
Factores Culturales, Tecnológicos y Organizacionales.	Calidad de la comunicación interna y externa.	¿Las plataformas digitales se adaptan a los factores culturales, tecnológicos y organizacionales en la interacción y comunicación de los estudiantes?																	
Brechas Digitales.	Acceso de información en la diversidad de contenidos.	¿Las plataformas virtuales están diseñadas para evitar las brechas digitales?																	
Desarrollo de Habilidades.	Capacidad para adaptarse a cambios tecnológicos.	¿Las plataformas digitales potencian el desarrollo de habilidades en los jóvenes de la carrera de Comunicación?																	



LCDA. SANDRA BETZABETH MALDONADO LÓPEZ, MGTR.
Juez experto


C.I: 1206160911

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

Guía de preguntas – Comunicación inclusiva - Contenido informativo

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

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el **EXPERTO EVALUADOR** evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Promedio:	100
Juez Experto	LCDA. SANDRA BETZABETH MALDONADO LÓPEZ, MGTR.
CI:	1206160911
Teléfono	0990495439
E-mail:	smaldonado@upse.edu.ec
	
Firma	

VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

DATOS DEL ESTUDANTE		
Apellidos y Nombres:	Lainez Del Pezo Jhover José	
Apellidos y Nombres:	Tomalá Tomalá Michelle Pamela	
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
La comunicación multimodal como desarrollo comunicacional en la plataforma digital Instagram en jóvenes de la carrera de Comunicación.		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento:	Entrevista	
Objetivo:	Conocer la opinión de los expertos sobre la comunicación multimodal y la plataforma digital	
Dirigido a:	Lcda. María Isabel Posligua, MGTR. Lcdo. Washington Oswaldo Dutan, MGTR.	
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres:	LCDA. SANDRA BETZABETH MALDONADO LÓPEZ, MGTR.	
Documento de Identidad:	1206160911	
Grado Académico:	Magíster en Post-Producción digital	
Especialidad:	Docente Investigador	
Experiencia Profesional (años):	9 años	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de Corregir	No Aplicable
X		
Sugerencia:		

Fecha: La libertad, 16 de octubre del 2024

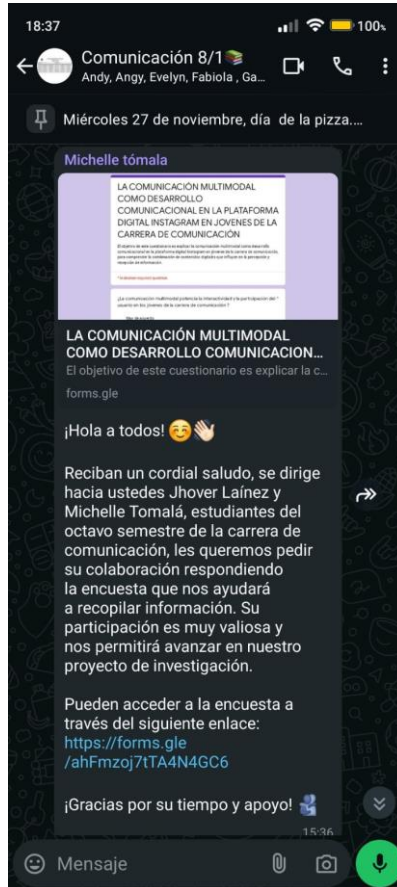
LCDA. SANDRA BETZABETH MALDONADO LÓPEZ, MGTR.

