

PLATAFORMA DE COMUNICACIÓN DE MONETIZACIÓN CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA PERIODISTAS INDEPENDIENTES DE LA PROVINCIA DE LOS RÍOS

*MONETIZATION COMMUNICATION PLATFORM WITH ARTIFICIAL
INTELLIGENCE FOR INDEPENDENT JOURNALISTS IN THE
PROVINCE OF LOS RÍOS.*

<https://doi.org/10.5281/zenodo.14805140>

AUTORES:

Carlos Ramos Valdez^{1*}

Nelly Valdez Sandoya²

Angelita Saa Morales³

Noemí Ramos Valdez⁴

DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA: carlos.ramosc10@gmail.com . 0961792529.

Fecha de recepción: 06 / 12 / 2024

Fecha de aceptación: 13 / 12 / 2024

RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo evaluar las necesidades y desafíos de los periodistas independientes de la provincia de Los Ríos para desarrollar una plataforma de monetización efectiva. Se adoptó una metodología mixta que incluyó una investigación cuantitativa, mediante encuestas estructuradas a 10 periodistas, y cualitativa, a través de entrevistas que reflejan diversas experiencias en medios digitales y tradicionales. Los resultados indican que un 60% de los encuestados ya cuenta con alguna fuente de ingresos, aunque existe un interés considerable por diversificar estas opciones. Se identificaron modelos de monetización potenciales como suscripciones, donaciones, publicidad local y venta de productos digitales.

¹*Licenciado en Comunicación Social, Master Universitario en Comunicación y Marketing Político, <https://orcid.org/0009-0004-0910-4145f> , cramosv@utb.edu.ec Universidad Tecnica de Babahoyo

² Licenciatura en Ciencias de la Educación, postgrado, <https://orcid.org/0009-0005-7152-8878> , nelly.valdez@educacion.gob.ec

³ Licenciada En Ciencias De La Educación, Magister en Gerencia de Proyectos Educativos y Sociales, <https://orcid.org/0009-0007-0861-3898> , asaa@utb.edu.ec Universidad Tecnica de Babahoyo

⁴ Licenciada en Secretariado Ejecutivo Bilingüe, <https://orcid.org/0009-0009-9685-1312> , noemyans@gmail.com

Las conclusiones sugieren que la creación de esta plataforma puede empoderar a los periodistas al proporcionarles herramientas para generar ingresos sostenibles, lo que a su vez contribuiría a una mayor diversidad informativa en la región. Además, se resalta la importancia de ofrecer capacitación en el uso de herramientas tecnológicas y estrategias de monetización. La implementación de esta propuesta se presenta como una solución viable para fortalecer la independencia y calidad del periodismo en Los Ríos, al mismo tiempo que se mejora el acceso a información relevante para la comunidad.

Palabras clave: Diversidad informativa, Monetización, Periodismo independiente, Plataformas digitales, Sostenibilidad.

ABSTRACT

The present study aims to evaluate the needs and challenges faced by independent journalists in the province of Los Ríos in order to develop an effective monetization platform. A mixed methodology was adopted, which included quantitative research through structured surveys of 10 journalists and qualitative research through interviews that reflect diverse experiences in both digital and traditional media. The results indicate that 60% of the respondents already have some source of income, although there is considerable interest in diversifying these options. Potential monetization models were identified, such as subscriptions, donations, local advertising, and the sale of digital products.

The conclusions suggest that creating this platform can empower journalists by providing them with tools to generate sustainable income, which would in turn contribute to greater informational diversity in the region. Additionally, the importance of offering training in the use of technological tools and monetization strategies is emphasized. The implementation of this proposal is presented as a viable solution to strengthen the independence and quality of journalism in Los Ríos while improving access to relevant information for the community.

Keywords: *Informational diversity, Monetization, Independent journalism, Digital platforms, Sustainability.*

INTRODUCCIÓN

El periodismo independiente enfrenta retos significativos, incluyendo la falta de financiamiento. Este estudio propone una plataforma que facilite diversas fuentes de ingresos. El periodismo independiente es crucial para el desarrollo de una sociedad informada y democrática. Sin embargo, los periodistas de la provincia de Los Ríos enfrentan desafíos significativos, como la escasez de recursos económicos y la dificultad para llegar a una audiencia amplia. (Aguirre Gamboa, 2023)

El presente trabajo propone el diseño e implementación de una plataforma de monetización que permita a los periodistas independientes generar ingresos sostenibles, fortalecer su labor informativa y contribuir al fortalecimiento del tejido social en la región.

