



**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

“ANÁLISIS DEL USO DE PLATAFORMAS DIGITALES SOCIALES EN MAJESTAD  
TELEVISIÓN DE LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO DURANTE EL PERIODO  
2019-2021”.

**Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de Licenciada en  
Ciencias de la Comunicación**

**AUTORA:**

GILDA ALEXANDRA BIMBOZA NAPA

**TUTOR:**

MSC. GUILLERMO ZAMBRANO

Riobamba, Ecuador. 2024

## DERECHOS DE AUTOR

Yo, Gilda Alexandra Bimboza Napa, con C.I. 230040077-3, me declaro responsable de todas las ideas, análisis, resultados, conclusiones, recomendaciones y propuestas presentadas en el trabajo de investigación denominado **“ANÁLISIS DEL USO DE PLATAFORMAS DIGITALES SOCIALES EN MAJESTAD TELEVISIÓN DE LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO DURANTE EL PERIODO 2019-2021”**.

Asimismo, en calidad de autora, autorizo a la Universidad Nacional de Chimborazo hacer uso de los contenidos para fines académicos.

Riobamba, abril de 2024.



---

Gilda Alexandra Bimboza Napa

C.I. 230040077-3



### DICTAMEN FAVORABLE DEL TUTOR Y MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación "ANÁLISIS DEL USO DE PLATAFORMAS DIGITALES SOCIALES EN MAJESTAD TELEVISIÓN DE LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO DURANTE EL PERIODO 2019-2021", presentado por Gilda Alexandra Bimboza Napa, con cédula de identidad número 230040077-3; emitimos el DICTAMEN FAVORABLE, conducente a la APROBACIÓN de la titulación. Certificamos haber revisado y evaluado el trabajo de investigación y cumplida la sustentación por parte de su tutor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba a los 24 días del mes de abril de 2024.

Carlos Larrea Naranjo, MBA.

MIEMBRO 1 DEL TRIBUNAL DE GRADO

Galo Xavier Vásquez Merino, Dr.

MIEMBRO 2 DEL TRIBUNAL DE GRADO

Guillermo Raúl Zambrano Pontón, Mgs.

TUTOR



### CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación "ANÁLISIS DEL USO DE PLATAFORMAS DIGITALES SOCIALES EN MAJESTAD TELEVISIÓN DE LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO DURANTE EL PERIODO 2019-2021", presentado por Gilda Alexandra Bimboza Napa, con cédula de identidad número 230040077-3, bajo la tutoría Mgs. Raúl Guillermo Zambrano Pontón; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autora, no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba a los 24 días del mes de abril de 2024.

Alejandra María Carpio Herrera, MSc.

**PRESIDENTA DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Carlos Larrea Naranjo, MBA.

**MIEMBRO 1 DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Galo Xavier Vásquez Merino, Dr.

**MIEMBRO 2 DEL TRIBUNAL DE GRADO**



## CERTIFICADO ANTIPLAGIO

DIRECCIÓN ACADÉMICA  
VICERRECTORADO ACADÉMICO



UNACH-RGF-01-04-02.09

# CERTIFICACIÓN

Que, **Gilda Alexandra Bimboza Napa** con CC: **2300400773**, estudiante de la Carrera de **COMUNICACION**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "Análisis del uso de Plataformas Digitales Sociales en Majestad Televisión de la Ciudad de Santo Domingo durante el periodo 2019-2021", que corresponde al dominio científico **DESARROLLO SOCIOECONÓMICO Y EDUCATIVO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA INSTITUCIONALIDAD DEMOCRÁTICA Y CIUDADANA** y alineado a la línea de investigación **COMUNICACIÓN Y CULTURA**, cumple con el 5 %, reportado en el sistema Antiplagio Turnitin, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente, autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 4 de abril de 2024

Mgs. Guillermo Zambrano

TUTOR

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de investigación se lo dedico principalmente a Dios, porque sin él nada sería posible. Se lo dedico a mis padres Nítida Napa y Darwin Lescano, porque fueron ellos quienes lucharon día a día para que yo pueda iniciar este camino y lo pueda culminar, porque el apoyo de ellos fue mi mayor motivo para creer en mí y creer que lo lograría.

Por consiguiente, le dedico este proyecto a mi hijo Thiago Campos, porque desde que llegó a mi vida tuve una razón más para continuar mis estudios académicos. También se lo dedico a mis hermanos Kenneth, Keyla Pinargote, Maykel y Ashley Lescano, porque sé que ellos observan mis pasos y como hermana mayor quiero incentivarlos a proponerse metas y finalizarlas, sobre todo a ser mejores que yo.

*Gilda Alexandra Bimboza Napa*

## **AGRADECIMIENTO**

Al finalizar una etapa académica tan importante en mi vida extendo mi agradecimiento haciendo una mención especial a Dios, por haberme guiado y por haber puesto personas en esta trayectoria que me impulsaron a seguir adelante manteniendo la fe de que un día sería posible aquello que me había propuesto.

Agradezco infinitamente a mi madre, Nítida Napa por haber sido mi pilar, mi motivo principal de continuar y por cada esfuerzo que realizó para que yo culminara esta etapa de mi vida, agradezco a mi papá Darwin Lescano, porque en estos últimos años ha sido parte de mi vida, ha sido mi consejero y ha procurado velar por mi bienestar.

Para mí es importante agradecerle a mi papá Carlos Bimboza, porque a pesar de la distancia ha orado para que Dios obre en mí y cuide mis pasos. Agradezco a mis tíos, Dina, Silvia, Leonela y César Bimboza, porque han sido personas que me han extendido la mano y se han hecho presente con consejos para mi vida.

Igualmente, agradezco a la Universidad Nacional de Chimborazo, a la carrera de Comunicación Social y a sus docentes por haber sembrado en mí sus conocimientos.

Finalmente, agradezco de todo corazón a mi tutor Mgs. Guillermo Zambrano, por haberme acompañado en este trabajo de investigación, por su paciencia, por sus conocimientos y por haber creído en mí.

*Gilda Alexandra Bimboza Napa*

## ÍNDICE GENERAL

DERECHOS DE AUTOR	
DICTAMEN FAVORABLE DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL	
CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL	
CERTIFICADO ANTIPLAGIO	
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
ÍNDICE GENERAL	
ÍNDICE DE TABLAS	
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	
ÍNDICE DE ANEXOS	
RESUMEN	
ABSTRACT	
CAPÍTULO I.....	14
1. MARCO REFERENCIAL .....	14
1.1. INTRODUCCIÓN .....	14
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	15
1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	16
1.4. OBJETIVOS .....	16
1.4.1 OBJETIVO GENERAL .....	16
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	16
2. MARCO TEÓRICO.....	17
2.1. COMUNICACIÓN .....	18
2.2. TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN .....	18
2.3. TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN FUNCIONALISTA.....	18
2.4. MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES .....	19
2.5. TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN ESTRUCTURALISTA .....	19
2.6. PLATAFORMAS DIGITALES .....	20
2.7. INTRODUCCIÓN DE MEDIOS TELEVISIVOS EN PLATAFORMAS DIGITALES.....	20
2.8 PERIODISMO .....	21
2.9 PERIODISMO DIGITAL.....	21
2.10 CIBERPERIODISMO .....	22
2.11 INTERACTIVIDAD.....	22

2.12 HIPERTEXTUALIDAD .....	22
2.13 HIPERVÍNCULOS.....	23
2.14 MAJESTAD TELEVISIÓN .....	23
2.15. VARIABLES .....	24
2.15.1 VARIABLE INDEPENDIENTE .....	24
2.15.2 VARIABLE DEPENDIENTE .....	24
3. METODOLOGÍA .....	26
3.1. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	26
3.1.1 MÉTODO CUALITATIVO.....	26
3.1.2 MÉTODO ANALÍTICO.....	26
3.1.3 MÉTODO DE CAMPO .....	26
3.1.4 MÉTODO CIENTÍFICO .....	26
3.1.5 MÉTODO DESCRIPTIVO.....	26
3.1.6 BIBLIOGRÁFICA DOCUMENTAL.....	26
3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN .....	27
3.2.1 SEGÚN LA FINALIDAD .....	27
3.2.2 SEGÚN EL ALCANCE TEMPORAL.....	27
3.2.3 SEGÚN LA PROFUNDIDAD .....	27
3.2.4 SEGÚN LA AMPLITUD .....	27
3.2.5 SEGÚN EL CARÁCTER.....	28
3.2.6 SEGÚN LAS FUENTES .....	28
3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	28
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	28
3.5 TÉCNICA E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	30
3.5.1. ANÁLISIS DE CONTENIDO .....	30
3.5.2. ENTREVISTA .....	30
3.5.2.1 GUIÓN DE ENTREVISTA.....	31
3.5.3 FICHA DE REVISIÓN DOCUMENTAL.....	47
4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	49
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	74
5.1. CONCLUSIONES .....	74
5.2. RECOMENDACIONES.....	75
6. PROPUESTA .....	76

6.1 MANUAL PARA PLATAFORMAS DIGITALES MAJESTAD TV .....	76
BIBLIOGRAFÍA .....	84
ANEXOS .....	86

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de Variables.....	24
Tabla 2. Periodo por tomar en cuenta para el análisis comparativo .....	29
Tabla 3. Tabla de Análisis de Entrevistados.....	31
Tabla 4. Ficha de Revisión .....	47
Tabla 5. Análisis General de la Red Socio Digital de Twitter .....	52
Tabla 6. Análisis General de la Plataforma Digital YouTube.....	58
Tabla 7. Análisis General de la Red Socio Digital de Facebook.....	64
Tabla 8. Entrevistas .....	69

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Estructura de la Teoría Funcionalista Harold Laswell .....	18
Ilustración 2. Interfaz de la Red Socio Digital Twitter de Majestad Tv .....	51
Ilustración 3. Interfaz de la Red Socio Digital de Instagram de Majestad Tv .....	55
Ilustración 4. Interfaz de la Plataforma Digital Sitio Web de Majestad Tv.....	56
Ilustración 5. Interfaz de la Plataforma Digital YouTube de Majestad Tv.....	57
Ilustración 6. Interfaz de la Red Socio Digital Facebook de Majestad Tv .....	63

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 3: Entrevista al dr. José rivera, experto en comunicación y marketing digital .....	86
Anexo 2: Entrevista al telgo. Andrés hurtado, asistente de producción en majestad tv .....	86
Anexo 1: Entrevista al director de noticias en majestad tv, lic. Paúl zea .....	86

## RESUMEN

La exposición del proyecto de investigación denominado “ANÁLISIS DEL USO DE PLATAFORMAS DIGITALES SOCIALES EN MAJESTAD TELEVISIÓN DE LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO DURANTE EL PERIODO 2019-2021” se elaboró con la finalidad de entender y conocer el proceso que conlleva la información en el medio de comunicación tradicional televisivo para ser publicada en plataformas digitales.

En el desarrollo de esta investigación se trabajó con distintos métodos, entre ellos: método analítico, método de campo, método científico, método descriptivo y método bibliográfico - documental. Además, es de carácter cualitativo, en donde no se vio la necesidad de la aplicación de muestra y población. Se procedió al análisis de notas informativas, en donde se revisó el uso y tipo de géneros periodísticos empleados, uso de plataformas digitales sociales, herramientas multimedia, entre otros. Las técnicas que se emplearon en este proyecto de investigación fueron: revisión documental, análisis de contenido, entrevista y observación, en donde cada técnica procede con su instrumento determinado.

Se analizaron las plataformas digitales sociales de: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube y el Sitio Web. Tomando cada plataforma por separado debido a que el medio de comunicación no publicaba el mismo contenido en todas las plataformas. Además, se realiza una entrevista al asistente de producción de *Majestad Tv*, el Tecnol. Andrés Hurtado, al director de noticias de *Majestad TV*, el Lic. Paúl Zea, así como también a un experto en comunicación y marketing digital, el Dr. José Rivera.

**Palabras claves:** Plataformas digitales, *Majestad TV*, medio de comunicación tradicional, notas informativas.

### **Abstract**

The research project "ANALYSIS OF THE USE OF SOCIAL DIGITAL PLATFORMS IN MAJESTY TELEVISION OF THE CITY OF SANTO DOMINGO DURING THE PERIOD 2019-2021" was elaborated to understand and know the process of information in traditional television communication to be published on digital platforms. In the development of this research, different methods were applied: analytical, field, scientific, descriptive, and bibliographic-documentary methods. In addition, it is qualitative, where there was no need for the application of sample and population. News articles were analyzed, and we reviewed the use and type of journalistic genres used. The techniques that were used in this research project were documentary review, content analysis, interview, and observation, where each technique proceeded with its specific instrument. Social digital platforms such as: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, and the Website were analyzed, considering each platform separately because the media outlet did not publish the same content on all platforms. In addition, an interview was conducted with *Majestad TV's* production assistant, the technologist Andrés Hurtado, the news director of "*Majestad TV*," Mr. Paúl Zea, as well as an expert in communication and digital marketing, Dr. José Rivera.

**Keywords:** Digital platforms, *Majestad TV*, traditional media, informative notes.



JENNY FREIRE RIVERA  
ENGLISH PROFESSOR

**Reviewed by:**  
Lic. Jenny Freire Rivera  
**ENGLISH PROFESSOR**  
C.C. 0604235036

# CAPÍTULO I

## 1. MARCO REFERENCIAL

### 1.1. INTRODUCCIÓN

Desde el surgimiento de la tecnología y con ello la digitalización, se ha podido observar que en la actualidad ya es posible y se encuentra más cerca la oportunidad de poder distribuir todo tipo de contenido mediante distintas plataformas digitales. Independientemente del lugar donde se origine el contenido, este es capaz de llegar a distintas partes del mundo de forma sencilla y rápida en cuestión de segundos.

Por ello, en estos tiempos se hace posible conocer información de los hechos más relevantes que suceden en todas partes del mundo. Por esta razón, se ha podido visualizar que los medios tradicionales de comunicación se han ido adaptando a esta forma de interacción social. Sin importar que el medio de comunicación tradicional sea radio, prensa o televisión, en estos tiempos contar con un espacio virtual se ha convertido en una necesidad, porque por medio de aquello puede compartir su contenido y al mismo tiempo hacer un buen uso de las tecnologías de la comunicación e información, más conocida como las TICS.

A partir de entonces, en el presente trabajo de investigación se pretende establecer cómo se ha ido introduciendo el uso de plataformas digitales sociales en el medio de comunicación tradicional Majestad Televisión de la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas. Haciendo referencia a la importancia del uso de este tipo de plataformas para la realización de ejercicio de comunicación que se encuentre a la altura de las nuevas necesidades de la ciudadanía.

Al ejercer este trabajo investigativo se produce un aporte teórico de cómo se está utilizando las plataformas digitales sociales por el medio de comunicación Majestad Televisión y con ello conocer su tratamiento informativo. De esta forma se busca incentivar a que los medios de comunicación tradicionales tomen en cuenta la importancia que contienen en la actualidad el uso adecuado de la tecnología y la digitalización.

El desarrollo de este trabajo de investigación se da bajo el uso del método cualitativo y cuantitativo, constando así con seis capítulos en donde cada capítulo consiste en lo siguiente. El capítulo uno comprende planteamiento, formulación, justificación del problema y los objetivos del trabajo investigativo.

En el capítulo dos se engloba los respectivos fundamentos teóricos que tienen relación con temáticas a tratar en el proyecto de investigación. Cada fundamento teórico cuenta con la base de autores.

En el capítulo tres se da a conocer acerca de los resultados que se han obtenido después de la aplicación de los instrumentos que se plantearon en un inicio para el respectivo análisis de las plataformas digitales sociales y del uso de estas.

En el capítulo cuatro se procede a analizar los resultados que se han obtenido y se realiza la respectiva discusión de la ideología de los entrevistados que se citan.

En el capítulo cinco luego del análisis investigativo realizado se determina conclusiones y recomendaciones a las que se llegó.

Finalmente, en el capítulo seis se propone la elaboración de un manual de distribución de contenidos para las plataformas digitales del medio de comunicación Majestad Televisión.

## **1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La presente investigación surge al observar la problemática que tienen los medios de comunicación tradicionales al momento de manejar las redes sociales y realizar contenido para sus plataformas digitales. Es decir, que la mayoría de los medios de comunicación no cuentan con el buen uso de las plataformas que manejan o a su vez carecen de ellas.

Y se preguntarán ¿Por qué es importante que los medios de comunicación tradicionales manejen espacios virtuales? Pues la respuesta es simple, como bien se sabe, a medida que pasa el tiempo la tecnología y la ciencia van construyendo nuevos avances y descubrimientos que a la final son con el fin de beneficiar o producir comodidad en la sociedad. Uno de estos grandes avances en la tecnología es la creación de plataformas digitales que permiten generar un espacio virtual para personas que tengan un mismo interés.

Las nuevas generaciones se modernizan cada vez más y como se puede entender para el ser humano es indispensable la comunicación, poder contar con fuentes de información también forma parte de la necesidad de los seres humanos, por ese motivo, desde el surgimiento de los medios de comunicación estos se han mantenido y viene a ser muy importante mantenerse actualizados. Y con aquello se hace referencia a que es necesario que sepan construir, manejar y generar contenido para plataformas digitales con lo que se hace posible que puedan mantenerse entregando información, no solo de manera tradicional sino también moderna logrando así llegar a distintos puntos de la ciudad, del país o del mundo, a su vez producen interés en incrementar su audiencia con las nuevas generaciones.

Ahora bien, enfocados netamente en el medio de comunicación Majestad Televisión de la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas se puede ver que este medio hace uso de plataformas digitales como Facebook, Instagram, Twitter, YouTube y el Sitio Web. Por lo tanto, se considera importante analizar el uso de dichas plataformas por parte del medio y del tratamiento informativo que elaboran en cada una de ellas.

En estos tiempos es muy común que la información se requiera ser captada de forma inmediata, por ello los medios de comunicación tradicional se ven en la necesidad de captar la atención también mediante la digitalización. Según (Molina, 2018) menciona que “Estas redes ofrecen al usuario obtener y recibir información de manera tan sencilla que llega a ser adictivo. Lo que realmente importa es el mensaje que se quiere transmitir, de manera que no tiene una realización compleja, esto es lo que lo hace tan atractivo para la población”.

Desglosar este tema de investigación es de gran importancia y utilidad debido a que da paso a conocer cómo se maneja el tratamiento informativo mediante la tecnología y a su vez conocer cómo se debe de utilizar las herramientas multimedia de cada plataforma, logrando así entregar contenido de calidad en representación de un medio de comunicación tradicional.

Además, el desarrollo de este proyecto investigativo se da con fácil acceso a documentos que se encuentran en internet, para el sustento respectivo de trabajos de autores que han investigado temas similares. También, se cuenta con acceso a las plataformas digitales sociales que maneja el medio de comunicación televisivo Majestad Tv y por último se cuenta con el aporte de profesionales mediante una entrevista.

