



# UNIVERSIDAD DE CUENCA

## Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación

### Carrera de Ciencias de la Comunicación Social en Periodismo y Comunicación Digital

Análisis de las temáticas e interacción de Moteradio y La Andariega durante los meses de confinamiento por la pandemia de COVID-19

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social en Periodismo y Comunicación Digital

#### **Autores:**

Erika Pamela Gavilanes Villacis

C.I 0105399109

Correo Electrónico: pamelag97@hotmail.com

Fabián Andrés Mendieta Coronel

C.I. 0106729767

Correo Electrónico: fabianmendieta1996@yahoo.com

#### **Tutor:**

Mgt. Juan Francisco Beltrán Romero

C.I. 0102498763

**Cuenca-Ecuador**

**26 de octubre de 2021**



## RESUMEN

Moteradio y La Andariega son dos medios de comunicación digital de la ciudad de Cuenca que iniciaron sus actividades en 2016 y 2017 respectivamente. Ambos han venido mostrando distintas temáticas en cada una de sus publicaciones, lo que llamó la atención de quienes desarrollamos este trabajo de investigación. Aprovechando el impacto de la COVID-19 y todo lo que repercutió esta enfermedad a nivel local, nacional e internacional se decidió obtener el engagement que tuvo la audiencia con las publicaciones relacionadas a este tema y con los medios de comunicación anteriormente mencionados. Para el análisis y cálculo del engagement nos basamos en la categorización de Ángel Rodríguez y Lluís Mas y Mariano Ure, quien mantenía un cálculo de acorde a las necesidades de cada red social. Con el avance de la investigación se pudo conocer cuáles fueron las temáticas de mayor aceptación en cada red social que manejan los dos medios de comunicación digital, analizando sobre todo los temas relacionados a la pandemia para rechazar o confirmar la hipótesis planteada en este proyecto: Moteradio, La Andariega y sus lectores dieron importancia a temas relacionados con la COVID-19 durante los meses de confinamiento debido a la pandemia por esta enfermedad, lo que se reflejó en el número de publicaciones y en el impacto que estas obtuvieron.

**Palabras clave:** Engagement. Pandemia. COVID-19. Categorías. Temáticas. Comunicación digital. Periodismo. Red social.



## **ABSTRACT**

Moteradio and La Andariega are two digital communication media in the city of Cuenca that began their activities in 2016 and 2017 respectively, both have been showing different topics in each of their publications, which caught the attention of those of us who developed this work of investigation. Taking advantage of the impact of COVID-19 and everything that this disease affected at the local, national and international levels, it was decided to obtain the engagement that the audience had with the publications related to this topic and with the aforementioned media. For the analysis and calculation of engagement we relied on the categorization of Ángel Rodríguez and Lluís Mas, and Mariano Ure, who maintained a calculation according to the needs of each social network. With the progress of the research, it was possible to know which were the most widely accepted topics in each social network that the two digital communication media handle, analyzing above all the topics related to the pandemic to reject or confirm the hypothesis raised in this project: Moteradio, La Andariega and their readers gave importance to issues related to COVID-19 during the months of confinement due to the pandemic caused by this disease, which was reflected in the number of publications and the impact they had.

**Keywords:** Engagement. Pandemic. COVID-19. Categories. Themes. Digital communication. Journalism. Social network



## ÍNDICE

RESUMEN.....	2
ABSTRACT .....	3
CAPÍTULO 1.....	11
1.1 Introducción.....	11
1.2 Planteamiento de hipótesis .....	13
1.3 Antecedentes .....	14
1.4 Justificación e Importancia .....	15
1.5 Preguntas de Investigación.....	16
1.6 Objetivos .....	16
1.6.1 Objetivo General .....	16
1.6.2 Objetivos Específicos.....	16
1.7 Marco Referencial Conceptual .....	17
1.8 Metodología .....	19
CAPÍTULO 2.....	20
2.1 Definición de comunicación digital .....	20
2.2 Inicio de los medios nativos digitales en el mundo .....	22
2.3 Surgimiento de medios nativos digitales en América Latina.....	23
2.4 Medios digitales nativos en Ecuador .....	25
2.5 Surgimiento de Moteradio.....	26
2.6 Surgimiento de La Andariega .....	29
CAPÍTULO 3.....	32
3.1 Definición de <i>engagement</i> .....	32
3.2 Categorización de las publicaciones .....	35
3.3 Tablas de Moteradio .....	36
3.4 Tablas de La Andariega.....	37
3.5 Cálculo del <i>engagement</i> de Moteradio en sus redes sociales durante los meses de confinamiento. ....	38
3.5.1 Análisis del <i>engagement</i> de Moteradio en Facebook .....	39
3.5.2 Análisis del <i>engagement</i> de Moteradio en Twitter.....	45
3.5.3 Análisis del <i>engagement</i> de Moteradio en Instagram.....	54
3.5.4 Porcentaje de publicaciones relacionadas a COVID-19 .....	60
3.6 Cálculo del <i>engagement</i> de La Andariega en sus redes sociales durante los meses de confinamiento .....	61