La investigación de Echeverría, Bringas Ramírez y Rodríguez-Estrada (2023) se centra en examinar cómo la arquitectura discursiva de las plataformas digitales afecta la participación política de los ciudadanos. A través de un análisis nacional diferenciado, los autores exploran las dinámicas comunicativas en entornos digitales y su impacto en la implicación y el compromiso político, planteando preguntas sobre la accesibilidad y la forma en que se presenta la información en estos espacios. (Echeverría, 2023)

La industria periodística enfrenta serias dificultades para desarrollar modelos de negocio sostenibles en el entorno digital, un desafío que sigue sin resolverse. Aunque se han realizado investigaciones sobre este tema, generalmente se han limitado a estudios de casos o enfoques panorámicos, sin adoptar una visión integral que contemple el modelo de negocio como un sistema de creación de valor, más allá de la mera generación de ingresos. Esta falta de una perspectiva holística subraya la necesidad de un análisis más profundo en el campo del periodismo. (Marín-Sanchiz, 2019)

En su obra, Joaquín Sotelo González (2020) analiza cómo el periodismo se está transformando en la era digital, destacando las oportunidades que ofrecen los nuevos medios para alcanzar audiencias más amplias. Sin embargo, también señala los desafíos que enfrentan los periodistas, como la desinformación y la necesidad de adaptarse a tecnologías en constante evolución. Esta dualidad entre oportunidades y retos marca el futuro del periodismo contemporáneo. (Joaquín Sotelo González, 2020)

Los nuevos modelos periodísticos impulsados por las redes sociales digitales han dado lugar a géneros transmedia que pueden enriquecer académicamente el campo de la Comunicación. Este fenómeno plantea la necesidad de desarrollar conceptos estandarizados que permitan organizar y catalogar la esencia del periodismo en formatos digitales dirigidos a audiencias masivas. La investigación se propone elaborar una lista categorizada de géneros periodísticos transmedia en Ecuador, destacando sus características y permitiendo una comparación con los géneros periodísticos tradicionales. Además, se abordarán las contribuciones de las tendencias multiplataforma en el ámbito periodístico. (Vallejo, 2022)

Objetivo General: Evaluar las necesidades y desafíos de los periodistas independientes de la provincia de Los Ríos para el desarrollo de una plataforma de monetización efectiva.

Objetivos Específicos:

- Identificar las principales fuentes de ingresos y los métodos de monetización actuales utilizados por los periodistas independientes.
- Explorar las percepciones y expectativas de los periodistas sobre una plataforma de monetización.
- Proponer características y funcionalidades clave para la plataforma basada en los hallazgos.

El presente estudio tiene como propósito evaluar las necesidades y desafíos que enfrentan los periodistas independientes de la provincia de Los Ríos en el contexto actual, donde la

monetización de su labor se ha vuelto fundamental para su sostenibilidad. A través de un enfoque investigativo, se identificarán las principales fuentes de ingresos que utilizan actualmente estos profesionales, así como los métodos de monetización que han implementado. Esta identificación permitirá comprender mejor las dinámicas del entorno periodístico local y las limitaciones que enfrentan, lo que es crucial para el desarrollo de una plataforma que responda efectivamente a sus requerimientos.

Además, se explorarán las percepciones y expectativas de los periodistas sobre lo que una plataforma de monetización debería ofrecer, brindando un espacio para que sus voces sean escuchadas en el diseño de herramientas que potencien su trabajo. Con base en estos hallazgos, se propondrán características y funcionalidades clave para la plataforma, asegurando que se adapte a las realidades y necesidades específicas de los periodistas de la región. Esta propuesta experimental no solo busca facilitar la generación de ingresos, sino también fortalecer la independencia y la calidad del periodismo en Los Ríos, contribuyendo así al desarrollo de un ecosistema informativo más robusto y sostenible.

METODOLOGÍA

El diseño de investigación que más se acerca a este caso, es mixta para encontrar datos e información cualitativa y cuantitativa.

Población y Muestra: Periodistas independientes en la provincia de Los Ríos. El cual se seleccionó un total de 10 periodistas con medios digital en redes sociales y página web.

Fase 1: Investigación Cuantitativa

Elaboración de encuestas bajo un cuestionario estructurado con preguntas cerradas, con temas: ingresos, métodos de monetización utilizados, acceso a tecnologías, barreras enfrentadas, y expectativas sobre nuevas plataformas.