### **1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Por qué es importante conocer el manejo de las plataformas digitales para un medio de comunicación tradicional?

### **1.4. OBJETIVOS**

#### **1.4.1 Objetivo General**

- Determinar el uso de plataformas digitales sociales en Majestad TV de la ciudad de Santo Domingo durante el periodo 2019-2021.

#### **1.4.2 Objetivos Específicos**

- Identificar el tratamiento informativo de las plataformas digitales que tiene Majestad TV.
- Analizar las características de los contenidos digitales de Majestad TV.
- Proponer a Majestad TV un manual de distribución de contenidos para la web.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

Como bien se sabe, desde los inicios del origen del ser humano el mundo entero ha venido obteniendo el surgimiento de cambios, mismos que se producen en todos los ámbitos posibles. Al enfocarse netamente en lo tecnológico se hace referencia al constante cambio y avance que ha obtenido la humanidad hasta el momento en cuanto a tecnología. Es así como en este apartado se hace un camino a lo que viene a ser la conexión existente entre los medios tradicionales de comunicación y la tecnología/digitalización de la que se puede evidenciar en estos tiempos.

En este apartado se detallan investigaciones ya desarrolladas por otros autores, quienes han tratado temas similares al que se desarrolla en esta investigación.

Es así como se puede tomar en cuenta el trabajo de Solórzano (2021) en donde indica que: “Gracias a las invenciones tecnológicas la web es un sitio ideal para informarse”. Por ello, no solo los medios televisivos han creado un espacio en plataformas digitales sociales, sino también la radio y la prensa se han visto en la misma necesidad de trasladarse a la virtualidad.

Se puede decir que la llegada de internet y las plataformas digitales sociales también conocidas como redes sociales han sido de gran productividad, puesto que viene a ser un espacio virtual en donde cabe un sinnúmero de información.

Por ello, Benavides (2017) enmarca la gran importancia de la revolución digital mencionando que: “Las redes sociales han transformado la visión que se tenía del mundo; aquello gracias a que la web 2.0 promete interactividad, gracias a esta opción es posible informar de manera instantánea cualquier hecho que se de en cualquier rincón del planeta, sin necesidad de grandes aparatos de transmisión”.

Scolari (2008, p.273), como se citó en Rodríguez (2019) toma como referencia que: “Las tecnologías no sólo transforman al planeta, sino que además impactan en la captación que las personas tienen sobre el mundo. Por ello, es importante reconocer que el auge de la tecnología e internet ha venido muy bien para todo tipo de trabajo, hablando específicamente de lo que representa la red de internet.

A continuación, se inicia principalmente tomando en cuenta conceptos que ayudan en gran parte a tener un mejor entendimiento de lo que trata y con ello a tomar en cuenta argumentos de diversos autores, aquello permite obtener mayor respaldo en el presente trabajo de investigación.

## 2.1. COMUNICACIÓN

La comunicación es indispensable en la vida del ser humano, puesto que es el proceso por llevar para que se pueda crear relación e interacción de unos a otros. Cabe recalcar, que la comunicación ha hecho posible que al paso de los años se evolucione en todos los ámbitos posibles en el mundo.

Entonces, es así como se entiende que la comunicación es una necesidad que tiene todo ser vivo, porque a través de ello es posible que dos o varios seres vivos puedan entender, intercambiar información, asumir, responder o vincular aspectos de la vida que se consideren pertinentes o preciso conocer. (Martínez, 2005)

## 2.2. TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN

Las teorías de la comunicación se originan por la necesidad de estudiar y conocer cómo se lleva a cabo el proceso de comunicación entre los seres humanos, por ello a lo largo de la historia han ido apareciendo diversos autores que han buscado argumentar su opinión de cómo surge y hacerla válida dentro de la historia. En otras palabras, las teorías de la comunicación permiten dar una explicación acerca del proceso que conlleva comunicarse.

Entonces, la finalidad que tiene definir y conocer acerca de las teorías de la comunicación es: “Que eso que llamamos “comunicación” posea su identidad y origen, así como lo tienen otras ramas profesionales”. (Giraldo, 2008)

## 2.3. TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN FUNCIONALISTA

La teoría del funcionalismo nace de la idea de que todos los aspectos que conforman la sociedad tienen una misión y son importantes para el diario vivir. Se caracteriza por ser una teoría sociológica, es decir, que se enfoca en estudiar y entender cómo funciona la sociedad y de cómo aquello puede generar cambios o afecciones en la misma.

Ahora bien, la estructura de la teoría funcionalista es originada por Harold Laswell en 1948, en donde se explica el proceso a seguir para que exista comunicación, siendo así que su estructura es la siguiente:



*Ilustración 1 Estructura de la Teoría Funcionalista Harold Laswell*

*Fuente: Tomado de Aguado (2004, p. 171)*

**Elaborado por:** Gilda Bimboza

Es así como mediante la estructura de la teoría funcionalista elaborada por Laswell es la explicación resumida de cómo se lleva a cabo la comunicación y a partir de ello se puede identificar las partes de contenido informativo.

## **2.4. MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES**

En primer lugar, es importante entender cuál es la funcionalidad de los medios de comunicación tradicionales hablando específicamente de la televisión. Y como bien se sabe la televisión es un medio antiguo que proviene desde tiempos lejanos por ello forma parte de los medios de comunicación tradicionales.

Al hablar de medios de comunicación tradicionales se hace referencia a aquellos medios que laboran recopilando información con la finalidad de otorgar información hacia grupos masivos y, por ende, aquellos que fueron originarios desde hace mucho tiempo, siendo reconocidos oficialmente como medios de comunicación en masa.

Es así como se respalda lo anteriormente dicho con una cita de Idrovo (2015) en donde menciona que: “Los medios de comunicación son sistemas de transmisión de mensajes que se difunden a un gran número de receptores” (p. 15-16).

La importancia de los medios de comunicación tradicionales o también conocido como medios masivos se da por su agilidad para volver información viral y que esta llegue a grandes masas. Es por ello por lo que también se habla del valor que representan los medios de comunicación en la sociedad.

Es así como se toma en cuenta lo que Domínguez (2019) agrega sobre los medios, acotando que: “Una de las finalidades de los medios masivos es informar y entretener, por lo que existen distintos medios según su finalidad. Por ejemplo, en televisión hay programas de noticia, entretenimiento, educativo, formativo, entre otros” (p. 12).

## **2.5. TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN ESTRUCTURALISTA**

La teoría estructuralista se caracteriza por ser una teoría que estudia los significados, esta teoría tiene como idea principal que para la construcción de un mensaje siempre se va a necesitar la recopilación de signos y que aquello da como fin un mensaje que puede ser percibido de distintas maneras y que independientemente de la forma de percepción que dé finalmente esta no deja de ser válida.

Para Giraldo (2008) la teoría estructuralista es “Un paradigma que sostiene que la vida social es un complejo sistema de comunicación. Todos los acontecimientos culturales y sociales son símbolos, y se necesita de una perspectiva total que permita su entendimiento. La “estructura” de los mensajes, el “cómo” están confeccionados, y la forma como con ellos interactúan las audiencias” (p.18)

Es así como la teoría estructuralista le da un giro al estudio de la comunicación, puesto que se pasa de formas de comunicación tradicionales a formas más complejas de entender un mensaje y es así como se introduce el estudio de mensajes de una comunidad social en donde se da la oportunidad no solo de recibir el mensaje o información si no también de poder interactuar e intercambiar ideas entre una sociedad.

## **2.6. PLATAFORMAS DIGITALES**

Se puede decir que las plataformas digitales son parte de la revolución de la tecnología con la que se cuenta en la actualidad. Al hacer referencia a plataformas digitales se presenta un concepto de espacios virtuales en los que se puede contar con un gran número de información a la que los usuarios pueden acceder sin importar el dispositivo, la hora o incluso el lugar.

Por lo que Chávez (2019) manifiesta que las plataformas digitales son: “Un espacio en internet apto para almacenar información; funcionan con diferentes tipos de sistemas operantes y permiten el funcionamiento de programas o aplicaciones con diferentes contenidos, algunas son programadas, adaptadas y personalizadas de acuerdo con las necesidades”

Por ello, en internet se puede encontrar una gran variedad de plataformas digitales y aquellas se encuentran clasificadas dependiendo del interés de quienes las consumen. Es así como se puede encontrar plataformas digitales educativas, sociales, comercializadas o especializadas.

## **2.7. INTRODUCCIÓN DE MEDIOS TELEVISIVOS EN PLATAFORMAS DIGITALES**

En la actualidad, el uso de la tecnología se ha convertido en una herramienta indispensable ya sea para educar, entretener o interactuar. Los medios de comunicación tradicionales se han visto en la necesidad de introducirse en el mundo virtual, en las plataformas digitales, aquello por el simple hecho de que a menudo que las generaciones van avanzando el modo de consumir contenido avanza de igual manera. Ahora los jóvenes e incluso los adultos buscan informarse desde cualquier parte del mundo a distinta hora y desde diferentes dispositivos.

Por ende, que un medio de comunicación tradicional cuente con un espacio en plataformas digitales se ha convertido en un requisito para introducirse en las nuevas generaciones e incluso para procurar un poco más asentar su permanencia como medio de comunicación.

Gutiérrez (2008) afirma que: “La televisión siempre se ha considerado como un medio con grandes posibilidades para favorecer la enseñanza y el aprendizaje. Su potencial

como recurso didáctico tiene el correspondiente parangón en su capacidad de influencia en la educación de los usuarios” (p. 454).

Además, Gutiérrez (2008) menciona que: “La convergencia de tecnologías, medios y lenguajes no nos permite en la actualidad referirse a la televisión sin hacer relación de esta con el internet, la digitalización y por ende la interactividad” (p. 452).

Por lo tanto, Gutiérrez en su publicación denominada “Educar para los medios en la era digital” (p. 452) publicada en el año 2008 marca la importancia de que los medios de comunicación televisivos se acoplen a la era de internet, puesto que su relación conlleva a beneficios de parte y parte, es decir, tanto como para la televisión como para la audiencia. Todo aquello se produce por los cambios en medios que son señalados por Gutiérrez (2005) que son: avance digital; llegada de internet y nuevas redes de comunicación; y el incremento de dispositivos tecnológicos.

## **2.8 PERIODISMO**

El periodismo es definido por McNair (1998, p.4) como se citó en Shanik David (2008, p.02) como “Cualquier texto en forma escrita, auditiva o visual que afirma ser (es presentado a la audiencia como) una declaración verdadera acerca, o registro de un hecho hasta entonces desconocido (nuevo), del mundo social actual”.

Con aquello McNair da a entender que cuando se habla de periodismo se hace referencia a aquello que se puede escribir, escuchar y observar o simplemente observar, es así como se presenta información de acontecimientos novedosos o de interés social, siendo así que esta última característica marque diferencia de como conocer información periodística.

## **2.9 PERIODISMO DIGITAL**

Para Ruiz (2006) el periodismo digital se denomina como “La especialidad de emplear el ciberespacio para investigar, producir y sobre todo difundir contenidos periodísticos”.

Cuando se habla de periodismo digital se hace referencia al hecho de difundir información periodística por medio de internet, aprovechando así todos los elementos que estén al alcance en cada una de las plataformas digitales.

Couldry (2003, p.39-54) como se citó en Ruiz (2006, p.04-05) determina que este nuevo periodismo da lugar a “nuevas formas de consumo de los medios de comunicación, nuevas infraestructuras de producción y distribución” De esta manera, se puede decir que la era Internet ha supuesto una auténtica revolución de los sistemas de producción y difusión de la información.

Sin embargo, el periodismo digital a pesar de tener sus propias características no se aleja tanto del periodismo tradicional, pues en ambos hay que cumplir con la credibilidad que amerita esta profesión.

## **2.10 CIBERPERIODISMO**

El ciberperiodismo es definido por López (2017, p.67) como “El periodismo que ha llegado a la red de redes para instalarse en los cibermedios y caminar de la mano con las tecnologías digitales. Su nacimiento se dio a raíz de sus hermanos mayores, la televisión, la radio y la prensa”.

Entonces, se puede decir que el surgimiento del ciberperiodismo se dio gracias al apareamiento de nuevas tecnologías e internet, aquello permitió que se originen nuevas ideas de comunicar, es decir, ya desde hace tiempo existía la comunicación tradicional, pero la llegada de internet hizo que se produjera una combinación de la forma tradicional de comunicar con la tecnología, lo que dio origen al ciberperiodismo que es la emisión de información de interés social a través de plataformas digitales sin olvidar que a pesar de que sea contenido que se publique en plataformas esta debe de contar con normativas periodísticas.

## **2.11 INTERACTIVIDAD**

La interactividad es el acto de relacionarse o cambiar ideas entre dos o más personas, esta interactividad se puede dar por medio de dispositivos tecnológicos mediante diferentes plataformas digitales. La interactividad permite que quienes la ejercen puedan relacionarse, cambiar ideas, pensamientos, dar opiniones o aportes a la sociedad, integrar nuevos círculos sociales, etc.

Danvers (1994) define la interactividad como “La relación de comunicación entre un usuario/actor y un sistema (informático, vídeo u otro)” (p. 23). El grado de interactividad logra la medición de la viabilidad y nivel de libertad que llegue a tener un usuario dentro del sistema, así como la capacidad de respuesta de este sistema en relación con el usuario (Estebanell, 2004).

## **2.12 HIPERTEXTUALIDAD**

La hipertextualidad es catalogada por Aarseth, Espen (2006, p.94) como se citó en García (2009, p.143) como “Un canal textual, una alternativa entre otros, al formato del código ejemplificado por los libros, revistas y manuscritos encuadernado. Se lo describe como un sistema mecánico (computarizado) de lectura y escritura, en el que el texto se organiza mediante una red de fragmentos y conexiones existentes entre ellos”.

Es por ello por lo que la hipertextualidad no podría faltar al momento de crear contenido en una plataforma, puesto que permite que el usuario genere información que

puede ser presentada ya sea acompañada de imagen, audio y video, permite la presentación de varias fuentes de información o a su vez enlazarse con otros sitios que tengan relación con el contenido. En otras palabras, la hipertextualidad es una herramienta que permite que en una plataforma se cree, se enlace y se distribuya contenido de interés social.

### **2.13 HIPERVÍNCULOS**

El hipervínculo es definido por Uribe (2012) como “Un sistema de presentación y organización de la información donde determinadas palabras, imágenes o sonidos pueden ser examinados para la obtención de información agregada en referencia a ellos mismos, esto puede ser posible ya sea dentro de un mismo documento que se pueda visualizar o fuera del mismo que se pueda expandir.

El hipervínculo es un método muy utilizado en distintas plataformas digitales, es fácil percibir cuando se navega por internet y al deslizar se encuentra un hipervínculo, la aplicación de aquello permite navegar por otros sitios digitales que pueden ser de utilidad para el respaldo de información ya adquirida en el sitio de origen del hipervínculo. La ventaja es que esta herramienta se aplica ya sea en texto, imágenes o enlaces.

### **2.14 MAJESTAD TELEVISIÓN**

Majestad Televisión nace de la necesidad de tener un medio de comunicación televisivo en Santo Domingo de los Tsáchilas, el inicio de este medio se dio por la iniciativa de Hermel Campos por medio de la compañía UNIONSOBERANA S.A. que era una corporación que abarcaba a nivel nacional medios de comunicación radiales e impresos.

Es así como Majestad Tv toma por primera vez su emisión un 11 de octubre del 2008 por medio del canal 39 con el slogan "Televisión Real" que más tarde cambiaría al slogan "Siempre estamos contigo", este cambio se produjo a raíz de que el medio de comunicación empezó a tener cercanía con la ciudadanía y quería sentirse identificado como un medio presto para ayuda social de la ciudadanía santodomingueña.

La cobertura de Majestad Tv no solo es en Santo Domingo, sino también abarca sus alrededores catalogándolo como un canal regional.

En un inicio el medio de comunicación televisivo emite programación netamente de videos musicales y un 10 de noviembre del 2008 se lanza con su primera programación de noticias denominada "El Informativo" que cuenta con tres emisiones diarias.

Para todo esto Majestad Tv se encontraba laborando en conjunto con la Radio Tú 88.9 de la ciudad de Santo Domingo, aquello bajo el nombre de la misma empresa, luego para el año 2013 – 2014 el medio de comunicación televisivo se constituyó como tal,

independizándose y trabajando por separado, es así como en la actualidad es un medio de comunicación televisivo independiente.

## 2.15. VARIABLES

### 2.15.1 VARIABLE INDEPENDIENTE

Análisis de contenidos digitales

### 2.15.2 VARIABLE DEPENDIENTE

Plataformas digitales Majestad TV

**Tabla 1. Operacionalización de Variables**

VARIABLE	DEFINICIÓN	CATEGORÍA	INDICADORES	TÈCNICAS E INSTRUMENTOS
<p><i>Variable independiente = causa</i></p> <p><i>Análisis de contenidos digitales</i></p>	<p><i>Para (Purcachi, 2019) el análisis de contenidos digitales es importante porque menciona que: “Los contenidos digitales han revolucionado la naturaleza de los contenidos. Su rápida divulgación, la creatividad, eficiencia, productividad han sido claves para que los contenidos digitales sean lo que hoy conocemos bajo ese nombre” basándose en los argumentos de (Olazola, 2010)</i></p>	<p><i>Contenidos</i></p> <p><i>Interactividad</i></p> <p><i>Hipertexto</i></p> <p><i>Hipervínculo</i></p>	<p><i>Número de publicaciones digitales</i></p> <p><i>Reacciones</i></p> <p><i>Comentarios</i></p> <p><i>Número de publicaciones compartidas</i></p>	<p><b><i>Técnica:</i></b> <i>Revisión documental.</i></p> <p><b><i>Instrumento:</i></b> <i>Ficha de revisión.</i></p> <p><b><i>Técnica:</i></b> <i>Análisis de contenido</i></p> <p><b><i>Instrumento:</i></b> <i>Matriz de análisis de contenido</i></p>

<p><i>Variable dependiente = efecto</i></p> <p><i>Plataformas digitales</i></p> <p><i>Majestad TV</i></p>	<p><i>(Da Silva &amp; Núñez, 2021) mencionan que: “Parker y otros (2016), determinan que una plataforma digital consume armonizaciones entre usuarios y facilita el intercambio de cosas para beneficio de estos, siendo importantes por que logran el provecho de las plataformas por parte de los usuarios”</i></p>	<p><i>Ediciones digitales</i></p> <p><i>Herramientas multimedia</i></p>	<p><i>Número de ediciones digitales</i></p> <p><i>Redes sociales</i></p> <p><i>Página web</i></p>	<p><b><i>Técnica:</i></b> <i>Entrevista y observación</i></p> <p><b><i>Instrumento:</i></b> <i>Guía de entrevista y guía de visitas a la web</i></p>
---	---	---	---	--

***Elaborado por:*** *Gilda Bimboza.*

## **CAPÍTULO III**

### **3. METODOLOGÍA**

#### **3.1. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN**

##### **3.1.1 Método Cualitativo**

Cuando se habla del método cualitativo, se hace referencia al tipo de método de investigación que permite recopilar una serie de información basada en la observación, es decir, que permite adquirir el conocimiento mediante datos no numéricos y a su vez da paso a la comparación de distintos argumentos en base al tema a tratar.