Juez experto

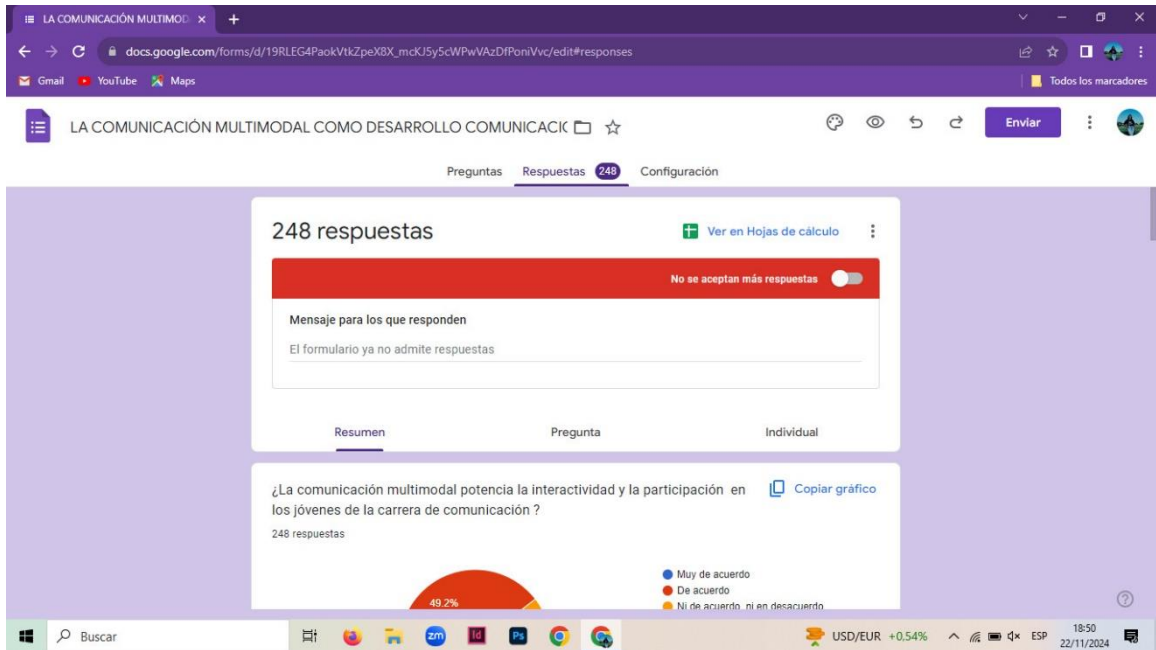
C.I: 206160911

Anexo 3

Aplicación de encuesta a los estudiantes de la carrera de Comunicación



Evidencias de encuesta realizada a los estudiantes de la carrera de Comunicación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena “UPSE”.



Resultados de la encuesta aplicada a los estudiantes de la carrera de Comunicación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena “UPSE”.

Anexo 4

Aplicación de entrevista

Archivo Herramientas Vista Guia_de_preguntas[1] - Solo lectura - Word 18:50 22/11/2024

Técnica: Entrevista
Instrumento: Guía de preguntas
Tema: La comunicación multimodal como desarrollo comunicacional en la plataforma digital Instagram en jóvenes de la carrera de comunicación.
Objetivo: Conocer la opinión de los expertos sobre la comunicación multimodal como desarrollo comunicacional en la plataforma digital Instagram.

Entrevistado: Lcda. María Isabel Posligua Quinde, MSc
 Cargo: Docente de la Carrera de Comunicación y Audiencias Digitales
 Especialidad: Comunicación, Relaciones Públicas y RSC
 Entrevistador:

Nº	Categoría	Pregunta	Respuesta
1.	Políticas y estrategias	¿La comunicación multimodal favorece la interactividad y la participación en los jóvenes de la carrera de comunicación?	Sí, la comunicación multimodal facilita la interactividad y participación en entornos de comunicación, ya que permite utilizar múltiples canales (texto, audio, video, gráficos, etc.) que atraen la atención y fomentan una experiencia de aprendizaje más dinámica y activa. Estos diversos formatos invitan a los estudiantes a interactuar y expresar sus ideas en el medio que mejor se adapte a su estilo de aprendizaje, estimulando una mayor participación.
2.	Capacitación del personal	¿Las plataformas digitales potencian el desarrollo de habilidades en los jóvenes de la carrera de comunicación?	Las plataformas digitales son herramientas clave para el desarrollo de habilidades comunicativas, especialmente en
3.	Contenido adaptado	¿La integración de la comunicación multimodal mejora la transmisión en los distintos canales de comunicación?	La integración de la comunicación multimodal permite una adaptación más efectiva al canal y al público, optimizando así la transmisión de mensajes. Al combinar texto, imágenes, videos y otros elementos, los comunicadores pueden hacer que el mensaje sea más accesible y comprensible para diferentes audiencias, mejorando su alcance y efectividad.
4.	Accesibilidad del contenido	¿La comunicación multimodal contribuye en la credibilidad y veracidad de la información?	La comunicación multimodal puede contribuir a la credibilidad y veracidad de la información al permitir que los comunicadores presenten pruebas visuales, comentarios auditivos o estadísticas en formatos gráficos que respaldan el mensaje. Sin embargo, la credibilidad depende en gran medida de la ética y la transparencia con que se usen estos recursos. Bien utilizada, la multimodalidad puede ser una herramienta poderosa para aclarar y autentificar la información.
5.	Interacción y feedback	¿La comunicación multimodal diversifica los contenidos multimedia?	Sin duda, la comunicación multimodal fomenta la diversidad de contenidos multimedia. Permite una mayor creatividad en