Fase 2: Investigación Cualitativa

Periodistas que reflejan diversas experiencias y trayectorias en medios tradicionales y digital que ahora monetizan en sus sitios en internet.

Fase 3: Estudio de Caso

Análisis de Plataformas Existentes descriptivo y citado.

Modelos de Monetización: Se explorarán diversas estrategias, como:

- **Suscripciones:** Los lectores pueden acceder a contenido exclusivo mediante una tarifa mensual.
- **Donaciones:** Uso de plataformas como Patreon para que los seguidores apoyen directamente a los periodistas.
- **Publicidad Local:** Espacios publicitarios para negocios locales que desean promocionar sus productos.
- **Venta de Productos Digitales:** Ofrecer informes especiales y cursos que aporten valor a la audiencia.

RESULTADOS

Parte 1: Datos Generales

Edad: La distribución etaria de los encuestados muestra una mayoría joven, con el 50% de los periodistas en el rango de 25 a 34 años. Esto indica que el periodismo independiente en Los Ríos está siendo impulsado por una nueva generación que podría tener una perspectiva fresca y digital.

Género: La representación de género es bastante equilibrada, con un 50% de hombres y un 40% de mujeres. Esto sugiere una diversidad que puede enriquecer el panorama informativo y las narrativas presentadas.

Años de experiencia: La mayoría de los encuestados tiene entre 1 y 5 años de experiencia (40%), lo que sugiere que muchos están aún en las primeras etapas de su carrera. Esto podría reflejar una búsqueda de crecimiento y aprendizaje en un entorno desafiante.

Parte 2: Ingresos y Monetización

Ingreso promedio mensual: Un 70% de los periodistas gana menos de \$1,000 al mes, lo que evidencia que la monetización sigue siendo un desafío significativo. Esto subraya la necesidad urgente de estrategias de financiamiento más efectivas para el periodismo independiente.

Métodos de monetización: Los encuestados utilizan principalmente la publicidad en línea y colaboraciones con marcas. Sin embargo, la baja utilización de suscripciones y donaciones sugiere una falta de diversificación en los ingresos, lo que podría ser un área clave de desarrollo.

Parte 3: Acceso a Tecnologías

Accesibilidad a tecnologías: La percepción sobre el acceso a la tecnología es generalmente positiva, con un 80% considerando que es accesible o muy accesible. Sin embargo, el 10% que lo ve como poco accesible destaca que aún existen barreras que deben abordarse, especialmente para quienes están comenzando.

Herramientas tecnológicas utilizadas: Todos los encuestados utilizan laptop o PC, y la mayoría también emplea smartphones y redes sociales. Esto indica que, aunque tienen acceso a las herramientas básicas, podrían necesitar formación adicional en software de edición y plataformas de gestión.

Parte 4: Barreras y Expectativas

Principales barreras enfrentadas: La falta de financiamiento es la barrera más mencionada, afectando a un 70% de los periodistas. Esto resalta la vulnerabilidad del periodismo independiente en la región y la urgencia de soluciones que faciliten su sostenibilidad.

Optimismo sobre nuevas plataformas de monetización: La mayoría se muestra optimista o neutral sobre nuevas plataformas, lo que indica una apertura a la innovación. Sin embargo, solo un 20% se siente muy optimista, lo que sugiere la necesidad de construir confianza en estas nuevas herramientas.

Características deseadas en una nueva plataforma: La mayoría de los encuestados valora la facilidad de uso y las herramientas de análisis de audiencia. Esto sugiere que cualquier nueva plataforma debe ser intuitiva y proporcionar datos claros para ayudar a los periodistas a entender y crecer su audiencia.

La creación de un modelo de monetización que sea adaptable y sostenible para los periodistas de la provincia.

Modelos de Monetización: Se explorarán diversas estrategias, como:

- **Suscripciones:** Los lectores pueden acceder a contenido exclusivo mediante una tarifa mensual.
- **Donaciones:** Uso de plataformas como Patreon para que los seguidores apoyen directamente a los periodistas.
- **Publicidad Local:** Espacios publicitarios para negocios locales que desean promocionar sus productos.
- **Venta de Productos Digitales:** Ofrecer informes especiales y cursos que aporten valor a la audiencia.

Un aumento en la diversidad informativa y en la calidad del contenido producido localmente. Empoderamiento de los periodistas independientes, permitiéndoles alcanzar una mayor autonomía financiera.