##### **3.1.2 Método Analítico**

Al referirse al concepto de método analítico se puede conocer que es un proceso que da paso a desglosar los elementos que conforman aquello que se desea conocer y es así como se inicia en un punto general hasta llegar a algo específico. Por tanto, en este tipo de investigación se llega a saber causa y efecto del tema a conocer.

##### **3.1.3 Método de Campo**

El método de campo es el tipo de investigación que recolecta datos suficientes sobre el lugar que se tiene como objetivo estudiar, tiene como punto principal el enfoque en fuentes primarias para una información confiable. Como su propio nombre lo dice, el método de campo es estar en el lugar preciso en tiempo real para la obtención de información de primera mano.

##### **3.1.4 Método Científico**

En cuanto al método científico, es un método de investigación que va de la mano con la ciencia y el conocimiento, se basa en dos fundamentos que son: primero reproducible, es decir, que se pueda experimentar y mostrar como real y el segundo que sea refutable, es decir, que se pueda comprobar y a su vez que se pueda comparar con otros argumentos y así expandir estudios y conocimientos.

##### **3.1.5 Método Descriptivo**

Al hablar del método descriptivo se hace énfasis en la evaluación ya sea de un lugar o situación. Aquí, como lo dice su nombre se describe, se analiza, se observa y se estudia cualquier tipo de información que tenga relación con lo que se desea investigar.

##### **3.1.6 Bibliográfica Documental**

La investigación bibliográfica documental es un método que se caracteriza por ser como su nombre mismo lo indica, una recopilación de información documentada, misma que es

seleccionada, organizada y analizada por quien realiza dicha búsqueda con el fin de obtener datos que sean de perfil verídico obteniendo así información respaldada por personas con conocimiento en el área. La investigación bibliográfica documental da paso a que se encuentre de manera más precisa los objetivos principales para la investigación a realizar.

## **3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

### **3.2.1 SEGÚN LA FINALIDAD**

#### **3.2.1.1 Aplicada. –**

La investigación según la finalidad aplicada tiene como enfoque principal resolver o desarrollar ideas que permitan solucionar una problemática o mejorar una situación, contando con el apoyo de conocimiento y teoría que den paso a desarrollar respuestas positivas que puedan ser aplicadas.

### **3.2.2 SEGÚN EL ALCANCE TEMPORAL**

#### **3.2.2.1 Sincrónica. –**

La investigación sincrónica es aquella que permite el estudio de una situación que abarca un plazo corto de periodo, es decir, que es una investigación que cumple con poco tiempo de estudio. En este tipo de investigación es válido el uso de encuestas que permitan validar una situación para proceder a realizar la investigación.

### **3.2.3 SEGÚN LA PROFUNDIDAD**

#### **3.2.3.1 Explicativa. –**

El objetivo principal de aplicar este tipo de investigación es que permite realizar una búsqueda minuciosa, hace posible realizar una profunda investigación y llegar así a los hechos y acciones que den paso al desarrollo de la predeterminada investigación. Como su nombre mismo lo dice, la investigación explicativa permite que se conozca, se describa y a su vez, se experimente sobre algo, dando paso a una explicación del porqué de algún tema en específico.

### **3.2.4 SEGÚN LA AMPLITUD**

#### **3.2.4.1 Microsociológica. –**

Cuando se habla de una investigación microsociológica, se hace referencia a una investigación limitada a un cierto grupo pequeño, es decir, que el estudio a realizar está enfocado en un conjunto que de cierto modo es considerado reducido.

### **3.2.5 SEGÚN EL CARÁCTER**

#### **3.2.5.1 Cuantitativa. –**

La investigación cuantitativa es aquella que da paso a profundizar en cuanto a la búsqueda y recolección de datos indispensables para la investigación a realizar, en este tipo de investigación se valida el uso de datos estadísticos y teóricos para poder desarrollar un tema, con aquello, se puede determinar un resultado final de la recopilación de datos realizada. Un claro ejemplo del uso de la investigación cuantitativa es la aplicación de encuestas.

### **3.2.6 SEGÚN LAS FUENTES**

#### **3.2.6.1 Primaria. –**

En esta ocasión, se habla del uso de fuente primaria porque es la adecuada para la investigación a realizar. Este tipo de investigación es aquella en donde se realiza la compilación de datos que son extraídos de primera mano, es decir, se busca los datos de personas primarias.

### **3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.3.1 No experimental. –**

En cuanto a la investigación no experimental esta permite visualizar y observar cómo se ha concebido y desarrollado un evento, mismo que se analiza para la obtención de datos e información. Este tipo de investigación se caracteriza porque los estudios se enfocan en actos que ya han sucedido y se pueden analizar.

### **3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA**

El presente proyecto es realizado bajo el carácter de investigación cualitativa, además se requiere el uso de instrumentos cuantitativos.

Las notas para analizar de “Majestad Tv” son aquellas publicadas desde el 01 de enero de 2019 hasta el 31 de diciembre de 2021, resultando así un total de 118 semanas. A continuación, se presentan las tablas a utilizar para el análisis de contenido. Las plataformas para tomar en cuenta son: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube y el Sitio Web.

**Tabla 2. Periodo por tomar en cuenta para el análisis comparativo**

<b>PERIODO DE ANÁLISIS</b>		
<b>DÍAS</b>	<b>AÑO</b>	<b>MES</b>
Del 01 al 31	2019	Enero
	2020	
	2021	
Del 01 al 28	2019	Febrero
Del 01 al 29	2020	
Del 01 al 28	2021	
Del 01 al 31	2019	Marzo
	2020	
	2021	
Del 01 al 30	2019	Abril
	2020	
	2021	
Del 01 al 30	2019	Mayo
Del 01 al 31	2020	
	2021	
Del 01 al 30	2019	Junio
	2020	
	2021	
Del 01 al 31	2019	Julio
	2020	
	2021	
	2019	
	2020	

Del 01 al 31	2021	Agosto
Del 01 al 30	2019	Septiembre
	2020	
	2021	
Del 01 al 31	2019	Octubre
	2020	
	2021	
Del 01 al 30	2019	Noviembre
	2020	
	2021	
Del 01 al 31	2019	Diciembre
	2020	
	2021	

*Elaborado por: Gilda Bimboza.*

### **3.5 TÉCNICA E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

En el desarrollo de este trabajo investigativo se llevó a cabo la utilización de las siguientes técnicas e instrumentos:

#### **3.5.1. Análisis de contenido**

El análisis de contenido es una técnica de investigación que permite realizar la búsqueda minuciosa de información documentada acerca de un tema específico, es decir, que por medio de esta técnica se puede llegar a la interpretación de información en la que se conoce el desglose de este y se puede evidenciar el desarrollo de algún tema de investigación.

#### **3.5.2. Entrevista**

La entrevista se caracteriza por ser un instrumento de investigación que permite establecer una conversación en donde siempre va a existir un entrevistado y un entrevistador. La entrevista se lleva a cabo con la finalidad de conocer aspectos importantes sobre alguna temática en donde es importante que se obtenga datos de primera mano o fuente principal.

### 3.5.2.1 Guion de entrevista

La guía de entrevista se elaboró con la finalidad de contar con una base para llevar a cabo la respectiva entrevista con las autoridades del medio de comunicación Majestad TV y a su vez buscar la opinión de un experto en periodismo digital. A continuación, se presenta una tabla con recopilación de las entrevistas realizadas.

**Tabla 3. Tabla de Análisis de Entrevistados**

TABLA DE ANÁLISIS DE ENTREVISTADOS		
<b>Entrevistado:</b> Tecnol. Andrés Hurtado.		
<b>Cargo:</b> Asistente de Producción en Majestad Tv.		
PREGUNTAS	RESPUESTAS	INTERPRETACIÓN
<b>1.-</b> ¿Cuánto tiempo lleva el medio de comunicación manejando la información en plataformas digitales?	<b>1.-</b> Majestad Tv siempre se caracterizó por innovar en las tecnologías, específicamente nuestro primer pie en la tecnología de la web inició a partir del 2010-2011.	<b>1.-</b> Majestad Tv es un medio de comunicación que siempre ha hecho énfasis en probar nuevas cosas en cuanto a la tecnología.
<b>2.-</b> ¿Cómo surgió la idea de abrirse un espacio en las plataformas digitales sociales?	<b>2.-</b> Viendo la oportunidad que estas hacían el fácil acceso a la gente, a parte en nuestro medio también tenemos una apertura pública a través de la televisión, pero también veíamos que poco a poco iba tomando popularidad las redes sociales, por ende, queríamos también estar en conjunto con el desarrollo de estas y a partir también del desarrollo de las herramientas, cada una nos permitió llegar a más gente todavía, no solo de aquí de la ciudad, sino también del país, incluso de otros países.	<b>2.-</b> Al observar que las plataformas digitales iban tomando campo decidieron experimentar e ir probando las herramientas digitales.
<b>3.-</b> ¿Aquella idea de abrirse plataformas digitales sociales, fue a raíz de la pandemia?	<b>3.-</b> No, esencialmente nosotros veníamos ejecutando ya más presencia en redes sociales a partir del 2016, aunque nuestro fuerte siempre fue la página web con nuestra emisión de 24 horas, eso viene desde el 2013, aproximadamente.	<b>3.-</b> La idea de manejar plataformas digitales sociales la tuvieron desde antes de la pandemia, cuando decidieron empezar el uso del sitio web.
<b>4.-</b> La idea de manejar plataformas digitales sociales la tuvieron desde antes de la	<b>4.-</b> No, muchos de los competidores comenzaron a realizar ya al ver la importancia de las redes sociales o de la web a partir del 2017, donde ya comenzaron a potenciar ya sus plataformas,	<b>4.-</b> Al inicio del uso de plataformas digitales no veían competencia, sin embargo, en el transcurso del tiempo sus

<p>pandemia, cuando decidieron empezar el uso del sitio web.</p>	<p>nosotros lo que realizábamos en un momento es experimentación, probábamos herramienta por herramienta para ver cuál podría adaptarse hacia nuestros objetivos a realizarse.</p>	<p>competidores fueron lanzándose al campo digital también.</p>
<p><b>5.-</b> Hablando de competencia, ¿Qué medio considera que estaría en un punto de competencia con ustedes, siendo que son un medio de comunicación tradicional?</p>	<p><b>5.-</b> Si hablamos de la forma tradicional, nuestra competencia directa es Zaracay Tv, en la competencia digital tenemos una variación de temas, porque si comparamos nuestro medio que es un canal de televisión, hay blogs de redes sociales, que también tienen la misma cantidad de sintonía, pero por la facilidad de que llega a más gente.</p>	<p><b>5.-</b> Su competencia directa es Zaracay Tv, por el hecho de ser el único medio de comunicación tradicional televisivo en la ciudad.</p>
<p><b>6.-</b> ¿Cuáles son las diferencias que existe al momento de entregar la noticia de forma tradicional y de forma digital?</p>	<p><b>6.-</b> En la extensión del tiempo, ya que las redes sociales requieren inmediatez entonces, por ende, en la forma tradicional requieren un proceso de edición, elaboración y de emisión incluso. Aunque nuestra forma de comunicar es la noticia, pero el contexto completo de la noticia siempre se informa en las emisiones que se realiza al aire, debido a que nuestro producto principal es mostrarlo al aire.</p>	<p><b>6.-</b> Las diferencias que existen entre entregar una noticia de forma tradicional y de forma digital es que en esta última se requiere inmediatez por ser lo que más rápido consume la comunidad, mientras que en lo tradicional se establecen horarios de emisión.</p>
<p><b>7.-</b> ¿De qué manera considera usted que la información tiene mayor acogida? ¿Por qué?</p>	<p><b>7.-</b> La televisión no va a morir, siempre y cuando esta permanezca en el mismo sitio, lo mismo como la radio, estas tienen que evolucionar en conjunto con las herramientas que hoy en día está habiendo en redes sociales, porque es el enganche hacia nuestro medio tradicional, ya que la televisión hoy en día, todo mundo tiene televisión y acceso a internet, pero también hay lugares donde tienen acceso solo a la televisión y nuestra señal llega a estos puntos, entonces por ende no dejamos nuestra parte tradicional, que es tentador pasarnos a la parte 100% digital sí, pero nuestro fuerte sigue siendo todavía atractivo al público que no está adaptado todavía del todo a internet.</p>	<p><b>7.-</b> A pesar de que la era digital tiene gran acogida, los medios de comunicación tradicional nunca van a morir y siempre van a ser necesarios para la comunidad.</p>
<p><b>8.-</b> Al momento de publicar contenido en las plataformas digitales sociales</p>	<p><b>8.-</b> Utilizamos casi el 60% de las plataformas, porque también existe a parte de las herramientas de publicación, existen las herramientas de analítica, de posicionamiento, etc. Entonces,</p>	<p><b>8.-</b> No utilizan en un 100% las herramientas multimedia que ofrece cada plataforma ya que se enfocan más en el</p>

<p>¿Utilizan todas las herramientas multimedia con las que cuenta cada plataforma?</p>	<p>muchas de estas por la rapidez de la información nos enfocamos más en la herramienta de publicación, más que en la analítica.</p>	<p>hecho de publicar inmediatamente.</p>
<p><b>9.-</b> Sin embargo, ¿Considera que todas estas herramientas que acaba de mencionar son un complemento o prefiere dejarlas de lado?</p>	<p><b>9.-</b> Son un complemento, la diferencia es que hoy en día se está tomando la debida importancia justamente a esas áreas que en su tiempo no parecían tan elementales, las analíticas, que puede saber cómo funciona un tipo de información y como esta puede mejorar, para así poder mejorar el contenido en general.</p>	<p><b>9.-</b> Todas las herramientas que mencionó son un complemento, sin embargo, estas no son trabajas a la par.</p>
<p><b>10.-</b> Al momento de emitir información mediante el canal, se cumple con cierto requisito y es revisada por algunas secciones, para publicar información en las plataformas digitales, ¿Cumple con el mismo proceso?</p>	<p><b>10.-</b> Cumple para la optimización de los procedimientos con un proceso semejante, no es el mismo, pero semejante, la única diferencia es el idioma y la fecha de publicación porque obviamente para la emisión en vivo tiene que esperar su horario, en cambio con las redes sociales se toma un extracto de información para llamar a nuestro público que nos vean en la emisión y posterior a eso, se vuelve a publicar en plataformas digitales.</p>	<p><b>10.-</b> Para emitir información al aire en Tv y para emitir información en las plataformas digitales se sigue un proceso semejante entre ambas, pero no es el mismo.</p>
<p><b>11.-</b> ¿Cuál sería la finalidad de ustedes al utilizar las plataformas digitales?</p>	<p><b>11.-</b> Estamos ganando audiencia, la audiencia significa público, significa gente para publicidad, como todo medio tradicional o digital, la retención de público se traduce en ventas, en exposición para marcas, publicidad, y a partir de eso, es como puede ganar el medio. Entonces, la misma historia ocurre con las redes sociales, solamente que esta es abierta para un público estudiado, por ende, si te quedas más tiempo consumiendo la red social, es más atractivo publicar en publicidad y de eso se puede ganar.</p>	<p><b>11.-</b> La finalidad del medio de comunicación al utilizar las plataformas digitales es ganar audiencia porque aquello se convierte en público que en algún momento deseará publicidad y eso se convierte en ventas que beneficiarían al medio.</p>
<p><b>12.-</b> Anteriormente, hablando del periodo 2019 al 2021, hubo intentos de acoplar y emigrar de una plataforma digital a otra, ¿Por qué no fue un</p>	<p><b>12.-</b> Primero por el mercado, porque como te comentaba, desde el inicio Majestad se caracterizó por la experimentación, de cuál es la mejor herramienta, cual es la mejor forma de realización, entonces, por ejemplo en la plataforma de Twitter, mucha gente no la usa en nuestro medio hoy en día, es una herramienta solamente de ciertas áreas</p>	<p><b>12.-</b> En el periodo 2019-2021 hubo varios intentos de emigrar a algunas plataformas digitales, sin embargo, aquello fue difícil por el mercado, porque lo que realizaban era una</p>

trabajo consecutivo?	donde se la explota de mejor manera, entonces, siempre hemos estado buscando la forma de como captar la atención, pero a partir de eso viene las variantes, el tema de la pandemia fue el mayor de todos, que por obvias razones teníamos que centrar la información en dos lugares fuera de nuestra emisión tradicional, que era donde había más gente, Facebook e Instagram.	experimentación y la mayoría de las personas no estaban preparadas para aquello, pero a raíz de la pandemia Facebook e Instagram se convirtieron en su fuerte.
<b>13.-</b> ¿El tiempo de pandemia, prácticamente fue un beneficio para ustedes?	<b>13.-</b> En parte, porque fue también como una ventana a saber qué ocurría aquí en Santo Domingo, éramos uno de los medios que a pesar de los golpes que tuvimos con la pandemia, la información se la trato lo más neutra posible y lo más verídica, siempre citando fuentes y expertos en los temas. Teníamos un colaborador de Quito, el licenciado Fabricio Vela, que tenía actualizaciones nacionales e inmediatas, entonces con la información que contábamos publicábamos, teniendo en cuenta que Santo Domingo era la cuarta ciudad más grande del Ecuador en población, nosotros teníamos el ímpetu de informar a la gente que sucedía en la ciudad y en conjunto con otras provincias para dar a conocer al público.	<b>13.-</b> El periodo de pandemia en parte fue un beneficio para las plataformas digitales y el medio en sí, ya que fue una ventana a saber lo que ocurría en Santo Domingo y sus alrededores, también fue una oportunidad de enlazar relaciones con otros medios y periodistas.
<b>14.-</b> ¿Cómo miden la interacción que alcanzan en las plataformas digitales?	<b>14.-</b> Al momento la interacción se mide a través de la métrica de comentarios, o incluso a través de las personas que se conectan a nuestras emisiones, nosotros decidimos abrir nuestras emisiones hacia las redes sociales por facilidad, porque muchas personas hoy en día tienen sus teléfonos 24/7 en la mano, entonces a veces no ven televisión y necesitábamos replicar nuestra señal en las redes sociales o en la web.	<b>14.-</b> La interacción en las plataformas digitales las miden en comentarios y números de audiencia de personas que se unen a las emisiones en directo del noticiero.
<b>15.-</b> Al recibir restricciones en algunas plataformas digitales, ¿Han tomado alguna medida o cambio en el método de publicación?	<b>15.-</b> Si, de acuerdo también con la urgencia de las publicaciones lo que se ha tomado es el cambio del idioma, según las reglas que fijan las redes sociales y estas reglas han estado en constante cambio, por ende, a veces es un poco de problema, porque entre varios meses puede cambiar y publicaciones pasadas pueden chocar con estas normas.	<b>15.-</b> A raíz de algunas restricciones en las plataformas digitales han tomado como medidas cambiar el idioma de las publicaciones.
<b>16.-</b> En comparación a	<b>16.-</b> En cierto punto, no podemos tener claro el	<b>16.-</b> No se puede determinar