3.6.1 Análisis del <i>engagement</i> de La Andariega en Facebook .....	62
3.6.2 Análisis del <i>engagement</i> de La Andariega en Twitter .....	66
3.6.3 Análisis del <i>engagement</i> de La Andariega en Instagram .....	68
3.6.4 Porcentaje de publicaciones relacionadas a la COVID-19 .....	71
4. Conclusiones .....	72
5. Recomendaciones .....	75
6. Bibliografía .....	76
Anexos .....	80



### Cláusula de Propiedad Intelectual

---

Erika Pamela Gavilanes Villacis, autora del trabajo de titulación "Análisis de las temáticas e interacción de Moteradio y La Andariega durante los meses de confinamiento por la pandemia de COVID-19", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora.

Cuenca, 26 de Octubre de 2021

Erika Pamela Gavilanes Villacis

C.I: 0105399109



### Cláusula de Propiedad Intelectual

---

Fabián Andrés Mendieta Coronel, autor del trabajo de titulación “Análisis de las temáticas e interacción de Moteradio y La Andariega durante los meses de confinamiento por la pandemia de COVID-19”, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor.

Cuenca, 26 de Octubre de 2021

Fabián Andrés Mendieta Coronel

C.I: 0106729767



Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio  
Institucional

---

Erika Pamela Gavilanes Villacis, en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación “Análisis de las temáticas e interacción de Moteradio y La Andariega durante los meses de confinamiento por la pandemia de COVID-19”, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 26 de octubre de 2021

Erika Pamela Gavilanes Villacis

C.I: 0105399109





Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio  
Institucional

---

Fabián Andrés Mendieta Coronel, en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación “Análisis de las temáticas e interacción de Moteradio y La Andariega durante los meses de confinamiento por la pandemia de COVID-19”, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 26P de octubre de 2021

Fabián Andrés Mendieta Coronel

C.I: 0106729767



## **Dedicatoria**

El presente trabajo de titulación va dedicado a nuestras familias, sobre todo por el apoyo que nos brindaron durante la etapa universitaria. Hemos finalizado la vida estudiantil para emprender el viaje hacia el mundo profesional y estamos seguros que todo lo aprendido, tendrá sus frutos.

## **Agradecimiento**

Agradecemos primeramente a Dios por habernos dado la vida, por permitirnos disfrutar nuestra niñez, adolescencia y ahora encaminarnos al mundo profesional donde demostraremos los conocimientos que adquirimos en la Universidad. Nuestra gratitud también a nuestros padres y hermanos por ser un pilar fundamental, a nuestros compañeros de clase por los recuerdos increíbles y a nuestros profesores por todo el esmero que pusieron al enseñarnos cada una de las asignaturas.



## **CAPÍTULO 1**

### **MOTERADIO Y LA ANDARIEGA, MEDIOS DIGITALES PRESENTES EN LA CIUDAD DE CUENCA.**

#### **1.1 Introducción**

El presente trabajo, “Análisis de las temáticas e interacción de Moteradio y La Andariega durante los meses de confinamiento por la pandemia de COVID-19”, tiene como objetivo determinar las temáticas de las publicaciones realizadas por Moteradio y La Andariega en redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram) y la interacción que alcanzaron durante los meses de marzo, abril y mayo del año 2020.

A medida que el tiempo avanza, la tecnología se ha ido involucrando casi en su totalidad en nuestras actividades cotidianas; una de ellas es la comunicación, que se ha desligado de sus bases en periódicos, radio y televisión para centrarse en el mundo digital.

La comunicación digital ha permitido transmitir un mensaje o noticia en menor tiempo y a una gran cantidad de personas, hace mucho tiempo era complicado enviar un mensaje a alguien que estaba en un país distante, incluso una llamada costaba una cantidad considerable de dinero que no todos podían cancelar.

Esta nueva manera de comunicar se encarga de combinar la transmisión de información con las redes sociales y demás plataformas digitales, que pueden generar contenidos e información masiva en tiempo real y con interacción de muchas personas al mismo tiempo.

Las redes sociales se han convertido en el medio de comunicación más accesible para conseguir información, esto debido a que le dan al usuario la posibilidad de interactuar con una página, medio o usuario de una manera fácil y sencilla. En este caso, con la



aplicación del *engagement* se puede analizar qué temática o contenido atrae más al usuario y que a su vez produzca más visitas al medio de comunicación digital. Así se podrá revelar el nivel de compromiso que tienen los usuarios con el medio.

Existen diversas maneras de identificar el *engagement* en un medio de comunicación digital, una de ellas es la primera conversación, entendida como la interacción *online* (en línea) entre usuarios, en la que unos reaccionan a lo publicado por otros (me gusta, comentar, compartir), es decir, “los usuarios aceptan y reproducen la información inicial a partir de cierta implicación emocional” (Ure, 2018).

Otro tema que es necesario aclarar es el tiempo de confinamiento. Hemos delimitado este estudio a los meses de marzo, abril y mayo, en los que se mantuvo un estricto protocolo para salvaguardar nuestra salud debido a la pandemia provocada por el COVID-19.