Frecuencia de Publicación: La mayoría publica semanalmente, lo que sugiere un compromiso constante con el periodismo.

Fuentes de Ingresos: Un alto porcentaje (60%) ya tiene alguna fuente de ingresos, pero también hay interés en diversificar.

Interés en Monetización: La mayoría muestra interés en modelos de suscripción y en la posibilidad de donaciones.

Publicidad Local: La aceptación de la publicidad local es alta, lo que puede ser una vía prometedora.

Capacitación: Hay un fuerte deseo de participar en programas de capacitación, indicando una necesidad de más apoyo y educación en temas de monetización.

DISCUSIÓN

La plataforma de periodismo de monetización tiene el potencial de transformar el panorama informativo en Los Ríos, ofreciendo a los periodistas independientes las herramientas necesarias para prosperar en un entorno desafiante. Al promover la sostenibilidad económica del periodismo, se contribuye a la construcción de una sociedad más informada y participativa. La plataforma no solo beneficiará a los periodistas, sino que también fomentará una mayor diversidad informativa, fortaleciendo la democracia local y promoviendo la cultura regional.

Se puede comenzar delineando el modelo de monetización que beneficiará a los periodistas independientes, como suscripciones o donaciones. Luego, en el impacto en la comunidad,

destacando cómo empodera a los periodistas locales y fomenta la diversidad informativa. Finalmente, aborda las herramientas tecnológicas disponibles para facilitar la creación y distribución de contenido, asegurando que los periodistas tengan acceso a recursos de calidad para alcanzar su audiencia.

Frecuencia de Publicación:

La mayoría de los periodistas independientes de la provincia de Los Ríos publica contenido semanalmente, lo que indica un compromiso sólido con su labor periodística. Esto sugiere que hay un flujo constante de información que puede ser capitalizado mediante estrategias de monetización.

Fuentes de Ingresos:

Aunque el 60% de los encuestados ya cuenta con alguna fuente de ingresos, existe una clara disposición a explorar y diversificar estas fuentes. Esto resalta la necesidad de una plataforma que ofrezca herramientas y recursos para que los periodistas puedan ampliar sus opciones de financiamiento.

Interés en Monetización:

El interés en implementar modelos de suscripción y recibir donaciones es significativo. Esto indica que los periodistas están abiertos a nuevas formas de financiamiento que no dependan únicamente de la publicidad tradicional, lo que podría aumentar su independencia económica y creativa.

Publicidad Local:

La alta aceptación de la publicidad local sugiere que los periodistas ven valor en colaborar con negocios de su comunidad. Esta relación puede fortalecer tanto el ecosistema informativo como el económico local, creando un círculo virtuoso de apoyo mutuo.

Interés en Productos Digitales:

La disposición a vender productos digitales, como informes o cursos, muestra que los periodistas son conscientes de la necesidad de diversificar sus ofertas y de monetizar su experiencia y conocimientos. Esta es una oportunidad que la plataforma puede aprovechar para facilitar la creación y venta de dicho contenido.

Uso de Plataformas de Monetización:

El bajo porcentaje de periodistas que actualmente utilizan plataformas de monetización indica un área clave de desarrollo. La implementación de una plataforma que sea accesible y fácil de usar podría motivar a más periodistas a explorar estas opciones. (Noci, 2021)

Comodidad con Herramientas Tecnológicas:

Aunque una parte significativa de los encuestados se siente cómoda utilizando herramientas tecnológicas, también hay un porcentaje considerable que se siente poco o nada cómodo. Esto sugiere que la capacitación y el soporte técnico serán esenciales para maximizar el uso de la plataforma.

Importancia de la Diversificación de Ingresos:

La mayoría considera que la diversificación de ingresos es muy importante, lo que subraya la necesidad de una plataforma que ofrezca múltiples opciones de monetización. Esto no solo

permitirá a los periodistas ser más resilientes, sino que también mejorará la calidad y cantidad de contenido disponible para la comunidad.

Deseo de Capacitación:

La disposición a participar en programas de capacitación refleja una necesidad de formación en aspectos relacionados con la monetización y la gestión de contenido. Esto representa una oportunidad para incluir módulos de educación y recursos dentro de la plataforma.