<p>publicaciones del año 2019-2021, a la actualidad, ¿Cómo considera que se puede reflejar las estadísticas de aceptación?</p>	<p>tema de la aceptación, ya que por las mismas reglas que las redes sociales nos han planteado y nos han eliminado ciertos privilegios, entonces por ende no podemos conocer, pero la permanencia del medio como un medio televisivo terrestre ya de hace años y que mucha gente conoce la marca, confía en nosotros, entonces siempre están buscando Majestad Tv, en comparación con la competencia, buscan acá la información que nosotros damos por el estilo que manejamos.</p>	<p>una aceptación de las plataformas digitales del medio en el periodo 2019-2021 a la actualidad debido a que siempre han tenido restricciones por una u otra cosa.</p>
<p><b>17.-</b> ¿Considera importante el uso de las plataformas digitales?</p>	<p><b>17.-</b> Son elementales, son herramientas no principales, pero si complementarias al trabajo que se puede hacer, ya que nuestro trabajo principal es nuestra emisión al aire y la segunda es nuestra emisión en la web.</p>	<p><b>17.-</b> El uso de las plataformas digitales son importantes por ser complementarias al trabajo que realiza Majestad Tv, pero siempre poniendo en primer lugar la emisión al aire, luego el sitio web y finalmente las plataformas digitales.</p>
<p><b>18.-</b> Para el surgimiento de las plataformas digitales, han intentado algunos proyectos que han quedado a medias, ¿A qué considera que se debe esta problemática?</p>	<p><b>18.-</b> A la adaptación del público al utilizar estas plataformas, por ejemplo, hay plataformas que no son muy utilizadas en nuestro medio, entonces se quedan de lado y lo que hacíamos era potenciar las redes que tenían mayor acogida.</p>	<p><b>18.-</b> Para el surgimiento de las plataformas hubo varios proyectos que quedaron sin éxito debido a que la adaptación del público a esos cambios no se daba.</p>
<p><b>19.-</b> Actualmente se encuentran trabajando en el contenido que publican en las plataformas digitales que son Facebook, Instagram y Twitter, ¿Cuál sería la finalidad de trabajar y mejorar el trabajo en estas plataformas digitales?</p>	<p><b>19.-</b> Que estas nos ayuden en nuestro objetivo que es la página web, que sean el enlace de información y aparte que todas estas noticias estén en las redes sociales colgadas para el acceso a muchas personas, ya no solamente de nuestra ciudad, si no al exterior y como marca crecer a nivel nacional.</p>	<p><b>19.-</b> La finalidad de trabajar actualmente en las plataformas digitales de Facebook, Twitter e Instagram es crecer como marca y que la información que ofrecen quede plasmada digitalmente.</p>
<p><b>Entrevistado:</b> Lic. Paúl Zea.</p> <p><b>Cargo:</b> Director de noticias en Majestad Tv.</p>		

PREGUNTAS	RESPUESTAS	INTERPRETACIÓN
<p><b>1.-</b> ¿Cómo surgió la idea de abrirse un espacio en las plataformas digitales?</p>	<p><b>1.-</b> Entiendo que el mundo cambió ya hace algunos años y ahora básicamente si las personas o un medio no está en internet no existe, ya que casi todo el mundo está dentro de la red, al no estar ingresada en ninguna red social es prácticamente estar retrasado, por eso es muy importante que un medio de comunicación esté presente en las plataformas digitales ya que su objetivo es comunicar lo que pasa dentro y fuera de la ciudad en donde el medio tenga su sede, por eso es actualmente muy importante, es una forma inmediata de informar a las personas que te siguen.</p>	<p><b>1.-</b> La idea de abrirse un espacio en las plataformas digitales se dio debido a que como medio de comunicación entendieron que el mundo va cambiando y hay que acoplarse a las novedades tecnológicas y nuevas formas de comunicar.</p>
<p><b>2.-</b> ¿Cuáles son las diferencias que existen al momento de entregar la noticia de forma tradicional y de forma digital?</p>	<p><b>2.-</b> Basándome en lo que te mencioné a breves rasgos, en lo tradicional pasa muchos filtros o tiene que ser un poco más estructurado o cumplir ciertas normas para que pueda salir al aire, en cuanto a la forma moderna funciona más con una sola imagen, no necesitas muchos comunicadores que no son como tal graduados, que saben comunicar por sus redes sociales, obviamente se corre el riesgo de que no tenga mucha veracidad ya que hemos visto muchos casos de fake news en donde muchas personas han caído y se han alarmado, entonces talvez esa es una de las desventajas de la nueva forma de comunicar aunque sea más inmediata que la tradicional, pero siempre creo que va a ver eso de que si no está en un medio de comunicación tradicional puede que no se crea tal anuncio en redes sociales.</p>	<p><b>2.-</b> Las diferencias que existen entre entregar información de forma tradicional y forma digital es que en la forma tradicional para la audiencia siempre va a tener más veracidad ya que pasa por ciertos parámetros antes de ser publicada, mientras que en la forma digital se corre el riesgo de que aparezcan noticias falsas o alteradas debido a que cualquier persona puede publicarlo.</p>
<p><b>3.-</b> ¿La creación de fake news es una problemática que se debe al periodista al momento de investigar o al hecho de que cualquier persona puede publicar lo que desea en las plataformas digitales?</p>	<p><b>3.-</b> En lo personal pienso que está bien que cualquier persona informe, desde su casa o del propio lugar de los hechos, aunque no tenga un título, pero corres el riesgo de que como espectador te lleves una mentira a tu casa, pienso que se debe a la falta de investigación del hecho como tal en las noticias, por eso hemos visto que incluso expresidentes han caído en las fake news.</p>	<p><b>3.-</b> La problemática de las noticias falsas es que algunas personas que emiten información no lo hacen con la responsabilidad correspondiente y se corre el riesgo de recibir información no acertada.</p>

<p><b>4.-</b> ¿De qué manera considera usted que la información tiene mayor acogida, por plataformas digitales o de manera tradicional? enfocándonos en este medio de comunicación.</p>	<p><b>4.-</b> Pienso que se puede complementar una de la otra, porque todo mundo tiene Facebook, Instagram, WhatsApp, Telegram, entonces, puedo estar más pegado a mi celular que a una televisión, puedo desde dentro de las redes sociales informarme, pero siempre tendré la necesidad de ir a la fuente o a un medio serio para constatar si la información es real. Las plataformas digitales pueden ser una buena herramienta para llevar gente hacia tu noticiero.</p>	<p><b>4.-</b> Considera que la información tiene acogida tanto de manera tradicional como digital, esto debido a que todo se puede complementar y desde un celular es más frecuente ingresar.</p>
<p><b>5.-</b> Al momento de emitir información mediante el canal, se cumple con ciertos requisitos, y es revisada por algunas secciones, para publicar información en las plataformas digitales, ¿Cumplen el mismo proceso o uno diferente?</p>	<p><b>5.-</b> Actualmente en Majestad ya se cuenta con un equipo de redes, en el cual las personas que se encuentran en redes buscan la noticia, la investigan, verifican que no sea una falsedad y crean la noticia, se la envían al diseñador, el diseñador se encarga de hacer una imagen o video en el que se explique una vez investigado todo y él se lo regresa a las periodistas que se encargan de subir a redes sociales, ya revisado ortografía, que tenga sentido lo que se escribe, que las imágenes estén bien escritas y sean las correctas, que se use un lenguaje correcto.</p>	<p><b>5.-</b> Actualmente en Majestad Tv se cumple con un proceso de publicación debido a que se ha implementado un equipo netamente de redes que se encargan de seguir ciertos parámetros para hacer pública la información.</p>
<p><b>6.-</b> Al recibir restricciones en algunas plataformas digitales, ¿Han tomado alguna medida o cambio en el método de publicación?</p>	<p><b>6.-</b> Si, entiendo que anteriormente existían otras cuentas de Majestad Tv en Instagram y Facebook, pero por el contenido que se usaba fueron suspendidas, pero ahora desde hace 2 años se creó la última y se ha estado subiendo de igual manera, entonces Facebook empezó a enviar advertencias de suspensión y se han tomado medidas de implementar este equipo dedicado a redes para que no se suba tal cual la información con palabras que incumplen las normas de la red social.</p>	<p><b>6.-</b> Debido a las restricciones que han tenido en las plataformas digitales si han tomado medidas para las publicaciones, esto a causa de que en un inicio Majestad Tv tenía otras cuentas que fueron eliminadas por ese motivo y ahora con las vigentes tratan de estar más pendientes.</p>
<p><b>7.-</b> Para el surgimiento de las plataformas digitales, han intentado algunos proyectos que han quedado a medias, ¿A qué considera que se debe esta problemática?</p>	<p><b>7.-</b> En esos tiempos no existía como tal un equipo de redes, por lo cual cualquier persona que integraba el canal podía subir a las redes sociales sin filtros e incumpliendo normas, entonces, eso hizo que las cuentas sean suspendidas.</p>	<p><b>7.-</b> Considera que las problemáticas que se han presentado en algunos proyectos para que surjan las plataformas han fallado porque no se contaba con un área específica de personal que se dedique a la</p>

		información de las plataformas digitales.
8.- ¿Considera importante el uso de la agenda setting? De ser así, ¿Podría comentarnos porque aquí no existe una?	8.- Básicamente al ser un medio regional, te tienes que basar en cosas que pasen del día al día de lo que pase en la ciudad o en alguna parroquia cercana, entonces hacer una planificación semanal, de lunes a viernes, a veces se complica mucho por las cosas que van sucediendo a diario. No es que no la considere importante, la cosa es que no podría trabajar con eso ahora, tocaría ver más adelante, además recordar también que cuento con 2 equipos, si existiera más equipos existiera la posibilidad de tener equipos destinados a ciertas cosas.	8.- Si considera necesario tener una planificación o una agenda setting, sin embargo, en Majestad Tv no es posible aplicar ese tipo de actividades porque es un medio regional en donde tienen que estar a la expectativa de lo que sucederá a diario y cuenta únicamente con 2 equipos de trabajo.
9.- ¿Considera importante tener una línea editorial?	9.- Si, porque básicamente vas haciendo algo que te va caracterizando con el público, ya vas a saber que Majestad se dedica a cubrir comunidad, sabes que Majestad va a ir a tu barrio a cubrir la nota y es importante porque te van a conocer por eso, pero no sé qué tan positivo sea a la larga porque después solo te van a enfrascar en eso.	9.- Se considera importante tener una línea editorial porque aquello hace que el público se vaya caracterizando, seccionando e identificando, sin embargo, a plazo largo no sabe si se consideraría factible ya que esto haría que el medio sea conocido por una sola cosa.

**Entrevistado:** Dr. José Rivera.

**Cargo:** Experto en Comunicación y Marketing Digital.

PREGUNTAS	RESPUESTAS	INTERPRETACIÓN
1.- ¿Considera usted que es importante que las plataformas digitales sean un complemento de los medios de comunicación tradicionales?	1.- Realmente lo que estamos viviendo en la actualidad es que las plataformas digitales ya no son más un complemento de los medios de comunicación tradicionales, las plataformas digitales son el medio de comunicación, es decir, antes la gente compraba el periódico, escuchaba la radio, veía también la televisión, pero ¿qué está pasando en la actualidad? toda la gente o la mayoría se ha volcado a los medios digitales para obtener la información, ¿Por qué voy a pagar \$0.50 ctvs, \$0.80 ctvs o \$1.00 dólar de un periódico que tengo a un clic de distancia, hay distintos públicos para ello y obviamente estos	1.- En la actualidad las plataformas digitales ya no son consideradas un complemento de los medios de comunicación, sino más bien son catalogadas como el medio de comunicación, esto se debe a que las personas prefieren obtener la información con mayor rapidez y sin mucho aporte.

	<p>públicos siguen prefiriendo los formatos impresos y extrañan mucho este tipo de medio de comunicación, pero claro, las dinámicas de medios digitales han rebasado cualquier expectativa y se han posicionado como el medio, es decir, ya no es el complemento, es el medio para la mayoría de público digital.</p>	
<p>2.- ¿Considerando que la virtualidad está arrasando en estos tiempos, ¿cuál sería el futuro de los medios de televisión según su perspectiva?</p>	<p>2.- Es lamentable que yo mismo tenga que decirlo, porque yo amo la televisión, siempre soñé estar en televisión y ahora el formato ha cambiado totalmente, el consumo de contenido inicialmente local en las nuevas generaciones ya no tiene el impacto que tenía antes, yo crecí viendo los noticieros de televisión, conectado a un horario en el cual se emitía los programas de televisión, pero en la actualidad los jóvenes ven cualquier serie o contenido en cualquier dispositivo a cualquier hora y obviamente ya no depende de una programación como estaba estructurada la televisión tradicional, lo mismo pasa con las generaciones antiguas, buscan ya no conectarse a la televisión tradicional, hay porcentaje de audiencia para la televisión, pero otra porción está buscando contenido en Facebook donde ya se emitió el noticiero y no necesitan físicamente estar aquí en el Ecuador para ver el informativo, ni tampoco atarse a la hora en que se emitía el informativo, si no en cuanto yo tenga tiempo veo las noticias, pero lo más fuerte, lo que más me deja a mí en lo personal un criterio con un sabor agridulce es la llegada de las plataformas de streaming, llegan las plataformas de streaming y la gente ahora paga una suscripción, tiene cualquier cantidad de catálogo de películas y contenido para verlo en cualquier lugar, dispositivo u horario, entonces, ya no hay esa magia de esperar probablemente esa misma película que siempre nos ponían. Así que cuál sería el futuro, realmente los canales de televisión yo creo que también van a tener que migrar hacia estas nuevas plataformas, habrá ya algunas que empiecen a alojar los contenidos de los canales locales y obviamente tú</p>	<p>2.- A medida que la tecnología va avanzando, se puede esperar que a futuro y a largo plazo los medios de comunicación tengan que migrar y adaptarse a las plataformas digitales, es decir, los medios de comunicación tradicionales no desaparecerían, pero si sufrirían cambios que harían que ya no sean considerados al cien por ciento como un medio de comunicación tradicional. Aquello en un futuro se prevé como algo positivo puesto que permitirá que los medios de comunicación exploren nuevas formas de emisión.</p>

	<p>puedes seguirlo a través de ello, como más o menos el modelo que tenía Tv Cable, en Tv Cable tu tenías también los canales locales e hiper locales y con ello ya podías acceder a través del mismo servicio a los canales con mayor nitidez, entonces, esta migración que van a sufrir los canales de tv yo lo avizoro como algo que puede ser positivo porque nos vamos a adaptar y va a aparecer muchas nuevas opciones y claro la transmisión a través del espectro radio eléctrico, el tema de la tv digital y terrestre tal y como la conocíamos aunque no tiene una muerte inminente, es decir, no te estoy diciendo de aquí a 5 años va a pasar esto, todo esto va a ser paulatino, pero va a llegar un momento en que van a desaparecer las transmisiones como tal y todo se irá migrando hacia la parte digital.</p>	
<p><b>3.-</b> Entonces doctor, al decir que la televisión debería de migrar, ¿esto quiere decir que dejaría de ser un medio tradicional, en que se transformaría?</p>	<p><b>3.-</b> En un medio híbrido digital en primera instancia, es decir, tiene su transmisión analógica que seguirá funcionando por mucho tiempo y luego también la transmisión digital a través de las plataformas que son las que están llegando y las que estamos viviendo, esto será paulatino, esta hibridación digital continuará por un tiempo, pero a la final y a la larga llegará la digitalización completa del medio, en cuanto a la transmisión a través de plataformas digitales para mí el medio tradicional tal y como lo conocíamos en los dispositivos televisivos de señal abierta, no así de internet o televisores conectados a internet realmente están destinadas a desaparecer.</p>	<p><b>3.-</b> Al hablar de que los medios televisivos tendrían que migrar a futuro se habla de futuros medios en formato híbrido digital, con aquello se entiende que tendrían un ingreso a la digitalización, pero en medio de dicha adaptación el medio de comunicación tradicional terminaría convirtiéndose en un medio digital, por lo tanto, lo tradicional como se conoce en la actualidad ya no existiría más.</p>
<p><b>4.-</b> ¿Cómo visualiza el manejo que le dan los medios de comunicación de TV a las plataformas digitales sociales?</p>	<p><b>4.-</b> Realmente lo que han hecho los medios tradicionalmente es que en el caso de la prensa se dedicó mucho más a adaptar sus contenidos, la televisión no, la televisión lo que sigue haciendo es que los mismos formatos que utilizó históricamente para sus transmisiones de contenido sigue estando en el mismo formato en que se creó para este medio tradicional y no adaptan sus contenidos para web, muy pocos medios con honrosas excepciones como</p>	<p><b>4.-</b> El manejo que le dan los medios de comunicación televisivos a las plataformas digitales deja mucho que desear, esto debido a que emiten el contenido con parámetros antiguos acoplados a la televisión, sin embargo, casos excepcionales como Teleamazonas y</p>