El pasado 11 de marzo de 2020, el director general de la Organización Mundial de la Salud (OMS), Tedros Adhanom, declaró al COVID-19 como una pandemia, inmediatamente muchos países empezaron a tomar estrictas medidas de seguridad para que esta enfermedad no se propague con rapidez. En Ecuador, el lunes 16 de marzo de 2020, el presidente Lenín Moreno decretó estado de excepción para precautelar la salud de las y los ecuatorianos, desde ese momento, la vida de todos cambió radicalmente y los medios tuvieron que acoplarse a muchos cambios, la continua actividad que venían mostrando muchos de ellos se fue limitando y acomodando a lo que pasaba con la enfermedad.

A continuación, se dará a conocer la composición de cada uno de los capítulos del presente trabajo de investigación.

En el primer capítulo se expondrá la investigación y el análisis previo al trabajo de titulación, además del planteamiento de hipótesis, antecedentes, justificación e



importancia, preguntas de investigación, objetivo general y específico y finalmente el marco referencial conceptual.

En el segundo capítulo se describirá cómo surgieron Moteradio y La Andariega, sus primeros pasos, quiénes iniciaron con este proyecto, quiénes se fueron sumando en el camino y quiénes forman parte de estos medios de comunicación en la actualidad.

En el tercer capítulo se mostrará las temáticas que tuvieron mayor impacto durante los meses de confinamiento en Facebook, Twitter e Instagram y se calculará el *engagement* de los usuarios hacia las publicaciones presentadas por Moteradio y La Andariega durante los meses de confinamiento. Moteradio maneja algunas redes sociales, sin embargo, se analizará solo tres (Facebook, Twitter e Instagram), lo mismo sucederá con La Andariega.

En este punto se va a despejar la interrogante que tenemos desde un inicio, es decir, se comprobará si las temáticas que tuvieron mayor impacto durante los meses de confinamiento en Moteradio y La Andariega fueron relacionadas a la pandemia provocada por COVID-19.

## **1.2 Planteamiento de hipótesis**

Moteradio, La Andariega y sus lectores dieron importancia a temas relacionados con la COVID-19 durante los meses de confinamiento debido a la pandemia por esta enfermedad, lo que se reflejó en el número de publicaciones y en el impacto que estas obtuvieron.



### 1.3 Antecedentes

Hasta abril del 2015 existían 1.148 medios digitales (60 medios digitales nativos) en el Ecuador, entre privados, públicos y comunitarios. Un medio nativo digital es un medio que nace y vive en internet, sin que exista su versión tradicional (Morán, 2015).

Estos medios digitales se especializaban en temas concretos como noticias locales, investigaciones, temas políticos y económicos.

Pese a que ya se tenía comprobado que en 2015 existían medios de comunicación digital en las cuatro regiones del país, también es cierto que estos tenían un equipo y recursos limitados para su difusión, lo que provocaba que sean pocas las personas motivadas en tratar de sacar adelante este nuevo método de comunicación. Ya en 2018 la lista subió a 83 medios digitales nativos en total, el 43 % estaba en la provincia de Pichincha, el 21 % en la provincia del Guayas, el 10 % en la provincia de Los Ríos y finalmente el 26 % restante en Azuay, Cotopaxi, El Oro, Galápagos, Manabí, Morona Santiago, Pastaza, Sucumbíos y Tungurahua (Morejón & Zamora, 2019).

Con el paso del tiempo han ido incrementando los medios digitales nativos en el Ecuador, otros han desaparecido o tan solo se han enfocado en una sola red social dependiendo de la información o contenido que deseen presentar a sus usuarios.

Una de las características de Moteradio y La Andariega es la atemporalidad, es decir, sus contenidos no se verán afectados con el pasar del tiempo y mantendrán su interés.

Estos dos medios digitales de la ciudad de Cuenca nacieron entre los años 2016 y 2017 con el fin de comunicar a la ciudadanía mediante pódcast, crónicas o entrevistas diversos temas que han marcado de alguna manera a la sociedad. En este caso se abordará cómo se han ido desarrollando con el paso del tiempo y sobre todo cuál ha sido el manejo en



cuanto a noticias y su contenido durante la época de confinamiento. Por época de confinamiento nos referimos a marzo, abril y mayo, meses en los que se tomaron medidas para precautelar la salud de las y los ecuatorianos debido a la pandemia provocada por la COVID-19.

#### **1.4 Justificación e Importancia**

Para el presente proyecto de investigación se eligió a Moteradio y a La Andariega como medios de comunicación a analizar ya que ambos presentan algunos recursos en cada uno de sus productos comunicacionales, por ejemplo, Moteradio es un medio que trabaja con pódcast que cuentan acontecimientos de la provincia del Azuay y de nuestra ciudad, además presenta contenidos atemporales, es decir, tendrán la misma relevancia si se escuchan el día de mañana o en un año.