Marqués-Pascual (2020) explora cómo la tecnología blockchain puede revolucionar el sector de los medios, proporcionando una mayor transparencia y trazabilidad en la información. Esta innovación permite autenticar fuentes y contenidos, lo que podría ayudar a combatir la desinformación. A su vez, plantea nuevos modelos de monetización y distribución que podrían beneficiar tanto a periodistas como a consumidores. (Marqués-Pascual, 2020)

CONCLUSIONES

Para el modelo de monetización, se considera implementar opciones como suscripciones mensuales, donde los lectores apoyan directamente a los periodistas a cambio de contenido exclusivo. También, explorar el uso de plataformas de donación como Patreon, que permiten a los seguidores contribuir con aportes regulares. Otra opción es la publicidad local, permitiendo a negocios de la provincia patrocinar contenido relevante. Además, incluir la venta de productos digitales, como informes especiales o cursos, que ofrezcan valor adicional a la audiencia.

La propuesta se justifica por la necesidad de ofrecer a los periodistas independientes de Los Ríos una solución viable para enfrentar la crisis del modelo tradicional de financiamiento del periodismo. Al diversificar sus fuentes de ingresos, se espera que los periodistas puedan mantener su independencia y calidad informativa, al mismo tiempo que se fortalece el acceso a información relevante para la comunidad. (Sánchez Gonzales, 2022)

La implementación de esta plataforma puede ser la clave para la sostenibilidad del periodismo independiente en Los Ríos, brindando una alternativa viable en un entorno mediático desafiante.

La información recabada sugiere que la creación de una plataforma de periodismo de monetización tiene un alto potencial de aceptación y éxito entre los periodistas independientes de Los Ríos. Las estrategias de monetización deben ser variadas y adaptadas a las necesidades y preferencias de los usuarios. Además, es esencial ofrecer soporte y capacitación para asegurar que todos los periodistas, independientemente de su nivel de comodidad con la tecnología, puedan beneficiarse de la plataforma.

La implementación de estas recomendaciones no solo fortalecerá la independencia de los periodistas, sino que también contribuirá a la diversidad y calidad de la información en la región. Sin contenidos no hay marketing (digital) (Oberlander, 2021)

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografía

- Aguirre Gamboa, P. d. (2023). El periodismo veracruzano entre la digitalización y automatización en los medios : Veracruz journalism between digitalization and automation in the media . *LATAM Revista Latinoamericana De Ciencias Sociales Y Humanidades.*, 4(875–886), 4. doi:<https://doi.org/10.56712/latam.v4i4.1266>
- Echeverría, M. B.-E. (2023). ¿La arqui-tectura discursiva de las plataformas digitales influye en la participación política? Un estudio nacional diferenciado. *Comunicación y Sociedad*, e8498(20), 1–27. doi:<https://doi.org/10.32870/cys.v2023.8498>
- Joaquín Sotelo González, S. M. (2020). *Periodismo y nuevos medios : perspectivas y retos*. GEDISA EDITORIAL. doi:9788418193927, 8418193921
- Marín-Sanchiz, C. R.-P. (2019). Modelos de negocio en el periodismo: una propuesta metodológica para realizar. *index.comunicación*, 149-171. doi:ISSN: 2444-3239
- Marqués-Pascual, J.-O. (2020). *Blockchain y periodismo : cómo la cadena de bloques cambiará a los media*. Editorial UOC. doi:9788491806653, 8491806652
- Noci, J. D. (2021). *Periodismo Electrónico | Javier Díaz Noci* . Obtenido de Periodismo Electrónico | Javier Díaz Noci : https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/46352/DiazNoci_digidoc_vida.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Oberlander, R. (2021). *Sin contenidos no hay marketing (digital)*. Portugal: CONECTA. doi:9789915664163, 9915664168
- Sánchez Gonzales, H. (2022). *La digitalización en el periodismo: Transformación, retos y oportunidades*. España: GEDISA. doi:9788418914249, 8418914246
- Vallejo, P. y. (2022). Géneros periodísticos transmedia en el Ecuador. El caso de “La Posta”. *Ciencias Humanísticas y Sociales (ReHuSo)(7(2))*, 46-61. doi:<https://doi.org/10.5281/zenodo.6522970>

Anexo

Cuestionario:

Cuestionario para Periodistas Independientes

Parte 1: Datos Generales

Edad:

Menos de 25 años

- 25-34 años
- 35-44 años
- 45-54 años
- 55 años o más

Género:

- Masculino
- Femenino
- Otro
- Prefiero no decir

Años de experiencia en periodismo:

- Menos de 1 año
- 1-5 años
- 6-10 años
- Más de 10 años

Parte 2: Ingresos y Monetización

¿Cuál es su ingreso promedio mensual por su trabajo como periodista independiente?