	<p>Teleamazonas que está haciendo formatos específicos para internet, Ecuavisa es otro que también está haciendo esto y están teniendo mucho éxito en sus plataformas digitales con microprogramas que emiten adaptados totalmente a estas nuevas dinámicas de consumo, más cortos, más dinámicos, más personalizados, mucho más cercanos a la gente, ya no hacen todo para cámaras honrosas que teníamos antes, si no a algo mucho más simple que llega al público al que quieren llegar y creo que eso es lo que estamos viviendo y viviremos por algún tiempo.</p>	<p>Ecuavisa que son medios grandes aplican arduo trabajo en sus plataformas para entregar contenido preciso para el espacio que ofrece internet en cada una de sus plataformas digitales.</p>
<p><b>5.-</b> Esta situación de que por ejemplo los medios de comunicación tengan que acoplarse y dar información en las plataformas digitales ¿no llevaría a que su economía tambalee? Porque en un principio se supone que donde ven su economía es en las transmisiones que hacen entonces, ¿cómo podríamos hablar en las plataformas digitales si no ven monetización?</p>	<p><b>5.-</b> Claro, hay está el gran reto que todos los medios de comunicación tienen por delante, no solo radio, prensa y televisión, incluso los digitales tienen una fuerte crisis respecto del tema de la sostenibilidad del medio, de cómo generar ingresos en la era digital en la que estamos acostumbrados a que todo es gratis y a través de que todo es gratis si no me da este medio me voy a otro medio, uno de ellos por ejemplo que ha puesto un muro de pago es Diario Expreso, en el cual si tú quieres acceder a más contenido tienes que pagar para poder revisar esa información, pero simple, si no me la dan ellos me voy a otro medio que me da gratuito y no pasa absolutamente nada, entonces, allí está el reto de generar recursos a través de la creatividad, a través del crowdfunding, en el cual yo apporto a los medios de comunicación porque quiero que se mantengan o por esta información hiper local que me da, por ejemplo, el medio del cual tú estás haciendo tu tesis que es de información local, para los grandes medios no es importante, pero para mí como sociedad pequeña si lo es y obviamente le apporto para que el medio se mantenga, esa podría ser una de las fórmulas, la otra sería la pared de pago que es más complicado, la otra opción sería contenido exclusivo, en el cual yo puedo a través de esta suscripción, que también puedo generar tal vez otro tipo de contenido mucho más local, mucho más importante, es decir, hay varias formas de las</p>	<p><b>5.-</b> La monetización en las plataformas digitales es un gran reto, no solo para los medios de comunicación tradicional, sino también para quienes ya se encuentran en este espacio, por lo que para poder alcanzar una monetización y mantenerla deberá no solo el dueño del medio si no también el respectivo departamento tener creatividad y buscar ideas que mantengan su audiencia y aloje aún más, entre las técnicas que se pueden aplicar para poder monetizar se encuentra un muro de pago o el crowdfunding, que aquello funcione va a depender también del apoyo que reciba el medio de parte de su comunidad.</p>

	<p>que podríamos generar nosotros contenido de la información y que obviamente más que la información podríamos generar los recursos para que se mantenga y creo que es super importante la creatividad de los dueños, de los medios o de los departamentos de comercialización para que ellos puedan generar esos recursos y seguir subsistiendo como medio de comunicación.</p>	
<p><b>6.-</b> ¿Qué sugerencias podría exponer para mejorar el contenido informativo en las plataformas?</p>	<p><b>6.-</b> Yo creo que uno va construyendo mucha credibilidad o hay credibilidad ya construida por parte de muchos medios de comunicación, explorar nuevos formatos no está nada mal, realmente tiene mucha pegada sobre todo en público nuevo, te pondría como ejemplo el Michimericio de Diario El Comercio que era el resumen de una noticia realizada para Instagram con mucha creatividad, con mucha sal, realmente se notaba un trabajo bueno, aunque a los públicos tradicionalistas nos dejaba con ganas de conocer más detalles, podrías implementar un link a través del perfil de la cuenta para poder ampliar la información, pero probablemente para las nuevas generaciones con saber que ha pasado así muy de refilón ya era más que suficiente, ese tipo de prácticas yo creería que sería bueno replicarlas, he visto otras prácticas en las que ha caído por ejemplo Ecuavisa para hablar de medios televisivos, en los cuales ellos utilizan mucho clic page, es decir, utilizan titulares escandalosos o llamativos a los que ingresas pero realmente te das cuenta que la información no fue así, para obviamente llamar la atención, conseguir más visitas a su sitio web, pero en cambio se están jugando la credibilidad, que eso en un medio de comunicación probablemente sea lo más valioso que pueda tener sobre todo un medio informativo, otro tipo de prácticas importantes es el tema de publicar toda la información que tienen en sus portales para que más gente pueda informarse, mantener a la audiencia con mucha actualización del contenido, mantener obviamente publicaciones permanentes porque eso les ayuda no solo a tener</p>	<p><b>6.-</b> Entre las sugerencias que aporta para la mejoría de contenido informativo en las plataformas es que se puede utilizar una publicación en la que se resume de manera rápida y creativa la noticia, agregándole un link que permita asistir a otra ventana donde se desglose mayor información, también se podría utilizar la técnica de clic page, que es el uso de titulares y descripciones pequeñas pero escandalosas que inquieten al público a visitar el sitio web, pero esta práctica no es muy recomendable porque sería jugar con la credibilidad que tiene el medio y una última técnica que se puede aplicar es la continuidad de publicaciones en las plataformas digitales, esta última permitirá que el contenido que publique se presente en el muro de los usuarios.</p>

	<p>visitas en la web si no a quienes navegamos en la web o hacemos únicamente scroll en la pantalla ya por lo menos leo el titular ya sé lo que está pasando y si deseo voy a la nota web, así que la periodicidad del contenido es super importante y eso hace que el medio tenga mayor impacto en su noticia, creo que esos podrían ser unos tres ejemplos que te puedo dar.</p>	
<p><b>7.-</b> Por ejemplo, como usted mismo dice el público de ahora ya no es como antes que necesitaba más información para saber lo que ha sucedido ¿Cómo podemos abarcar los dos modos de público en una publicación sin caer en lo que usted dice publicar cosas o palabras que lleven a perder la credibilidad? porque, por ejemplo, a veces la gente va al morbo y se meten por alguna palabra que les da curiosidad ¿Cómo debería ser la redacción como tal sin caer en cosas que vayan en contra de la ética?</p>	<p><b>7.-</b> A ver yo creo que es super importante en este caso definir los públicos objetivos para los cuales está diseñado el contenido que yo realizo y diferenciar muy bien cuales serían los canales a los que las personas acuden, en mi caso por ejemplo a veces me quedo muy contento con el tema de ver el titular en la red social y para muchos jóvenes es más que suficiente eso, pero hay veces en que ¡Uy! me llamó la atención el titular, es algo que me importa, hay aplica obviamente estas reglas con las cuales nosotros hacemos noticia, porque un hecho es noticia, es obviamente porque es cercano, porque es de interés público, porque también tiene afectación a la sociedad, si hay varios parámetros que se utilizan y claro hay si me voy a la plataforma entonces, al diferenciar los públicos y en la plataforma encontrar mucho más detallada la información, el contenido con la nota bien estructurada, con lectura escáner, con hipervínculos, con todo, es decir, ya tengo una presentación mucho más amplia del contenido versus la red social en donde también está bien poder encontrar un resumen, pero tampoco muy extenso porque hay algunos medios que hacen demasiado extenso realmente el resumen y obviamente no lo lees porque la plataforma o las redes no están hechas para eso sino más bien las plataformas de publicación de contenido y en la red encuentras algo resumido, entonces hay que convivir con estos dos tipos de público en los cuales los medios tienen que pensar al momento de diseñar sus contenidos para comunicacionales.</p>	<p><b>7.-</b> Para realizar una publicación hay que tener muy claro cuál es el tipo de público que se desea abarcar, es importante que en las redes sociales la información sea precisa y que no contenga mayor extensión ya que estas no son diseñadas para desglosar tanta información, pero se puede crear un vínculo que permita visitar un sitio web en donde se encuentre estructurada con toda la información necesaria aquella información, en este espacio hay que tomar en cuenta cada una de las herramientas multimedia que permitan generar una publicación que llegue a satisfacer al público seleccionado.</p>
<p><b>8.-</b> ¿Cree usted que es</p>	<p><b>8.-</b> Realmente eso no depende de si está en</p>	<p><b>8.-</b> Lo más adecuado en un</p>

<p>adecuado que la misma persona que maneja la información tradicional, sea la misma que maneje las plataformas digitales de un medio?</p>	<p>capacidad de hacerlo, probablemente si pueda hacerlo, pero para mí sí sería mucho mejor tener un equipo de redacción periodística que se dedique a estructurar e investigar la información y tener también un equipo que se encargue de adaptar ese contenido para las redes sociales, sería realmente lo ideal sería ¡Uf! a lo que tendríamos que llegar en todos los medios y sin embargo conociendo la parte económica de nuestro país y ser realistas les toca en muchos casos a las mismas personas que escriben las notas periodísticas también generar el contenido ya que ellos están empapados, conocen del tema, pero tal vez no sepan bien como titular para redes sociales, no sepan estructurar bien un post, entonces allí si vale la pena o bien capacitarlos o bien tener este otro equipo de respaldo que se encargaría de la creación de contenido para redes.</p>	<p>medio de comunicación sería que este cuente con su respectivo equipo de trabajo para las plataformas digitales, es mucho más recomendable debido a que al ser personas que se encuentran en esta área tendrían mayor capacidad de saber cómo estructurar una publicación que enganche a la audiencia, es así como este equipo encargado de las plataformas digitales iría de la mano con el equipo de redacción periodística, ya que este último se encargaría de investigar y estructurar mientras que el otro equipo se encargaría de resumir aquello para redes sociales.</p>
<p><b>9.-</b> ¿Considera pertinente que una sola persona se encargue del manejo de las plataformas digitales de un medio, o debería contar con algunas secciones?</p>	<p><b>9.-</b> Totalmente, es decir, debe haber también un editor para la parte de redes sociales porque este editor va a estar pendiente primero de que lo que está publicado en el medio de comunicación esté relacionado directamente al contenido con lo que se va a publicar y que no tergiversarse la información y obviamente debe haber un control de calidad para ver el tema de la línea gráfica que eso es muy importante, en la línea gráfica nosotros no podemos pararnos con otros colores si no mantener esa línea gráfica, mantener al mismo tiempo también la coherencia en cuanto al estilo de escritura que tiene el medio de comunicación y se vuelve indispensable realmente esta figura.</p>	<p><b>9.-</b> Es recomendable que para el manejo de las plataformas digitales exista una sección en la que se encuentren personas permanentes en esa área, aquello permite que se mantenga una sola línea de publicación, coordinación en la información y se evita que al existir otras personas interviniendo su línea gráfica no sea constante.</p>
<p><b>10.-</b> ¿Cuál es la importancia de tener a cargo de las plataformas digitales a un experto en periodismo digital?</p>	<p><b>10.-</b> Fundamental, no solamente de las redes sociales si no también de las plataformas digitales, esta misma persona va a estar en capacidad, debe apoyar a los periodistas que probablemente no conocen mucho respecto de escritura para web y todos los detalles que requiere una nota periodística en esa línea para apoyar mucho a toda la redacción y también va a ser el que guíe, que</p>	<p><b>10.-</b> Es importante que el manejo de las plataformas digitales sea llevado por un experto en periodismo digital porque al encontrarse empapado de cómo funciona el periodismo en el área digital va a saber cuál es la</p>

	<p>lleve la batuta en diseño de contenidos para redes sociales, así que se vuelve realmente importantísimo, es un cargo de mucha responsabilidad, de mucho trabajo, pero que al mismo tiempo tenga el conocimiento y el perfil para asumir este tipo de retos.</p>	<p>mejor forma de publicar la información y poder llegar al público objetivo.</p>
<p><b>11.-</b> ¿Tendría el mismo impacto la información a exponer en caso de que no se cuente con una persona preparada en periodismo digital?</p>	<p><b>11.-</b> Realmente si disminuiría el impacto, porque un buen titular para redes sociales va a arrastrar público para la página web, el tiempo de permanencia de la gente en la página web con una nota bien estructurada también incide en cuanto puedas tu vender o monetizar tu página, porque son parámetros que se utilizan para la comercialización de la publicidad en la web entonces, el impacto que genera una persona especializada en este tipo de temas va a ser fundamental para que puedan tener en este caso hasta ingresos económicos respecto de los contenidos que están generando, si pones por haya cualquier persona, medio sabe algo de redes, recién graduado, lo que sea, no va a tener la experticia como para poder tener estos titulares que enganchen y que obviamente generen este impacto positivo tanto en la economía del medio de comunicación cuanto en la credibilidad del medio, más aún también en la sostenibilidad del mismo.</p>	<p><b>11.-</b> La información que se publique en las plataformas digitales no tendría el mismo impacto si es realizado por una persona sin experiencia, al permitir que las plataformas sean manejadas por un experto en esta área se da paso a que se realice un trabajo mucho más elaborado y examinado, el experto sabrá cómo enganchar al público objetivo e inclusive mantener una página en monetización.</p>
<p><b>12.-</b> ¿Considera fundamental que un comunicador se mantenga en constante aprendizaje?</p>	<p><b>12.-</b> Eso es indudable, yo creo que hasta esa pasión no solo los comunicadores debemos tenerla, si no la sociedad en general, con todos los cambios que estamos viviendo realmente se vuelve indispensable que la gente se capacite, conozca más, pueda seguir creciendo profesionalmente, ampliar no solamente la especialización que tiene si no varias otras aristas, porque el mercado es súper competitivo y como el mercado es súper competitivo las personas que tengan mayores habilidades serán realmente las que estén priorizadas para ser seleccionadas para un trabajo o para empezar su propia empresa, realmente se vuelve indispensable y yo creo que no debemos dejar de aprender hasta cuando</p>	<p><b>12.-</b> Es importante que un comunicador se encuentre en constante aprendizaje, aquello aplica en cualquier área personal y laboral de las personas ya que el mercado es competitivo, la sociedad siempre va a tener necesidades y van a existir personas que tengan algo que aportar a la sociedad, aquello solo se puede conseguir mediante el aprendizaje continuo.</p>

	<p>morimos es decir, que las personas a veces somos muy cuestionados en este tema y que obviamente si nos gusta encontrar ese tiempo para seguir leyendo, para seguir formándonos y sobre todo para alimentar el alma y el espíritu, porque cuando tú te capacitas no solamente tienes crecimiento en lo intelectual si no también en lo emocional, si te llena eso y te sientes más valioso para la sociedad, más útil y claro puedes aportar mucho más y ayudar a más gente que eso es fundamental.</p>	
<p><b>13.-</b> Una curiosidad, ¿Tiene algo que ver las estrategias o métodos que realiza un canal si se trata de un medio nacional a un local?, por ejemplo, tengo entendido que siempre hay que cumplir con una organización o cronograma para la semana, pero en una entrevista con el encargado del medio que estoy analizando dijeron que no pueden por no ser un medio nacional.</p>	<p><b>13.-</b> Probablemente porque no saben o no hacen una planificación diaria de contenidos como los periodistas, yo trabajé también en un canal de provincia y realmente allí salías a ver que noticias encontrabas o algo tenías planificado, pero por ahí tenías también ya otras noticias, entonces si bien algo se planifica los medios nacionales pueden tener una agenda mucho más amplia porque ya saben en qué fechas están por ejemplo el tema de algún tipo de nombramiento, por ejemplo entrega de credenciales de presidencia, saben cuándo es ¿No es cierto? Pero acá no hay una agenda tan fuerte, la comunicación institucional en provincia si es un poquito deficiente y claro es más complicado tener una agenda entonces, por eso es que a veces los medios piensan que no pueden hacer ciertos tipos de contenido, pero además ellos deben priorizar el contenido local o interno versus el contenido nacional, yo no veo un noticiero en Santo Domingo o Riobamba para enterarme lo que ya me dijo el noticiero a nivel nacional, yo quiero saber que está pasando aquí en mi ciudad, quiero saber lo que está pasando aquí en mi provincia, eso es lo que me interesa, entonces, obviamente la planificación de ellos va a ir en función a la información que encuentran, no van a poder abarcar tanto ya que tienen muchas limitaciones los medios de provincia como para poder tener mucho más éxito en cuanto al manejo tanto de redes sociales como de información.</p>	<p><b>13.-</b> Es algo complejo que una estructura que cumple un medio de comunicación tradicional nacional sea ejecutada por un medio local, esto se debe a que no van a tener un mismo impacto debido a su área de cubrimiento en información, un medio nacional va a saber mucho más que uno local y este último deberá siempre priorizar la información de su zona porque es aquella a la que le da importancia su público objetivo.</p>

### 3.5.3 FICHA DE REVISIÓN DOCUMENTAL

La revisión documental es importante porque permite ampliar el conocimiento que se necesita para desarrollar nuevas investigaciones. Es así como la revisión documental da paso a que se pueda conocer nuevos pensamientos, descubrimientos y curiosidades en distintas ramas de la ciencia. Cabe destacar que la revisión documental además de permitir acoplar nueva información también es una base de confiabilidad para quienes a futuro deseen adquirir conocimiento de una investigación puesto que las fuentes se pueden evidenciar.

En esta oportunidad se elaboró la ficha de revisión documental con la finalidad de obtener un registro del contenido informativo que se presenta en las plataformas digitales que maneja Majestad TV que son Facebook, Instagram, Twitter, YouTube y el Sitio Web.

**Tabla 4. Ficha de Revisión**

PLATAFORMA	ENLACE DE PLATAFORMA	FECHA DE REVISIÓN	OBSERVACIONES
TWITTER	<a href="https://twitter.com/MajestadTV">https://twitter.com/MajestadTV</a>	Del 05 al 29 de abril del 2023	En la plataforma digital social de Twitter de Majestad Tv se pudo observar que la continuidad de información en dicha plataforma no existe, tiene momentos de continuo tratamiento informativo, pero así también tiene meses en los que no se aporta tratamiento informativo, existen publicaciones con falencias y además intentos de relacionar esta plataforma con otras para posterior ser visitadas por los usuarios.
INSTAGRAM	<a href="https://www.instagram.com/majestadtv.ec/">https://www.instagram.com/majestadtv.ec/</a>	02 de mayo del 2023	En la plataforma digital social de Instagram de Majestad Tv no se pudo analizar su contenido en el periodo 2019-2021 debido a que la pagina fue eliminada y la que manejan actualmente fue creada posterior a ese periodo, su primera publicación fue el 02 de febrero del 2022 sin embargo, se pudo observar que no tiene continuidad de tratamiento informativo.

<p><b>SITIO WEB</b></p>	<p><a href="https://majestadtv.ec/">https://majestadtv.ec/</a></p>	<p>02 de mayo del 2023</p>	<p>En la plataforma digital del Sitio Web de Majestad Tv actualmente no existe recopilación de información, su emisión consiste en un directo de 24/7 todos los días y se mantiene en una sola interfaz que está presentada con los colores representativos del medio de comunicación.</p>
<p><b>YOUTUBE</b></p>	<p><a href="https://www.youtube.com/@majestadtvec">https://www.youtube.com/@majestadtvec</a></p>	<p>Del 05 al 23 de mayo del 2023</p>	<p>En la plataforma digital de YouTube de Majestad Tv no existe tratamiento continuo de información y esta es escasa, por lo general se puede observar contenido de directos del noticiero o notas informativas y avances, existen meses en los que no hay información de nada, existen hipervínculos en la descripción para enlazar a otras plataformas del medio.</p>
<p><b>FACEBOOK</b></p>	<p><a href="https://www.facebook.com/majestadtvec">https://www.facebook.com/majestadtvec</a></p>	<p>Del 24 de mayo del 2023 al 18 de febrero del 2024.</p>	<p>En la plataforma digital social de Facebook de Majestad Tv se observa que existen fechas en las que hay aglomeración de información y otras en las que es escasa, existen hipervínculos en algunas publicaciones para direccionar a otras plataformas del medio y hay periodos en los que no hay continuidad de información, sin embargo, es la plataforma digital en la que más ha trabajado el medio de comunicación.</p>

*Elaborado por: Gilda Bimboza.*

## CAPÍTULO IV

### 4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Para el desarrollo del trabajo investigativo de análisis de las plataformas de Majestad Tv se tomó como base la teoría funcionalista, haciendo énfasis en la ideología de Laswell, quien tiene claro que los medios de comunicación tienen poder frente a una audiencia y aquello se puede evidenciar con facilidad, puesto que desde el origen de los medios de comunicación se ha podido observar que hay influencia en las personas por aquello que se transmite a través de los medios, también a lo largo de la historia cuando se emite información por un medio, ya sea este impreso, visual o auditivo tiende a tener mayor credibilidad, las personas se han acoplado a ver los medios de comunicación como una fuente confiable de información y con aquello, se puede comprobar que cuando Laswell menciona que los medios de comunicación tienen poder frente a una audiencia eso se puede evidenciar.