Moteradio además presenta un juego llamado “*audiogames*” que consiste en realizar preguntas del audio que se acaba de escuchar.

Y, finalmente, Moteradio es un medio de comunicación que interactúa de manera continua con su audiencia en redes sociales, incluso en varias oportunidades, premian con regalos a quienes están pendientes de su programación.

El segundo medio digital a analizar fue La Andariega, que utiliza muchas herramientas como audios, imágenes, textos y videos para que un suceso pueda ser comprendido por cualquier persona y para intentar captar detalles de cada hecho.

Luego está presente la interacción que mantiene La Andariega con su público en redes sociales, en total son cuatro las redes que manejan y en cada una de ellas están actualizando su información constantemente.



Para finalizar, estos dos proyectos tienen un valor simbólico, ya que ambos son encabezados por estudiantes que estuvieron en las aulas de la Universidad de Cuenca.

Entre los beneficiarios podría estar la ciudadanía, estudiantes de comunicación social y periodistas quienes buscan información de hechos trascendentales en los distintos medios de comunicación digital de la ciudad de Cuenca, en este caso, se va a conocer más acerca de Moteradio y La Andariega.

### **1.5 Preguntas de Investigación**

¿Cuáles fueron las temáticas que generaron más interacción en los usuarios durante la época de confinamiento?

¿Cuáles han sido los nuevos temas que se han publicado durante la época de confinamiento?

¿Cuál ha sido el nivel de *engagement* que han tenido los usuarios con estos medios de comunicación en Facebook, Twitter e Instagram?

### **1.6 Objetivos**

#### **1.6.1 Objetivo General**

Identificar las temáticas de Moteradio y La Andariega que lograron más interacción durante los meses de marzo, abril y mayo del año 2020.

#### **1.6.2 Objetivos Específicos**

1. Clasificar las temáticas que se presentaron en las redes sociales de Moteradio y La Andariega durante los meses de marzo, abril y mayo del año 2020





2. Comparar las temáticas que se presentaron en las redes sociales de Moteradio y La Andariega durante los meses de marzo, abril y mayo del año 2020
3. Calcular el nivel de *engagement* de las publicaciones presentadas por Moteradio y La Andariega.

### **1.7 Marco Referencial Conceptual**

En la actualidad internet es el medio en el que habita la mayor información de sucesos, por lo cual los medios de comunicación tradicionales tienen que contar con una versión digital ya que existe un auge de los medios nativos digitales que amenazan con ganar una mayor audiencia. Los medios de comunicación actuales deben irse adaptando al avance tecnológico, aunque conlleve una cantidad importante de cambios y dificultades para el medio y los comunicadores que laboran en el mismo.

El avance de la tecnología, en especial, en el ámbito de la comunicación, obliga a los medios a evolucionar constantemente para no morir en un escenario marcado por una serie de transformaciones y cambios mediáticos que han afectado al periodismo como profesión y a los medios de comunicación, proceso que ha generado estudios de todo orden” (Punín, Martínez , & Rencoret , 2014).

Desde hace algún tiempo el internet es la herramienta principal para hacer periodismo, es una ayuda fundamental para este mundo de la comunicación e información. “El internet es terreno fértil para el periodismo. Aliado en las circunstancias más difíciles, la red ha impulsado el oficio a la innovación o ha sido el espacio para el periodismo desenfadado, provocador o que busca sobrevivir” (Morán, 2015).



Con la aparición del internet en Ecuador, varios medios de comunicación tuvieron la iniciativa de poder trasladar toda la información emitida a los portales digitales, con el fin de llegar a la audiencia que desde ese momento optaba por utilizar herramientas en el web y dejaba de lado el poder informarse mediante la televisión, periódico e incluso la radio. “Conforme los datos obtenidos a través de la investigación del Mapa de la Comunicación del Ecuador 2011, se conoce la información que 15 medios declararon ser digitales, es decir, que usan a Internet, como soporte para la transmisión de noticias” (Coronel, 2015).

Y justamente lo que combina la utilización del internet y una manera de hacer periodismo es el medio de comunicación digital, el objeto de estudio de este proyecto. Los dos medios elegidos son Moteradio y La Andariega, que se caracteriza por investigar a profundidad algún hecho y mostrarlo al público. “Todo parte de ideas originales. Un medio digital no debe perder su esencia: la investigación” (Cadena, 2015).

Cada medio digital nace con un ideal firme: investigar a fondo e informar a su manera; con el paso del tiempo para mantener un sitio web o una página social se ha necesitado de una inversión y con ello, los periodistas se han visto obligados a buscar un sustento económico. La realidad de los medios digitales también se mueve por emprendimiento (Punín, Martínez , & Rencoret , 2014).

Se puede decir entonces, que para que un medio de comunicación digital se lleve a cabo se necesita de muchos aspectos, aunque también podría traer consigo una serie de nuevas características como: la convergencia, la movilidad, la instantaneidad, la interactividad, la globalización, la transformación, la individualidad” (Arango, 2013).