Pantallas: 1-2 de 4 Concentración 140% ESP LAA 18:52 22/11/2024

Respuesta de la entrevista realizada a la Docente Experta: Lcda. María Isabel Posligua Quinde, Msc.



Evidencia de la entrevista realizada a la Docente Experta: Lcda. María Isabel Posligua Quinde, Msc

Anexo 5

Aplicación de entrevista

Archivo Herramientas Vista Guía_de_preguntas_-_Jhover[1] - Solo lectura - Word

Técnica: Entrevista
Instrumento: Guía de preguntas
Tema: La comunicación multimodal como desarrollo comunicacional en la plataforma digital Instagram en jóvenes de la carrera de comunicación.
Objetivo: Conocer la opinión de los expertos sobre la comunicación multimodal como desarrollo comunicacional en la plataforma digital Instagram.

Entrevistado: Lcdo. Washington Oswaldo Dután, Msc
 Cargo: Docente de la Carrera de Comunicación
 Especialidad: Magister en Periodismo con mención en Periodismo Digital y Gestión de Proyectos Multimedia
 Entrevistadores: Michelle Tomalá – Jhove Lamez

La comunicación multimodal como desarrollo comunicacional en la plataforma digital Instagram en jóvenes de la carrera de comunicación.			
Nº	Categoría	Pregunta	Respuesta
1.	Políticas y estrategias	¿La comunicación multimodal favorece la interactividad y la participación en los jóvenes de la carrera de comunicación?	Puedo indicar que al utilizar diferentes formatos, los estudiantes pueden expresarse de manera más creativa y personal; esto fomenta un mayor compromiso con el contenido.
2.	Capacitación del personal	¿Las plataformas digitales potencian el desarrollo de habilidades en los jóvenes de la carrera de comunicación?	Si, las plataformas digitales, potencian el desarrollo de habilidades en los jóvenes de la carrera de comunicación; como: creatividad, habilidades técnicas, comunicación efectiva y demás.
3.	Contenido adaptado	¿La integración de la comunicación multimodal mejora la transmisión en los distintos canales de comunicación?	Si, Aquí podemos utilizar diversos formatos y por lo tanto los elementos visuales captan más la atención de los diferentes públicos y usuarios.
4.	Accesibilidad del contenido	¿La comunicación multimodal contribuye en la credibilidad y veracidad de la información?	Lo que puedo indicar es que la comunicación multimodal permite que la información sea accesible para personas de diferentes edades, pero la credibilidad depende de la seriedad del informante.

5.	Interacción y feedback	¿La comunicación multimodal diversifican los contenidos multimedia?	Al incorporar elementos interactivos, como encuestas, enlaces y debates, se fomenta una mejor participación del público, lo que nos ayuda a tener un feedback de la audiencia.
6.	Colaboraciones y alianzas	¿Las plataformas digitales se adaptan a los factores culturales, tecnológicos y organizacionales en la interacción y comunicación de los estudiantes?	Las plataformas digitales permiten la personalización del contenido, lo que facilita la variedad de perspectivas culturales de los estudiantes y también la variedad de plataformas utilizadas.
7.	Medición del impacto	¿Las plataformas virtuales están diseñadas para evitar las brechas digitales?	Efectivamente las plataformas digitales están diseñadas para reducir las brechas digitales; pero sin embargo eso depende de la accesibilidad, recursos y desarrollo tecnológico utilizado.

Final del documento

Pantallas: 1-2 de 2 Concentración 100%

ESP LAA 18:55 22/11/2024

Respuesta de la entrevista realizada al Docente Experto: Lcdo. Washington Oswaldo Dután, Msc



Evidencia de la entrevista realizada al Docente Experto: Lcdo. Washington Oswaldo Dután, Msc