La teoría funcionalista tiene como base principal que la información emitida cumpla con una estructura para que sea aceptada como tal, aquello consiste en que la estructura de la información tiene que despejar las dudas en cuanto a las preguntas de: Quién, en donde entra en función el emisor; Dice qué, en donde tiene espacio el mensaje; Por qué canal, en donde se evidencia el medio tecnológico o forma de emisión; A quién, en donde entra en función el receptor o la audiencia y Con qué efectos, en donde existe una respuesta por parte de quien recibe el mensaje.

A pesar de que esta estructura fue presentada para medios de comunicación tradicional desde hace mucho, en la actualidad los medios de comunicación se han tenido que acoplar a los avances tecnológicos, es ahí donde entra en función la teoría estructuralista, con aquello se pasó de transmitir información de manera tradicional para hacerlo de forma digital, pero aquello no significa que la estructura presentada por Laswell ya no sea necesaria, simplemente el periodismo fue complementado ya que pasó de ser solo periodismo a ser periodismo digital, hablando ya de información en plataformas digitales.

Con ello, se puede verificar que la teoría funcionalista de Laswell sigue siendo una necesidad, puesto que a pesar de que ahora existe el periodismo digital, este no deja de necesitar una estructura para poder llegar a una audiencia.

En cuanto a la teoría estructuralista, esta cumple una función importante para el desarrollo del presente trabajo investigativo, esto se debe a que la principal función de la teoría estructuralista es el estudio de signos que agrupados conforman un mensaje que puede ser interpretado de diversas maneras, al encontrarse navegando por sitios de internet es posible observar en cada interfaz signos que entregan un mensaje, aquello va relacionado con la sociedad ya que es esta misma la que emite esta información, es así como la teoría

estructuralista al encontrarse estudiando los signos se acopla al estudio de una sociedad, porque todo va relacionado.

Con aquello se evidencia que la definición que le da César Giraldo en su trabajo investigativo denominado “Teorías de la Comunicación” 2008 la teoría estructuralista concuerda con lo investigado en el presente trabajo, ya que al encontrarse analizando las plataformas digitales estas presentaban signos que agrupados entregaban un mensaje dirigido a una audiencia, por lo tanto, la teoría estructuralista se encarga del estudio de un complejo sistema de comunicación.

Como resultado del análisis de la información plasmada por parte del medio de comunicación tradicional Majestad Tv en sus plataformas digitales sociales se pudo observar que estas tienen constantes intentos de continuidad en sus publicaciones, Majestad Tv se ha caracterizado por ser un medio local que se encuentra en la pauta de experimentar cosas novedosas en el ámbito de las plataformas digitales, sin embargo, al ser un medio de comunicación local no cuenta con un respectivo equipo de manejo de plataformas que permita entregar un mejor trabajo en las redes sociales y en su sitio web, cabe recalcar que también es importante que quienes estén a cargo de las plataformas cuenten con experiencia y capacitación en dicho ámbito.

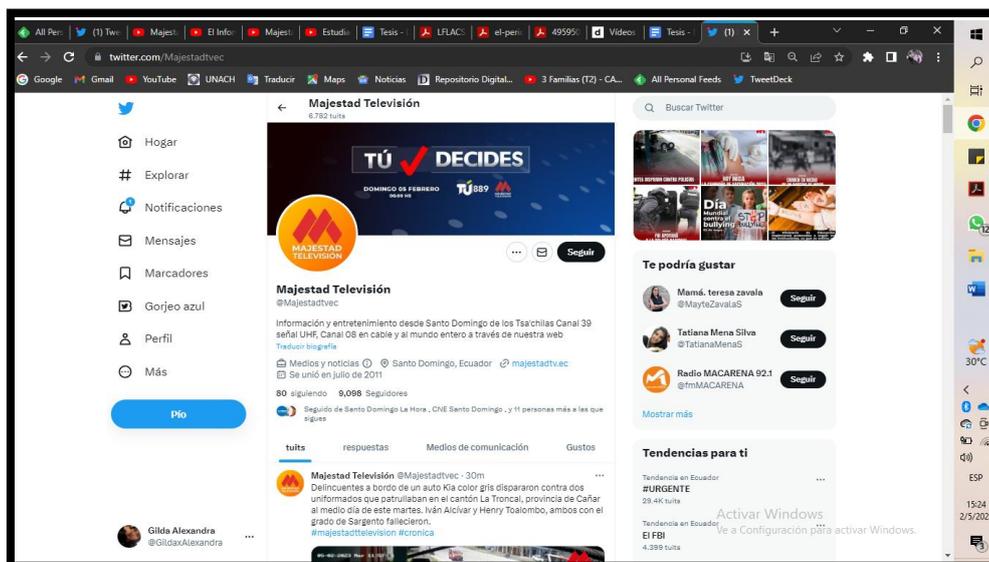
A lo largo del periodo de análisis del 2019 al 2021 en las plataformas de Twitter, Sitio Web, Instagram, YouTube y Facebook se evidenció que carece del uso y conocimiento de las herramientas multimedia que contiene cada plataforma, pero cabe mencionar que el impacto de sus publicaciones varían, es decir que existen publicaciones que no han tenido acogida pero otras de temas sociales importantes ha tenido la atención de su público objetivo, Majestad Tv durante el tiempo de pandemia fue un medio local que se mantenía pendiente en entregar información a su público, actualizada y de manera eficaz, se podría decir que aquello fue el tiempo en donde el medio de comunicación tuvo la oportunidad de abarcar gran cantidad de audiencia.

En la actualidad el medio de comunicación tiene mayor audiencia en la plataforma digital de YouTube, en donde tiene 8.55K de suscriptores, luego está Facebook con 95mil seguidores, después se encuentra Twitter con 9.203 seguidores, le sigue Instagram con 3.343 seguidores y finalmente se encuentra el sitio web en donde no consta el total de su audiencia. Dentro de todas estas plataformas el sitio web se encuentra emitiendo contenido en directo, a la que le dan mayor continuidad en sus publicaciones es Facebook, luego se encuentra Instagram, Twitter y YouTube, en ese orden estas últimas tres se encuentran abandonadas, una más que otra.

En el siguiente trabajo de investigación denominado “Análisis del uso de plataformas digitales sociales en Majestad Televisión de la ciudad de Santo Domingo durante el periodo 2019-2021”, se obtuvo los siguientes datos que se presenta a continuación en matrices, según la plataforma digital:

## ANÁLISIS DE LA PLATAFORMA DIGITAL TWITTER

En la red socio digital de Twitter, Majestad Televisión abrió su perfil en Julio de 2011, su primera publicación fue el 22 de junio de 2020. Su descripción se muestra como medio y noticias de la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas. Su interfaz principal se presenta de la siguiente manera:



*Ilustración 2. Interfaz de la Red Socio Digital Twitter de Majestad Tv*

Como se puede observar, su foto de perfil es el logo del canal y como portada se encuentra el logo de una alianza con radio Tú 88.9. Además, cuenta con su correspondiente descripción como medio tradicional y un hipervínculo del sitio web. Para la fecha de revisión de su contenido, esto es el 05 de abril del 2023 contaba con 9,098 seguidores, según los datos obtenidos de <https://twitter.com/Majestadtvec>

**Tabla 5. Análisis General de la Red Socio Digital de Twitter**

ANÁLISIS GENERAL DE LA RED SOCIO DIGITAL DE TWITTER							
DEL 01 DE ENERO DEL 2019 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2021							
FECHA DE REVISIÓN	MES	NÚMERO DE DÍAS CON PUBLICACIONES	NÚMERO DE DÍAS SIN PUBLICACIONES	NÚMERO DE PUBLICACIONES	HERRAMIENTAS MULTIMEDIA EMPLEADAS		OBSERVACIONES
Del 05 al 29 de abril de 2023	<b>NOTA:</b> El contenido en la red socio digital de Twitter que cubre del 01 de enero del 2019 hasta el 31 de mayo del 2020 no pudo ser analizado porque para ese tiempo el medio de comunicación todavía no realizaba ninguna publicación a pesar de tener su página creada desde el 2011.						
	Junio 2020	08	22	71	SI	X	Se inició con publicaciones de notas informativas y el estado de vías a Santo Domingo con el uso de hashtags.
					NO		
	Julio 2020	27	04	225	SI	X	Contenido de avance tanto en audio como en video sobre las próximas emisiones y entrevistas.
					NO		
	Agosto 2020	16	15	86	SI	X	Las notas informativas giran en torno a noticias locales y a lugares cercanos a Santo Domingo.
					NO		
	Septiembre 2020	16	14	24	SI	X	Se mantiene constantemente las actualizaciones sobre cifras de casos por covid-19.
					NO		
	Octubre 2020	15	16	30	SI	X	El contenido empieza a ser acompañado por hashtags #EnDesarrollo y #Santo
					NO		

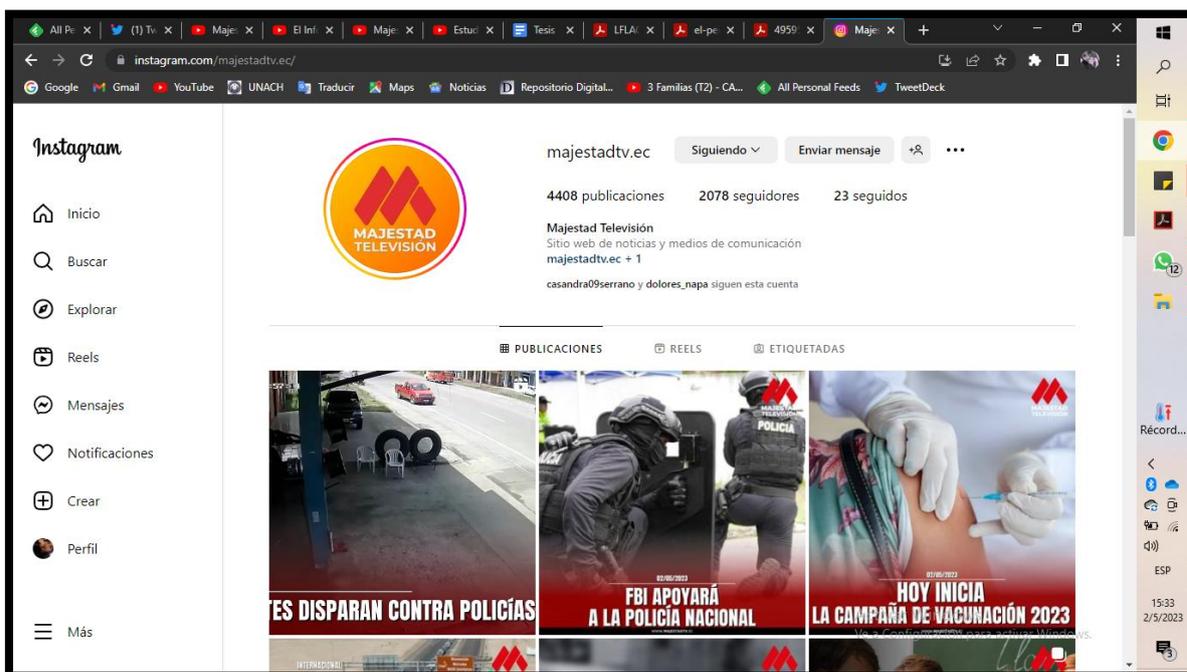
							Domingo en su descripción.
Noviembre 2020	13	17	26	SI	X		Existen publicaciones que carecen de hashtags.
				NO			
Diciembre 2020	06	25	08	SI	X		Durante el año 2020 es el mes con menos días de publicaciones.
				NO			
Enero 2021	22	09	80	SI	X		Se empieza a utilizar la etiqueta #Atención, existe contenido sin hashtags y estos varían entre mayúsculas y minúsculas.
				NO			
Febrero 2021	21	07	52	SI	X		Publicación de contenido sin descripción.
				NO			
Marzo 2021	13	18	20	SI	X		Existe contenido repetitivo.
				NO			
Abril 2021	12	18	31	SI	X		Abarca notas informativas relacionadas con casos de covid-19, estadísticas de fallecimiento y ayuda social.
				NO			
Mayo 2021	09	22	12	SI	X		El contenido se presenta en su mayoría con fotografías.
				NO			
Junio 2021	06	24	10	SI	X		Sus publicaciones se basan en imágenes que presenta avances de los entrevistados que tendrá el medio de comunicación por señal.
				NO			
<b>NOTA:</b> El medio de comunicación Majestad Tv no presenta contenido publicado desde el 01 de julio hasta el 30 de septiembre del 2021.							
Octubre 2021	01	30	01	SI	X		Durante el año 2021 es el mes con menos publicaciones, siendo así que presenta una publicación que cuenta con una descripción de tres líneas.
				NO			

	Noviembre 2021	No presenta contenido.					
	Diciembre 2021	07	24	13	SI	X	Presenta contenido a base de fotografías y publicaciones que contienen solo una descripción.
					NO		

**Fuente:** Elaborado por Gilda Bimboza.

## ANÁLISIS DE LA PLATAFORMA DIGITAL INSTAGRAM

En la red socio digital de Instagram el canal televisivo se unió en enero de 2022 y su primera publicación fue el 02 de febrero de 2022. Su descripción se muestra como sitio web de noticias y medio de comunicación. La interfaz se presenta a continuación:



*Ilustración 3. Interfaz de la Red Socio Digital de Instagram de Majestad Tv*

Se observa que el perfil es el logo del canal, a la fecha de su revisión contaba con 4,400 publicaciones y 2,071 seguidores, hacen uso de reels y tiene etiquetados. Tiene un enlace que al dar clic muestra dos hipervínculos, el primero se denomina “En vivo 24/7” y dirige al sitio web en directo, el segundo se denomina “Escribe aquí tus denuncias” y dirige al WhatsApp del canal, en donde se reciben las denuncias ciudadanas.

En esta ocasión, la plataforma digital social Instagram no pudo ser evaluada en el periodo 2019 – 2021, esto debido a que anteriormente contaba con otra cuenta que fue eliminada, por lo que solamente se pudo analizar su interfaz y datos generales de la cuenta, según la plataforma digital <https://www.instagram.com/majestadtv.ec/>

## ANÁLISIS DE LA PLATAFORMA DIGITAL SITIO WEB

El sitio web de Majestad TV se encuentra con una sola pestaña en donde se muestra el contenido en directo las 24 horas del día, su interfaz tiene como fondo el color naranja, principalmente se encuentra el logo del canal y se encuentra una pantalla de la programación. A la fecha de revisión se visualizó de la siguiente manera:



*Ilustración 4. Interfaz de la Plataforma Digital Sitio Web de Majestad Tv*

La plataforma digital sitio web de Majestad Tv tampoco pudo ser analizada por medio de matrices, esto debido a que dicha plataforma no genera contenido que quede estático para ser revisado después, sino más bien presenta una ventana en donde se visualiza la programación que emiten por señal abierta las 24 horas del día, los 7 días de la semana es decir, su contenido es en directo y no existe archivo de ningún tipo de programación según el sitio web <https://majestadtv.ec/>

## **ANÁLISIS DE LA PLATAFORMA DIGITAL YOUTUBE**

En la plataforma digital de YouTube el medio de comunicación tuvo su espacio el 19 de agosto de 2013 y dentro del periodo a analizar su primera publicación fue el 03 de enero de 2019. Su interfaz se presenta a continuación:



*Ilustración 5. Interfaz de la Plataforma Digital YouTube de Majestad Tv*

Se visualiza que tiene como perfil el logo del canal y como banel el logo de una alianza con radio Tú 88.9 según el sitio <https://www.youtube.com/@majestadtvec>

A la fecha de revisión contaba con 920,818 vistas, con 4K de videos y con 8.32 K de suscriptores. Dentro de la descripción se muestra como medio de comunicación, canal de emisión e hipervínculo del sitio web acompañado de su refrán. En los detalles cuenta con 5 enlaces que son de: Señal en vivo, Twitter, LinkedIn, Facebook e Instagram, este último no funciona debido a que en aquel tiempo existía otra cuenta.

La interfaz cuenta con 7 secciones que son: Noticias (El Informativo); A primera hora (En directo); El Informativo (Segunda Emisión) en directo; El Informativo (Emisión Estelar) en directo; Buenos Días SD y finalmente El Informativo (Emisión Especial) en directo.