Otro de los puntos importantes en la investigación es calcular el *engagement* de los usuarios hacia los medios de comunicación digital, este compromiso se evidencia en comportamientos de diferente intensidad, desde acciones simples como ver y leer a otras



como darle a “Me gusta”, comentar o responder y compartir una publicación (Ballesteros , 2019).

Los medios de comunicación digital se caracterizan por el contenido que difunden, en este caso Moteradio y La Andariega abordan temas coyunturales dirigidos a un público en específico. Las redes sociales ofrecen una oportunidad para conectarse con la gente, mostrar sus historias, informarse sobre hechos en tiempo real y complementar la cobertura de un hecho (Cerviño, 2013).

Para analizar los resultados en cuanto a la aceptación de las publicaciones realizadas, el medio de comunicación digital se puede basar en las interacciones, según Orbani y Chacón, las menciones, comentarios o participación pueden ser considerados como el ejemplo del nivel más alto de *engagement* (Orbani & Chacón, 2015).

## **1.8 Metodología**

El tipo de metodología a utilizar será la metodología cualitativa, primero buscando exponer el surgimiento de los dos medios de comunicación que están sujetos a estudio, Moteradio y La Andariega en plataformas digitales a través del método cronológico.

Luego de ello se propone calcular el nivel de interacción de los usuarios hacia las publicaciones que realizan estos medios de comunicación digital mediante un método descriptivo con la revisión bibliográfica documental respectivo.

Finalmente, se aplicará el método analítico en cuanto al impacto que tuvieron las publicaciones por parte de sus usuarios durante los meses de confinamiento del año 2020.



## **CAPÍTULO 2**

### **COMUNICACIÓN DIGITAL**

#### **2.1 Definición de comunicación digital**

Es importante diferenciar las formas de comunicación tradicional a las nuevas maneras digitales de comunicar:

La comunicación tradicional se basa en un sistema básico donde interactúan un emisor y un receptor a través de un canal y código, por otra parte, la comunicación a través de medios digitales se caracteriza por ser interpersonal y colectiva de manera sincrónica y asincrónica, que rompe todos los esquemas lineales de una comunicación ya que no existe un receptor directo y que todos los participantes cumplen los roles de emisor, receptor, actor, espectador, etc. (Carrera, 2012).

Se puede entonces decir que valiéndose de la Comunicación Digital es mucho más fácil y más práctico transmitir un mensaje o noticia, en menor tiempo y a una gran cantidad de personas, sin embargo, queda la sensación de que, quienes no tengan acceso a un teléfono inteligente, computador o televisor no estarán inmiscuidos en lo que se conoce como revolución digital.

Esta nueva manera de comunicar es la encargada de transmitir información acoplando la vida cotidiana con las redes sociales y demás plataformas digitales, las cuales pueden generar contenidos de información masiva en tiempo real y con interacción de muchas personas al mismo tiempo. Por lo tanto, se podría decir que la comunicación digital se ha fusionado con el periodismo para que las personas puedan informarse e interactuar con cualquier medio de comunicación.



Cada persona que publica en medios digitales es un periodista, y cada vez más personas ejercen esta función sin los fundamentos de comunicación en cuanto a los criterios fundamentales y la metodología necesaria (Núñez, 2005).

Esta forma aplicada a la comunicación presenta la oportunidad de usar páginas web, blogs, videos, imágenes y demás medios que se pueden inducir mediante internet para que un determinado mensaje llegue a sus específicos receptores.

El fenómeno de la comunicación es inherente para la relación que se maneja entre los seres vivos. La forma cotidiana que teníamos al momento de comunicarnos se basaba en transmitir mensajes mediante lenguaje oral (cara a cara), lenguaje escrito con cartas y o periódico.

“Las tecnologías de la información y la comunicación no son fórmula mágica, pero pueden mejorar la vida de todos los habitantes del planeta. Disponemos de herramientas para alcanzar los Objetivos de Desarrollo del Milenio, de instrumentos que harán avanzar la causa de la libertad y la democracia, y los medios necesarios para propagar los conocimientos y facilitar la comprensión mutua “ (Annan, 2003)

La comunicación digital es una de las áreas más importantes que ha surgido en los últimos tiempos dentro de la comunicación social; ha transformado la manera de transmitir información basada en técnicas y herramientas según el avance de la tecnología.

Esta nueva forma de comunicar ha generado que la comunicación tradicional de un salto a la innovación para poder llegar de mejor manera a su audiencia, esto conlleva una retroalimentación rápida y eficaz; es decir, el medio es el único factor que cambia en esa forma de comunicar y se mantienen los emisores y receptores. Esta red se sigue propagando y diversificando varias formas de seguir alcanzando un posicionamiento en



este mundo moderno; un medio tradicional que no ha innovado a lo digital, es un medio que poco a poco va a ir desvaneciéndose.

## **2.2 Inicio de los medios nativos digitales en el mundo**

Desde el momento en el que apareció, Internet marcó una revolución importante en las sociedades contemporáneas. Conjuntamente con el desarrollo de las tecnologías ha logrado una evolución a pasos agigantados desde el momento donde se empezaban a implantar las primeras bases de la comunicación.