- Menos de \$500
- \$500 - \$1,000
- \$1,001 - \$2,000
- Más de \$2,000

¿Qué métodos de monetización utiliza actualmente? (Seleccione todos los que apliquen)

- Publicidad en línea
- Suscripciones de lectores
- Donaciones
- Venta de contenido
- Colaboraciones con marcas
- Otros (especificar): _____

Parte 3: Acceso a Tecnologías

¿Qué tan accesible considera el acceso a tecnologías necesarias para su trabajo?

- Muy accesible
- Accesible
- Poco accesible
- Muy poco accesible

¿Qué herramientas tecnológicas utiliza para su trabajo? (Seleccione todas las que apliquen)

- Laptop/PC
- Smartphone
- Software de edición (especificar): _____
- Plataformas de gestión de contenido (especificar): _____
- Redes sociales
- Otros (especificar): _____

Parte 4: Barreras y Expectativas

¿Cuáles son las principales barreras que enfrenta en su trabajo como periodista independiente? (Seleccione todas las que apliquen)

- Falta de financiamiento
- Dificultad para acceder a fuentes
- Competencia con grandes medios
- Problemas tecnológicos
- Otros (especificar): _____

¿Qué tan optimista es acerca de nuevas plataformas de monetización?

- Muy optimista
- Optimista
- Neutral
- Pesimista
- Muy pesimista

¿Qué características le gustaría que tuviera una nueva plataforma de comunicación de monetización con inteligencia artificial? (Seleccione todas las que apliquen)

- Facilidad de uso
- Herramientas de análisis de audiencia
- Métodos de monetización diversificados
- Soporte técnico
- Capacitación sobre el uso de la plataforma
- Otros (especificar): _____

Resultados del Cuestionario

Parte 1: Datos Generales

Edad:

Menos de 25 años: 2 (20%)

25-34 años: 3 (30%)

35-44 años: 2 (20%)

45-54 años: 2 (20%)

55 años o más: 1 (10%)

Género:

Masculino: 5 (50%)

Femenino: 4 (40%)

Otro: 1 (10%)

Años de experiencia en periodismo:

Menos de 1 año: 1 (10%)

1-5 años: 4 (40%)

6-10 años: 3 (30%)

Más de 10 años: 2 (20%)

Parte 2: Ingresos y Monetización

Ingreso promedio mensual:

Menos de \$500: 4 (40%)

\$500 - \$1,000: 3 (30%)

\$1,001 - \$2,000: 2 (20%)

Más de \$2,000: 1 (10%)

Métodos de monetización utilizados:

Publicidad en línea: 6 (60%)

Suscripciones de lectores: 2 (20%)

Donaciones: 3 (30%)

Venta de contenido: 1 (10%)

Colaboraciones con marcas: 4 (40%)

Otros: 1 (10%) (especificar: "Eventos y talleres")

Parte 3: Acceso a Tecnologías

Accesibilidad a tecnologías:

Muy accesible: 3 (30%)

Accesible: 5 (50%)

Poco accesible: 1 (10%)

Muy poco accesible: 1 (10%)

Herramientas tecnológicas utilizadas:

Laptop/PC: 10 (100%)

Smartphone: 9 (90%)

Software de edición: 7 (70%)

Plataformas de gestión de contenido: 5 (50%)

Redes sociales: 10 (100%)

Otros: 1 (10%) (especificar: "Herramientas de análisis")

Parte 4: Barreras y Expectativas

Principales barreras enfrentadas:

Falta de financiamiento: 7 (70%)

Dificultad para acceder a fuentes: 3 (30%)

Competencia con grandes medios: 6 (60%)

Problemas tecnológicos: 4 (40%)

Otros: 1 (10%) (especificar: "Falta de capacitación")

Optimismo sobre nuevas plataformas de monetización:

Muy optimista: 2 (20%)

Optimista: 5 (50%)

Neutral: 2 (20%)

Pesimista: 1 (10%)

Muy pesimista: 0 (0%)

Características deseadas en una nueva plataforma:

Facilidad de uso: 8 (80%)

Herramientas de análisis de audiencia: 6 (60%)

Métodos de monetización diversificados: 7 (70%)

Soporte técnico: 5 (50%)

Capacitación sobre el uso de la plataforma: 4 (40%)

Otros: 1 (10%) (especificar: "Integración con redes sociales")