**Tabla 6. Análisis General de la Plataforma Digital YouTube**

ANÁLISIS GENERAL DE LA RED SOCIO DIGITAL DE YOUTUBE							
DEL 01 DE ENERO DEL 2019 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2021							
FECHA DE REVISIÓN	MES	NÚMERO DE DÍAS CON PUBLICACIONES	NÚMERO DE DÍAS SIN PUBLICACIONES	NÚMERO DE PUBLICACIONES	HERRAMIENTAS MULTIMEDIA EMPLEADAS		OBSERVACIONES
Del 05 al 23 de mayo de 2023.	Enero 2019	16	15	43	SI	X	Sus primeras publicaciones eran de temas de problemáticas sociales y abarcaban el tema mínimo ocho minutos, tipo minidocumental.
					NO		
	Febrero 2019	19	09	107	SI	X	Las notas informativas en algunas ocasiones no contaban con hashtags y descripción.
					NO		
	Marzo 2019	18	16	76	SI	X	La etiqueta más utilizada fue #NOTICIAS y es el mes que obtiene en una nota informativa 9,094 vistas, siendo la
					NO		

							nota informativa de mayor alcance durante el 2019.
Abril 2019	17	13	99	SI	X		Todo el contenido que se presenta cuenta con hipervínculos en su descripción.
				NO			
Mayo 2019	No presenta contenido.						
Junio 2019	01	29	01	SI	X		Solo existe una publicación, carece de notas informativas.
				NO			
Julio 2019	01	30	02	SI	X		Cuenta con la publicación de dos contenidos, ninguna de estas son notas informativas.
				NO			
Agosto 2019	05	26	08	SI	X		Se presenta contenido de entretenimiento.
				NO			
Septiembre 2019	01	29	01	SI	X		Contiene una publicación de una entrevista aproximadamente de media hora con 6,672 vistas al tratarse de temas políticos del Ecuador.
				NO			

Octubre 2019	14	17	23	SI	X	Primera emisión en directo del noticiero “El Informativo”.
				NO		
Noviembre 2019	17	13	36	SI	X	La mayoría del contenido son transmisiones en directo del noticiero.
				NO		
Diciembre 2019	10	21	24	SI	X	Se mantiene el uso del hashtag #MajestadTv en todas las publicaciones.
				NO		
Enero 2020	06	25	06	SI	X	Existe solo contenido de transmisiones en directo de “El Informativo”.
				NO		
Febrero 2020	03	26	04	SI	X	Las descripciones presentan hipervínculos en todas sus publicaciones.
				NO		
Marzo 2020	13	18	36	SI	X	Se mantiene la promoción de dirigir al sitio web mediante hipervínculo en las descripciones del contenido publicado.
				NO		
Abril 2020	12	18	61	SI	X	Se empieza a utilizar los hashtags #Noticias
				NO		

							y #MajestadTv en las notas informativas.
Mayo 2020	20	11	111	SI	X		Actualización constante acerca de la situación en la ciudad y el país sobre casos de covid-19.
				NO			
Junio 2020	26.04	04	148	SI	X		Las notas informativas no van acompañadas de etiquetas.
				NO			
Julio 2020	28	03	167	SI	X		La mayoría de las notas informativas abarcan temas de covid-19.
				NO			
Agosto 2020	05	26	17	SI	X		Presenta contenido variado entre entretenimiento, notas informativas y entrevistas.
				NO			
Septiembre 2020	01	29	05	SI	X		Notas informativas sin el uso de hashtags.
				NO			
Octubre 2020	01	30	01	SI	X		Un solo contenido de rendición de cuentas del medio de comunicación.
				NO			
<b>NOTA:</b> El medio de comunicación Majestad Tv no presenta contenido desde el 01 de noviembre del 2020 hasta el 31 de enero							

del 2021.						
Febrero 2021	01	27	02	SI	X	Notas informativas que abarcan de dos a tres minutos.
				NO		
<b>NOTA:</b> No se presenta contenido desde el 01 de marzo hasta el 30 de junio del 2021.						
Julio 2021	01	30	01	SI	X	Rendición de cuentas de Majestad Tv año 2020.
				NO		
<b>NOTA:</b> No existe contenido publicado desde el 01 de agosto hasta el 30 de noviembre del 2021.						
Diciembre 2021	01	30	01	SI	X	Video promocional de Majestad Tv por las fiestas navideñas.
				NO		

**Fuente:** Elaborado por Gilda Bimboza.

## ANÁLISIS DE LA RED SOCIO DIGITAL FACEBOOK

En la red socio digital de Facebook, el canal de televisión creó su perfil el 28 de febrero de 2020, realizando su primera publicación el mismo día. Su descripción se cataloga como página de comunicación/noticias. Su interfaz se presenta de la siguiente forma:



*Ilustración 6. Interfaz de la Red Socio Digital Facebook de Majestad Tv*

Se refleja que el perfil es el logo del canal y en su portada se muestra las 3 principales programaciones que maneja el medio de comunicación. Actualmente cuenta con 94 mil seguidores, según el sitio <https://www.facebook.com/majestadtvec>

Dentro de los detalles se encuentra su descripción, la dirección del canal, número celular, correo electrónico y enlaces de las plataformas digitales que maneja que son: Instagram, YouTube, WhatsApp, Twitter, Sitio Web y TikTok, esta última está eliminada.

**Tabla 7. Análisis General de la Red Socio Digital de Facebook**

ANÁLISIS GENERAL DE LA RED SOCIO DIGITAL DE FACEBOOK							
DEL 01 DE ENERO DEL 2019 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2021							
FECHA DE REVISIÓN	MES	NÚMERO DE DÍAS CON PUBLICACIONES	NÚMERO DE DÍAS SIN PUBLICACIONES	NÚMERO DE PUBLICACIONES	HERRAMIENTAS MULTIMEDIA EMPLEADAS		OBSERVACIONES
Del 24 de mayo del 2023 al 18 de febrero del 2024.	<b>NOTA:</b> Majestad Tv no presenta ninguna publicación en el periodo del 01 de enero del 2019 hasta el 31 de enero del 2020 en su página de Facebook.						
	Febrero 2020	01	30	04	SI	X	Su primera publicación es un promocional para receptor denuncias ciudadanas.
					NO		
	Marzo 2020	26	05	216	SI	X	Publicación de notas informativas y transmisiones en directo del noticiero.
					NO		
	Abril 2020	28	03	179	SI	X	Infografías sobre actualizaciones de situación covid-19 en la ciudad y el país.
					NO		
	Mayo 2020	25	06	245	SI	X	Inicio de publicaciones que direccionen con
					NO		

							enlaces a ver la nota completa en el sitio web del medio de comunicación.
Junio 2020	26	04	293	SI	X		En la redacción se presenta siglas entre paréntesis al final que no tienen relación al tema informativo.
				NO			
Julio 2020	28	03	286	SI	X		Se cataloga el contenido con hashtags de acuerdo con su tema, por ejemplo #NOTICIAS, #ENTREVISTA, #EnVivo.
				NO			
Agosto 2020	28	03	287	SI	X		Se encuentra contenido publicado dos veces, es decir, repetitivo.
				NO			
Septiembre 2020	27	03	250	SI	X		Los usuarios reaccionan de acuerdo con el tema de la nota informativa, en su mayoría son likes.
				NO			
Octubre 2020	28	03	257	SI	X		Se encuentran textos redactados que no
				NO			

							contienen imagen o video y direccionan a un enlace no encontrado.
Noviembre 2020	29	01	398	SI	X		Algunas transmisiones en directo no cuentan con descripción previa.
				NO			
Diciembre 2020	25	06	398	SI	X		Los usuarios se mantienen reaccionando y compartiendo el contenido del medio de comunicación.
				NO			
Enero 2021	30	01	301	SI	X		Los usuarios empiezan a interactuar más en los comentarios.
				NO			
Febrero 2021	23	05	166	SI	X		La mayoría del contenido que presenta son transmisiones en directo del noticiero y avances de entrevistados.
				NO			
Marzo	26	05	119	SI	X		Se comparte

	2021				NO		contenido publicado en “El Informativo”, página en donde publicaba noticias el medio de comunicación.
	Abril 2021	27	03	154	SI	X	Se empieza a promocionar e incentivar a que los usuarios se dirijan a ver el contenido en “El Informativo”, página del medio televisivo.
					NO		
	Mayo 2021	28	03	147	SI	X	Existe contenido con faltas de ortografía en su redacción.
					NO		
	Junio 2021	23	07	190	SI	X	La mayoría de su contenido se presenta en audio y video.
					NO		
	Julio 2021	25	06	131	SI	X	La mayoría del contenido publicado no cuenta con hashtags y menciones.
					NO		
	Agosto 2021	23	08	145	SI	X	Existe la presencia de contenido incompleto, con redacción, pero
					NO		

							sin una imagen o video que ayude a entender la información.
Septiembre 2021	23	07	147	SI	X		Retoman el uso de hashtags y menciones en sus publicaciones.
				NO			
Octubre 2021	28	03	164	SI	X		Se encuentra publicaciones innecesarias, es decir que no van de acuerdo con lo que realizan como medio de comunicación.
				NO			
Noviembre 2021	21	09	123	SI	X		Se mantiene el uso de emoticones en la redacción de sus publicaciones.
				NO			
Diciembre 2021	25	06	280	SI	X		El contenido que se presenta en imágenes carece de mantener una línea gráfica que permita identificar que el contenido es del medio de comunicación.
				NO			

**Fuente:** Elaborado por Gilda Bimboza.

**Tabla 8. Entrevistas**

<b>IDEAS PRINCIPALES DE ENTREVISTAS</b>		
<b>Entrevista # 1</b>	<b>Entrevista # 2</b>	<b>Entrevista # 3</b>
Majestad Tv siempre se caracterizó por innovar en las tecnologías	Es muy importante que un medio de comunicación esté presente en las plataformas digitales, ya que su objetivo es comunicar lo que pasa dentro y fuera de la ciudad en donde el medio tenga su sede.	Las dinámicas de medios digitales han rebasado cualquier expectativa y se han posicionado como el medio, es decir, ya no es el complemento, es el medio para la mayoría de público digital.
Veíamos que poco a poco iba tomando popularidad las redes sociales, por ende, queríamos estar en conjunto con el desarrollo de estas, cada una nos permitió llegar a más gente, no solo de aquí, sino también del país e incluso de otros países.	En lo tradicional la información pasa muchos filtros para que pueda salir al aire, en cuanto a la forma moderna funciona más con una sola imagen, no necesitas muchos comunicadores.	El medio tradicional tal y como lo conocíamos en los dispositivos televisivos de señal abierta, no así de internet o televisores conectados a internet realmente están destinadas a desaparecer.
Lo que realizábamos en un momento es experimentación, probábamos herramienta por herramienta para ver cuál podría adaptarse hacia nuestros objetivos a realizarse.	Actualmente en Majestad ya se cuenta con un equipo de redes, en el cual las personas que se encuentran en redes buscan la noticia, la investigan, verifican que no sea una falsedad y crean la noticia	Los medios tradicionalmente siguen haciendo los mismos formatos que utilizó históricamente para sus transmisiones de contenido y no adaptan sus contenidos para web, muy pocos medios con honrosas excepciones como Teleamazonas están haciendo formatos específicos para internet.
La televisión no va a morir, siempre y cuando esta permanezca en el mismo sitio, tiene que	Las plataformas digitales pueden ser una buena herramienta para llevar gente	Es super importante definir los públicos objetivos para los cuales está diseñado el contenido que yo realizo y diferenciar muy bien cuales serían los canales a los

evolucionar en conjunto con las redes sociales	hacia tu noticiero.	que las personas acuden.
Utilizamos casi el 60% de las plataformas, las herramientas digitales con un complemento.	Se ha tomado medidas de implementar este equipo dedicado a redes para que no se incumpla las normas de la red social.	Debe haber tambien un editor para la parte de redes sociales porque este editor va a estar pendiente primero de que lo que esta publicado en el medio de comunicación esté relacionado directamente al contenido con lo que se va a publicar y que no tergiverse la información y obviamente debe haber un control de calidad para ver el tema de la línea gráfica que eso es muy importante.
Con el uso de las plataformas digitales estamos ganando audiencia, eso se traduce en exposición de marcas y publicidad.	Al ser un medio regional, te tienes que basar en cosas que pasen del día al día de lo que pase en la ciudad o en alguna parroquia cercana.	Sería mucho mejor tener un equipo de redacción periodística que se dedique a estructurar e investigar la información y tener tambien un equipo que se encargue de adaptar ese contenido para las redes sociales.
La pandemia ayudó al surgimiento de nuestras plataformas en parte, porque fue tambien como una ventana a saber qué ocurría aquí en Santo Domingo, éramos uno de los medios que a pesar de los golpes que tuvimos con la pandemia, la información se la trato lo más neutra posible y lo más verídica.	Básicamente vas haciendo algo que te va caracterizando con el público, ya vas a saber que Majestad se dedica a cubrir cierta información, sabes que Majestad va a ir a cubrir la nota, y es importante.	Un experto en periodismo digital es fundamental porque es la persona va a estar en capacidad, debe apoyar a los periodistas respecto a la escritura para web y todos los detalles que requiere una nota periodística y tambien va a ser el que guie, el que lleve la batuta en diseño de contenidos para redes sociales.
La interacción se mide a través de la métrica de comentarios, o incluso a	Cualquier persona que integraba el canal podía subir a las redes sociales sin filtros e	Es fundamental que un comunicador se encuentre en constante aprendizaje,

<p>través de las personas que se conectan a nuestras emisiones.</p>	<p>incumpliendo normas, entonces, eso hizo que las cuentas sean suspendidas.</p>	<p>conozca más, pueda seguir creciendo profesionalmente, ampliar no solamente la especialización que tiene si no varias otras aristas, porque el mercado es súper competitivo y las personas que tengan mayores habilidades serán las que estén priorizadas para ser seleccionadas para un trabajo o para empezar su propia empresa.</p>
<p>El uso de plataformas digitales es elemental, complementa el trabajo que se puede hacer, ya que nuestro trabajo principal es nuestra emisión al aire, y la segunda es nuestra emisión en la web.</p>	<p>Se puede complementar las plataformas digitales con un medio de comunicación televisivo, porque todo mundo tiene Facebook, Instagram, WhatsApp, Telegram, entonces, puedo desde dentro de las redes sociales informarme.</p>	<p>Probablemente un medio de provincia o local no pueda cumplir las expectativas de un medio nacional porque no van a poder abarcar tanto ya que tienen muchas limitaciones como para poder tener mucho más éxito en cuanto al manejo tanto de redes sociales como de información.</p>

*Elaborado por: Gilda Bimboza.*

El medio de comunicación Majestad Tv cuenta con un tecnólogo en producción audiovisual y un director de noticias, quienes supieron mencionar distintos puntos de vista que no estarían tan alejados el uno del otro. Es así como por su lado el Tecnol. Andrés Hurtado menciona que Majestad Tv siempre se ha caracterizado por ser un medio que se acopla a la experimentación de nuevas alternativas en las plataformas digitales, por ello, siempre han tenido la iniciativa de seguir probando qué plataforma puede atraer más audiencia, para él las plataformas digitales son una muy buena opción para buscar público y con ello adquirir futuros consumidores de sus productos, así es como considera que para el medio de comunicación tener un espacio en redes sociales es algo que no puede faltar.

Por otro lado, está lo que alega el director de noticias de Majestad tv, el Lic. Paúl Zea, quien dentro de su perspectiva las plataformas digitales son importantes para el medio porque la tecnología avanza y con ello la sociedad se acopla a nuevas formas de obtener información, considera también que es pertinente contar con un equipo determinado que se mantenga en el manejo de las plataformas digitales ya que aquello iría de la mano con la labor que ejerce dentro del medio, hace énfasis en que un medio local no puede realizar las mismas actividades que un medio nacional por sus limitaciones y que una de las

desventajas de las redes sociales es que se estaría expuesto a caer en las llamadas fake news.

Finalmente se tiene el argumento del experto en comunicación y marketing digital, el Dr. José Rivera, quien menciona que los medios de comunicación tradicionales en un futuro no serán conocidos más como un medio tradicional, si no que tendrán que irse adaptando con el tiempo a las nuevas tecnologías y aquello haría que se conviertan en un medio híbrido, además menciona que las plataformas digitales ya no son conocidas actualmente como un complemento de los medios de comunicación tradicionales, sino que son conocidos como un medio de comunicación digital, aquello ya hace que las plataformas sean vistas como algo independiente.

Al realizar un análisis comparativo de las tres entrevistas obtenidas se pudo determinar lo siguiente: Quienes se encuentran manejando las plataformas digitales de Majestad Tv necesitan contar con capacitaciones y estabilidad en dicha área, como bien lo menciona el Tecnol. Andrés Hurtado, el medio se caracteriza por tener cancha abierta a experimentar y probar nuevas formas de buscar audiencia en las plataformas digitales, pero si bien es cierto el Lic. Paúl Zea menciona que es importante que el área del manejo de las plataformas digitales cuente con un equipo estático que trabaje de la mano con él y en esto el Dr. José Rivera argumenta que efectivamente si es importante contar con un equipo que maneje las plataformas, que se encuentre capacitado, preparado y con experiencia para que la información a publicar obtenga los resultados esperados. Con ello se evidencia que en efecto a pesar de que el periodismo tradicional tenga su modo de trabajo en cuanto al periodismo digital también lo necesita, cierto es que no deja de ser periodismo, pero en este ámbito se habla de la digitalización, aquello hace referencia a emitir información de una manera diferente, en donde se incluye el uso de herramientas multimedia y se tiene la necesidad de captar al público objetivo de acuerdo con las normativas que permita cada plataforma digital.

## **DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

En el presente trabajo de investigación como base principal de teorías de la comunicación se toma en cuenta la teoría funcionalista por tratarse de un medio de comunicación tradicional televisivo denominado Majestad Tv, además, se toma en cuenta también la teoría estructuralista, esto debido a que se analiza las plataformas digitales en las que el medio de comunicación televisivo tiene un espacio y al encontrarse su contenido digitalmente se habla del estudio de signos que entregan un mensaje, en este caso publicaciones realizadas por el medio a través de las plataformas que maneja.

Al momento del análisis se pudo evidenciar que Majestad Tv maneja cinco plataformas digitales que son Twitter, Instagram, Sitio Web, YouTube y Facebook, en cada una de las plataformas se encontró información que en algunas ocasiones sería la misma y en otras ya era contenido independiente de una plataforma a otra, se identificó también el uso de

herramientas multimedia de acuerdo al contenido que se deseaba subir para dicho periodo, sin embargo, en algunas ocasiones estas herramientas multimedia no eran muy bien utilizadas o eran descartadas, también se constató el uso de hipervínculos de una plataforma a otra con el fin de que el usuario pueda dirigirse y conocer el contenido que presentaban en cada una de sus páginas.

El motivo del análisis del uso de las plataformas digitales de Majestad Tv se produce por la necesidad de conocer cómo un medio de comunicación tradicional se introdujo en las plataformas digitales y el manejo que le dan, la necesidad se da también a partir de verificar si es importante que el manejo de plataformas de un medio se dé por alguien con conocimientos académicos y es así como en el transcurso del análisis de contenido se pudo constatar que efectivamente un medio de comunicación tiene la necesidad de relacionarse con los avances tecnológicos para entregar información y que este medio siempre tiene que estar en capacidad de hacerlo mediante un equipo que obtenga conocimiento del periodismo digital.

El contenido que se presenta en las plataformas de Majestad Tv durante el periodo 2019-2021 se encuentra como relevancia contenida acerca de la emergencia sanitaria que se vivió más o menos por ese periodo, siendo este tipo de contenido el más expuesto y solicitado por la audiencia del medio de comunicación, entonces, este contenido se presentó en notas informativas, en directos, en post e inclusive en entrevistas, razón por la cual en algunas ocasiones la audiencia del medio interactuaba.