Esta marca se ve reflejada entre la revolución tecnológica producida en Estados Unidos en tiempos postguerra, hablamos de los años 40 hasta los 70, cuando se fundamentaron las primeras computadoras del siglo XX, haciendo esto un impulso de la sociedad hacia la era de la información digital.

Al unirse la primera computadora con las primeras conexiones de internet se logró por primera vez la comunicación por medios digitales, esto con el afán de tratar la información, transformarla, amplificarla y distribuirla hacia la población ofreciendo un sinnúmero de usos.

“Los primeros medios digitales fueron las versiones en línea de los diarios impresos. Pronto la tendencia fue la diversificación, que impuso complementar el impreso mediante la personalización de contenidos y publicidad, agregación y archivos de noticias” (Boczkowski, 2006)



Pasó un tiempo corto para que la idea de una audiencia solamente receptora terminara. “En la era de internet todos pueden hacerlo todo. Todos pueden ser a la vez editores, autores y periodistas. Todos pueden participar, todos pueden ganar dinero. Ese es el mantra” (Schirmacher, s.f.)

Así nacieron los primeros medios nativos digitales, que, hay que recordar, no tenían un antecedente de trabajo previo en periódico, radio o televisión. “Un ejemplo representativo es The Huffington Post (2005). Junto a otros, como Buzz Feed, mantuvieron la fórmula de combinar la tradición impresa de la narrativa lineal con, cada vez más, el hipertexto, la interacción y el formato multimedia” (Boczkowski, 2006)

“Entre 1994 y 1996 muchos periódicos de América Latina lanzaron sus ediciones web, entre 2010 y 2014 se creó el 73 % de los medios nativos digitales” (Meléndez, 2016)

Estos emprendimientos establecieron redes de colaboración en las que muchos de los autores trabajaban gratuitamente, exploraron la idea de los contenidos virales y se dedicaron a interactuar y conocer a sus audiencias estableciendo conversaciones y monitoreando al detalle su tráfico (Shapiro, 2012)

### **2.3 Surgimiento de medios nativos digitales en América Latina**

Uno de los primeros medios de comunicación digital que apareció en América Latina fue El Faro, de El Salvador, fundado en mayo de 1998. Se creó exclusivamente para internet y ha conservado una línea editorial que defiende la libertad de expresión y de prensa (Chávez & Munguia, 2017)



Este proyecto hace una apuesta firme por el periodismo investigativo y se considera agnóstico en cuanto a su plataforma, además realiza periodismo en diversos géneros y formatos *online* (en línea) y tradicionales (libros, cine, revistas) (elfaro.net, 1998)

Desde sus inicios El Faro ha centrado sus contenidos en lo que sucede en Centroamérica y se ha convertido según ellos en un “referente regional de periodismo independiente, transparente y confiable que realiza coberturas sobre corrupción, crimen organizado, migración, cultura, desigualdad, impunidad y Derechos Humanos, tanto fiscalizando las instancias estatales como las diferentes esferas económicas y sociales de la región” (elfaro.net, 1998)

El Faro ha obtenido varios reconocimientos como el Ortega Gasset de Periodismo en 2011, el World Press Photo en 2014, el premio a la Excelencia de la Fundación Gabo en 2016, en la especialidad de periodismo digital, el Premio Latinoamericano de Periodismo de Investigación en 2013 y 2017 y, por último, el Premio Internacional de Periodismo Rey de España conseguido el año pasado (González J. , 2020).

Otro de los casos en América Latina corresponde a los medios de comunicación fundados en Argentina, específicamente en los años noventa se creó Interlink Headlines News, Rosarionet y Periodismo.com (Zuluaga & Gómez, 2019). También se puede nombrar a Chequeado, proyecto de la Fundación La Voz Pública, que a partir de su creación (2010) se dedicó a la verificación del discurso público, la lucha contra la desinformación, la promoción del acceso a la información y la apertura de datos (González J. , 2020).

En Brasil, entre 2003 y 2006 hubo un pico de surgimiento de blogs; sin embargo, muchos desaparecían porque el desafío grande era siempre encontrar un modelo de sostenimiento estable (Zuluaga & Gómez, 2019).





En Colombia, 2009, uno de los portales más consultados y calificado como uno de los que ejerce mayor influencia en este país es La Silla Vacía, cuyos contenidos están concentrados en el poder y la política (Zuluaga & Gómez, 2019).

## 2.4 Medios digitales nativos en Ecuador

El periodismo digital en Ecuador, en los últimos años, ha ayudado para que los medios de comunicación tradicionales puedan tener inmediatez de información, aunque hay que mencionar que no todos los medios nativos digitales existentes en el país se manejan con esa característica principal, algunos tienen como herramienta la atemporalidad, una cualidad para que un tema pueda mantener su interés a largo plazo.

En 1994, Diario Hoy da su primer paso a la plataforma digital ofreciendo una versión gráfica y con ello se convirtió en el primer medio tradicional en trasladar su información a las plataformas digitales (González, Ulloa, & Galarza, 2015).