Es así que finalmente al realizar las correspondientes entrevistas se pudo llegar a los siguientes resultados: Toda forma de comunicación siempre se encontrará basada en una teoría independientemente si es de forma tradicional o mediante plataformas digitales, por ello destaca la teoría estructuralista en el presente trabajo investigativo, por ser aquella que estudia signos que entregan un mensaje; Es importante que exista un equipo dedicado al manejo de redes, aquello argumentado por el Lic. Paúl Zea, quien asevera que en un medio debe existir personas estáticas que se dediquen a este trabajo; Es fundamental que un medio de comunicación experimente en plataformas digitales y se relacione para poder llegar a más audiencia, aquello afirmado por el Tecnol. Andrés Hurtado, quien menciona que un medio de comunicación debe ir de la mano con la tecnología; y finalmente la necesidad de que toda persona se encuentre siempre en constante aprendizaje en todos los ámbitos, aquello asentado por el Dr. José Rivera, quien comentó que el mundo es cambiante y los medios de comunicación tradicional no pueden quedarse en su origen, sino más bien debe irse acoplado a las nuevas formas de comunicación, siendo esta la única forma en la que puedan seguirse manteniendo.

## CAPÍTULO V

### 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1. Conclusiones

1.- El medio de comunicación de Majestad Tv en sus plataformas digitales en el periodo 2019-2021 ha entregado un tratamiento informativo que no ha sido consecutivo, en cada una de las plataformas que maneja se evidencia que en algunas ocasiones no existe la misma información, hay plataformas como Facebook en donde se evidencia mayor contenido, mientras que en plataformas como Twitter han sido escasas, las publicaciones que presentan carecen de una estructura o una normativa de publicación que sea siempre manejada, en cuanto a las herramientas multimedia, estas no son utilizadas en su totalidad, sin embargo, se evidencia que tiene un gran porcentaje de veracidad en sus publicaciones. La audiencia sobre todo en Facebook demuestra su aceptación a través de reacciones.

2.- Las características del contenido digital que presenta Majestad Tv en sus plataformas del Sitio Web e Instagram no pudieron ser valoradas por no contar con contenido para analizar, pero en Twitter, Facebook y YouTube tienen en la combinación de lenguaje en su mayoría la inclusión de imagen, audio, video y texto. En cuanto a la interfaz del usuario en las cinco plataformas se observa que está presentado por el logo y los colores representativos del medio de comunicación y cuenta con información previa del canal. En retroalimentación de forma general en todas sus plataformas digitales en las que se encontró contenido existe rara interacción con la audiencia, sin embargo, la plataforma digital de Facebook es la que más resalta debido a que es en donde la audiencia genera más reacciones y comentarios. En la distribución y acceso del contenido cumplen en su mayoría con aquel objetivo. En el diseño responsive el medio de comunicación no cumple con este parámetro en ninguna de sus plataformas, esto debido a que esta característica no era tomada en cuenta al momento de publicar contenido dentro del periodo 2019-2021 y se conformaba con la función de publicar, sin tomar en cuenta la necesidad del usuario al querer observar el contenido desde otro tipo de dispositivo. El posicionamiento del SEO tampoco es una característica en la cual se trabajó en el contenido de las plataformas digitales. En publicidad y redes sociales se evidencia que existen intentos de relacionar una plataforma con otra, pero no ha podido ser posible, por lo general el contenido que se presenta no evidencia un fin continuo publicitario. En el manejo de software de automatización de marketing el medio de comunicación no se enfocó, en este apartado la función permite tener como finalidad un resultado de audiencia, reacciones y a su vez observar falencias e implementar mejoras para que el contenido llegue a la audiencia, sin embargo, en el periodo 2019-2021 este tipo de característica no se evidencia y actualmente las plataformas digitales siguen sin establecer herramientas que le permita conocer su alcance y observar falencias para realizar mejoras.

## **5.2. Recomendaciones**

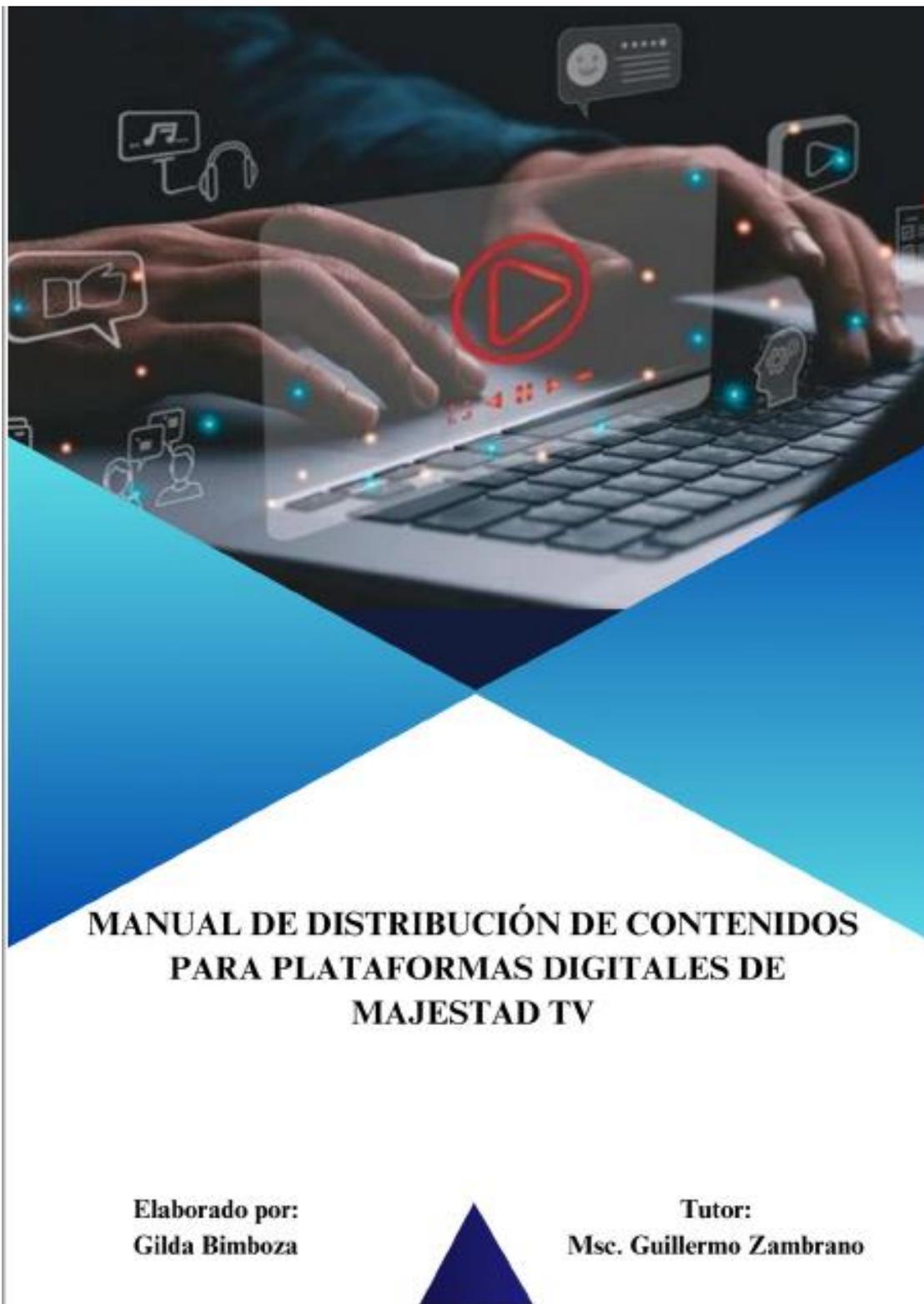
**1.-** En el tratamiento informativo que entrega el medio de comunicación Majestad Tv es importante que exista una planificación que vaya acorde a las plataformas digitales, es decir, no es importante realizar tantas publicaciones en una sola plataforma abandonando las otras, sino más bien coordinar que todas presenten continuidad de contenido y que sea el mismo, también es importante conocer las herramientas multimedia que presenta cada plataforma y aprovecharlas según el contenido que se desea dar a conocer.

**2.-** En relación con las características de los contenidos digitales es importante tomar en cuenta que cada una de ellas cumple con una función y es fundamental que vayan complementadas, es así como se debe considerar que en la combinación de lenguaje es importante cuidar como se combina o para qué tipo de contenido se aplica dicha combinación. En la interfaz del usuario siempre es bueno darle mejoría, mantenimiento y actualización. En la retroalimentación siempre es bueno mantener confiabilidad con la audiencia, la interacción va a depender de cuánto se incite o motive al usuario a ser partícipe, es fundamental estar al tanto de las necesidades que los usuarios deseen compartir con el medio. En la distribución y acceso al contenido digital que presenta Majestad Tv se considera factible revisar antes de publicar y verificar luego de publicar que la información que se sube sea de acceso al usuario. En el diseño responsive hay que procurar que el contenido sea accesible a observar desde un computador, un celular o una Tablet. En el posicionamiento del SEO el medio debería de aplicarlo ya que así permitiría que el contenido del medio tenga mayor posibilidad de alcance y posición. En publicidad y redes sociales se debería realizar una planificación para cumplir una finalidad, ya sea para que las personas consuman el contenido o para generar publicidad. En el manejo de software de automatización de marketing el medio debería considerar esta característica ya que no deja de ser fundamental para las plataformas digitales, es a través de esto que podrían conseguir un resultado de aceptación por parte de la audiencia y conocer dónde tienen mayor acogida.

## CAPÍTULO VI

### 6. PROPUESTA

#### 6.1 Manual para plataformas digitales Majestad Tv





El presente manual tiene como objetivo acotar ciertos criterios que permitan la mejoría en la distribución de contenidos que se publican en las plataformas digitales de Majestad Televisión de la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas. Para la elaboración de este manual se realizó un análisis de las publicaciones elaboradas por el medio de comunicación en sus plataformas de Twitter, Instagram, Sitio Web, YouTube y Facebook durante el periodo 2019-2021.

### **MISIÓN**

Ofrecer contenido periodístico de calidad utilizando todas las herramientas al alcance de la mano y así generar confianza en la audiencia.

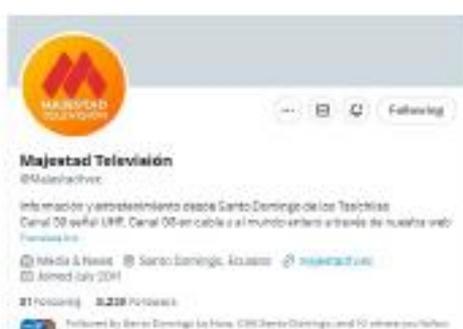
### **VISIÓN**

Liderar como medio de comunicación en entrega de información veráz a nivel local y sus alrededores, llegando a cubrir la región.

### **OBJETIVOS**

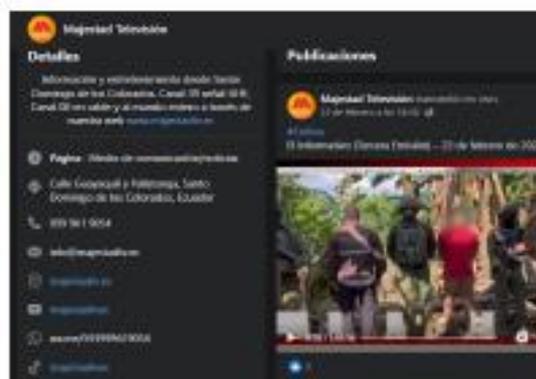
1. Contribuir al mejoramiento de contenido digital de Majestad Tv.
2. Orientar al medio de comunicación a la aplicación de herramientas multimedia en cada una de las plataformas.
3. Demostrar la importancia y responsabilidad del manejo de las plataformas digitales para un medio de comunicación tradicional.

## 1. Actualizar la información en cada plataforma digital cuando se requiera (perfil, banel, descripción).



Los usuarios al ingresar a la información general en el perfil del medio de comunicación pueden encontrar información que les permita conocer un poco más del medio o a su vez migrar a otra plataforma en donde el medio entregue contenido.

Por ello es importante que la información que se encuentre en su descripción, perfil o banel se encuentre actualizada cada que exista un cambio en alguna de las plataformas.



## 2. Revisar y asegurarse que la redacción a publicar no tenga faltas de ortografía.

Un medio de comunicación tiene que cuidar su trayectoria, como se muestran sus publicaciones es como el medio se quiere dar a percibir por su audiencia.



Y como la redacción es parte del contenido a publicar, es fundamental cuidar de redactar con buena ortografía, para no dejar pasar por alto alguna falta es recomendable apoyarse en herramientas de revisión ortográfica.

**SpellBoy** - Error resuelto. Pulse sobre el para corregirlo.

Alrededor de 54 profesionales de la salud del #HospitalSantoDomingo exigen el pago de sus haberes del fin de semana y días de feriado que no estarían recibiendo hace más de un año. Noticia en desarrollo.

Seleccione un espacio:

• Borrar con espacios

Ⓜ Ignorar

**3. Utilizar herramientas que permitan la interacción en cada plataforma, (encuestas, preguntas cerradas, preguntas abiertas, historias, etc.)**

Elaborar actividades que permitan la interacción entre y con los usuarios hará que la comunidad se sienta participe y generará un ambiente de confiabilidad.



**4. Evitar caer en realizar publicaciones innecesarias o incompletas, eso perjudicará la relación del medio de comunicación con su audiencia.**



5. *Establecer una línea determinada de diseño gráfico que permita identificar el contenido publicado por el medio.*



La permanencia y estabilidad de una línea gráfica en el medio permitirá que su público lo identifique frente a otros medios.

6. *Verificar que los hipervínculos para migrar a otra plataforma funcionen a la perfección.*

Siempre existirá un usuario que se interese por los enlaces o hipervínculos, así que estos deben funcionar en todas sus plataformas.



7. *Mantenerse pendiente de las peticiones de los usuarios y atenderlas.*



Para que la audiencia se sienta parte de la comunidad en cada una de sus plataformas es importante que reciban respuestas por parte del medio, con lo que puedan ver que sus opiniones valen.

**8. De acuerdo a cada plataforma realizar el uso de hastags y menciones.**



**9. Establecer parámetros de publicación por cada plataforma digital.**

Cierto es que cada plataforma digital funciona con parámetros y políticas diferentes, así que lo más recomendable es establecer normas de publicación para cada plataforma de acuerdo a las políticas que maneje cada una tanto en redacción como en imagen.

**10. Verificar en tiempos determinados la señal en directo del sitio web, aquello con el fin de verificar que no exista problemas en su transmisión.**





**Este manual corresponde a la tesis denominada “Análisis del uso de plataformas digitales sociales en Majestad Televisión de la ciudad de Santo Domingo durante el periodo 2019-2021”.**

## Bibliografía

- Benavides, M. (2017). *Análisis del uso de la Red Social Facebook, como medio alternativo para el ejercicio del periodismo en las páginas Fútbol Nica, Revista Beisbolera Y NicaFutb Femenino*. Obtenido de <https://es.studenta.com/content/133506710/98422>
- Chávez, C. (2019). *LA INTERACCIÓN DE DIARIO REGIONAL LOS ANDES CON LAS PLATAFORMAS DIGITALES CASO: FACEBOOK, PERIODO ENERO-JUNIO 2019*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/6628/1/TRABAJO%20DE%20TITULACI%c3%93N%20CAROLINA%20CHAVEZ%20.CSC.pdf
- David, S. (2008). *UDLAP*. Obtenido de [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lco/david\\_g\\_sa/](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/david_g_sa/)
- Domínguez, N. (06 de 07 de 2019). *IMPACTO DE LOS MEDIOS DIGITALES EN LA PRENSA ESCRITA TRADICIONAL DE LA CIUDAD DE BABAHOYO*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/6304/P-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000140.pdf;jsessionid=99046D8BC07B696AF4CDCF7206EDA730?sequence=1
- Estebanell, M. (16 de Enero de 2004). *UDG*. Obtenido de Interactividad e Interacción: <file:///C:/Users/gilda/Downloads/Dialnet-InteractividadEInteraccion-1252603.pdf>
- García, L. (30 de Septiembre de 2009). *Teorías sobre el hipertexto*. Obtenido de Universidad Complutense de Madrid: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/76104/b08024\_6ab57b2bb632483eae4439236a089d4d.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Giraldo, C. (2008). *UTADEO*. Obtenido de Teorías de la comunicación: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.utadeo.edu.co/sites/tadeo/files/node/publication/field\_attached\_file/pdf-teorias\_de\_la\_comunicacion-pag.-\_web-11-15\_0.pdf
- Gutiérrez, A. (2008). *Educación para los medios en la era digital*. Obtenido de <https://www.revistacomunicar.com/indice/articulo.php?numero=31-2008-57>
- Idrovo, C. (21 de 10 de 2015). *MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SU INFLUENCIA EN LA CONDUCTA VIOLENTA EN EL ENTORNO ESCOLAR, DE LOS ESTUDIANTES DE CUARTO AÑO DE LA ESCUELA FISCAL MIXTA MATUTINA N° 119 DR. TEODORO WOLF DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.ug.edu.ec/server/api/core/bitstreams/c9bc971d-3a0c-4080-a3b4-6dcbb18ce8d4/content

- López, X. (03 de Agosto de 2017). *IDUS*. Obtenido de Ciberperiodismo y Cultura: En el inicio de un largo camino: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/55557/ciberperiodismo.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Molina, R. (Mayo de 2018). *Las redes sociales en la actualidad*. . Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://crea.ujaen.es/bitstream/10953.1/8247/1/Molina\_Pardo\_Raquel\_TFG\_Filologa\_Hispnica.pdf
- Rodríguez, R. (29 de 01 de 2019). Obtenido de LA CULTURA DIGITAL EN LA SOCIEDAD MODERNA : chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/file:///C:/Users/gilda/Downloads/Di alnet-LaCulturaDigitalEnLaSociedadModerna-7242782%20(1).pdf
- Ruiz, E. (Enero - Diciembre de 2006). *El periodismo digital: la revolución de los contenidos*. Recuperado el 02 de Mayo de 2023, de El periodismo digital: la revolución de los contenidos: <https://labmedia.org/wp-content/uploads/docs/ES/el-periodismo-digital.pdf>
- Solórzano, G. (26 de 03 de 2021). *Tecnologías de información y comunicación (TIC) en la educación*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/file:///C:/Users/gilda/Downloads/Di alnet-TecnologiasDeInformacionYComunicacionTICEnLaEducac-7926842.pdf
- Uribe, S. (27 de Septiembre de 2012). *UCALDAS*. Obtenido de Hipervínculo como forma de referencia: Reflexión sobre las rutinas visuales que surgen cuando el hipervínculo es usado en relaciones referenciales: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://kepes.ucaldas.edu.co/downloads/Revista7\_12.pdf

## ANEXOS



*ANEXO 1: Entrevista al Tcigo. Andrés Hurtado, asistente de producción en Majestad Tv*



*Anexo 2: Entrevista al director de noticias en Majestad Tv, Lic. Paúl Zea*



*Anexo 1: Entrevista al Dr. José Rivera, experto en comunicación y marketing digital*