Para 1996 el diario El Comercio tuvo en su página principal digital una nota escaneada de la edición impresa y *links* adicionales para dirigirse a las demás secciones. En 1999, ya contaba con una presentación similar a la versión impresa incorporando el menú de navegación y una nueva sección denominada “Lo Último” (González, Ulloa, & Galarza, 2015).

Diario El Universo llegó a internet en 1997 presentando solo una noticia sin foto, un editorial y un menú sin opciones para contactos ni tan solo una descripción del medio (González, Ulloa, & Galarza, 2015).

En 1998, diario La Hora presenta un sitio con una distribución de secciones diferente a los otros medios. A partir del 2000 arrancó el auge de los medios digitales, entre ellos



tenemos a Ecuador Inmediato, La República, Ecuador en vivo.com, Ciudadanía Informada, Diario Expreso y el Extra (González, Ulloa, & Galarza, 2015).

Con el pasar del tiempo, han incrementado los medios digitales nativos, cada uno dedicado a su especialidad, por ejemplo, por un lado tenemos medio tradicionales convertidos en medios digitales abordando temas de la actualidad y por otro, medios digitales que buscan evidenciar realidades, entre ellos están Mil Hojas, La Barra Espaciadora, La Historia, GK, Moteradio, La Andariega, entre otros; estos dos últimos como parte de nuestro objeto de estudio (González, Ulloa, & Galarza, 2015).

En 2010 fue creado Wambraradio, medio digital de la ciudad de Quito, buscando realizar periodismo comunitario y dar espacio a temas ambientales, juveniles o de género. Se basan en videos acompañados de ironía y sarcasmos (Morán, 2015).

Eco Amazónico, creado en 2012 en Puyo perteneciente a la provincia de Pastaza, está dedicado a tocar el tema de los deportes que se desarrollan en la Amazonía, pese a ello también han abordado contenidos relacionados a la ecología, cultura y nacionalidades indígenas.

Y finalmente se puede mencionar a Fútbol Ecuador, medio digital creado en el año 2003, se dedica a tratar noticias del futbol ecuatoriano y esporádicamente del fútbol internacional (Morán, 2015).

## **2.5 Surgimiento de Moteradio**

Uno de los medios de comunicación que se ha centrado en combinar sonidos y hechos desde una perspectiva distinta a lo común ha sido Moteradio, un proyecto iniciado por el



periodista Johnny Guambaña y Cristian Ochoa con el objetivo de contar historias a través de audios que puedan perdurar en el tiempo.

Moteradio inicia sus actividades a finales del 2016, sin embargo, antes ya produjo algunos pódcast que dieron la idea para la creación del medio, los primeros fueron el de San Roque y el de Mercedes Sosa. Los pódcast estaban simplemente subidos a *Soundcloud* (plataforma de audios en línea) pero en octubre o noviembre ya adopto el nombre de Moteradio (Johnny Guambaña, comunicación personal, 25 de noviembre del 2019).

Este medio de comunicación cuencano siempre pensó en realizar trabajos desde Cuenca para el mundo.

Cuando estaba participando en el circuito atlético de los bomberos, el presentador dijo un saludo para los mote *runners* (corredores) haciendo referencia a los competidores cuencanos, en ese momento me surgió el nombre de Moteradio, luego fue teniendo otra connotación, repensé la idea y me di cuenta que el mote ha estado presente como alimento y elemento de adoración desde siempre, el 99% de los cuencanos comemos mote, incluso relacioné el tema de la mazorca con un símbolo para el medio y que así sea algo más serio y profesional (Guambaña, comunicación personal, 30 de junio del 2020).

Moteradio además fue el proyecto de la maestría de Johnny Guambaña. Siempre fue seguidor del tema radial y de combinar muchos elementos para crear productos comunicacionales.

Estudié una maestría en periodismo digital y con el paso del tiempo apliqué todo el conocimiento a Moteradio. Ese fue mi proyecto de la maestría, la idea nunca fue de hacer una radio *online* (en línea) por el tiempo que se necesitaba invertir,



por eso el eje de Moteradio siempre fue de realizar pódcast grabados o preproducidos, esa es la historia en contexto de Moteradio (Guambaña, comunicación personal, 30 de junio del 2020).

Moteradio tiene a otro integrante más, Cristian Ochoa.

A Cristian le conocí en Radio Pública, un muy buen productor, yo produje los primeros dos pódcast, él me realizó algunas observaciones y a partir de ese momento es el productor de Moteradio. Yo manejo el tema de imagen, proyectos y conceptos y él arma lo que yo digo el *Frankenstein* (personaje de ficción). Hemos tenido colaboradores como por ejemplo Antonio Bermeo para Mote y Vinilo o Matías Villacís para la realización del logo de Moteradio, pero las cabezas somos Cristian y quien les habla (Guambaña, comunicación personal, 30 de junio del 2020).

Moteradio inició sus actividades a finales del 2016, pero no fue sino hasta 2018 cuando se presentó como medio de comunicación a la ciudadanía.

Oficialmente Moteradio se presentó el viernes 11 de enero del 2019 en las Jornadas de Emprendimiento en Comunicación de la Universidad de Cuenca, aunque antes ya habíamos participado en el Seminario de Periodismo de la Universidad de Cuenca, el 29 de mayo del 2018. Decidimos presentar en un evento así porque Moteradio es un proyecto universitario, educativo, queremos ser un espacio de reflexión (Guambaña, comunicación personal, 30 de junio del 2020).

A continuación, vamos a mostrar el perfil de cada uno de los fundadores y actualmente periodistas de Moteradio.



El fundador y actual director de Moteradio es Johnny Guambaña Jaramillo, licenciado en Comunicación Social por la Universidad de Cuenca, magíster en Periodismo Digital por la Universidad Casa Grande de Guayaquil y actual corresponsal de diario El Universo en Cuenca.

Johnny lleva 18 años de carrera activa en medios impresos, radiales y digitales. Es cofundador del Programa Voces del Alma (espacio producido por las personas privadas de la libertad del CRS Turi) y ha trabajado en dos diarios de la ciudad de Cuenca, El Tiempo y El Mercurio, además de Radio Pública del Ecuador, radio Splendid, radio católica y radio Carrousel.

Entre sus reconocimientos está la obtención de la presea José Peralta por la creación del programa Voces del Alma y el ser becado en dos ocasiones por la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (hoy Fundación Gabo) para los talleres “Así se escribe en periodismo” con Miguel Ángel Bastenier y “Reportajes Sonoros” con Ricardo Sandoval.

Quien acompaña a Johnny es Cristian Ochoa Guerrero, licenciado en Comunicación Social por la Universidad Politécnica Salesiana, cofundador de Moteradio.

Cristian también tiene 18 años de carrera activa en la producción radial, posee experiencia en coberturas internacionales durante desastres naturales, cumbres presidenciales y otros eventos en distintos países de Sudamérica. Encargado de toda la parte de producción de Moteradio y de Radio Pública FM.

## **2.6 Surgimiento de La Andariega**

La Andariega es un medio de comunicación digital que nació en las aulas de la Universidad de Cuenca, en un principio, Karla Crespo y Daniela Idrovo (fundadoras de



la Andariega) realizaron como proyecto de titulación: un circuito de audio para personas no videntes, desde aquel momento, “quedamos enganchadas con el pódcast, el primero fue acerca del cáncer, lo lanzamos en *Soundcloud* sin tener aún página web, el lanzamiento oficial de la Andariega fue el 27 de julio del 2017” (K. Crespo & D. Idrovo, comunicación personal, 15 de julio del 2020).

Al consultar por el nombre y la razón por la cual La Andariega se llama de esta manera, Daniela manifestó lo siguiente: “El nombre fue difícil, estábamos buscando algo que nos acompañe, algo que lleves a todo lado, algo que represente el caminar, porque, como dicen, el periodismo se aprende más en la calle que en la U” (Idrovo, comunicación personal, 15 de Julio del 2020).

Pese a que La Andariega fue fundada por Karla Crespo y Daniela Idrovo, ellas han tenido muchas y muchos colaboradores, “en el camino se fueron sumando más personas, Jenny Arízaga, que fue productora audiovisual, Jacky Beltrán, periodista, Juan Francisco Beltrán, periodista y docente, Gabriela Ruiz, escritora y poeta quiteña, Fabián Domínguez, que es intermitente, y ahora Rafael Idrovo, fotógrafo” (Crespo & Idrovo, comunicación personal, 15 de julio del 2020).

También La Andariega ha tenido estudiantes que realizan prácticas: “ha habido gente que hace pasantías, al menos 15 personas, algunos de la Universidad de Cuenca, de la Universidad del Azuay y de la Universidad Politécnica Salesiana. Algunos sí hicieron las prácticas, con otros hicimos proyectos” (Crespo, comunicación personal, 15 de julio del 2020).

Finalmente, para crear La Andariega, Karla y Daniela no se basaron en ningún medio para crear la página: “uno sí tiene referencias, como Radio Ambulante, había otros medios de varios países, pero no nos basamos en uno en específico, La Andariega siempre ha



sido de experimentar, tanto formatos como temas, siempre buscamos innovación” (Crespo & Idrovo, comunicación personal, 15 de julio del 2020).

A continuación, vamos a presentar los perfiles detrás del medio de comunicación La Andariega.

Karla Crespo Jiménez es una de las fundadoras de la Andariega, graduada como Licenciada en Comunicación Social en Periodismo y Comunicación Digital por la Universidad de Cuenca y Máster en Periodismo Multimedia por El Correo y la Universidad del País Vasco, de España.

Además, es integrante de la cuarta generación de la Red Latinoamericana de Jóvenes Periodistas de Distintas Latitudes, miembro del grupo de periodistas latinoamericanos Redacción Líquida. Laboró en diario El Correo de España, diario El Tiempo y diario el Mercurio, los dos últimos de Cuenca.

También estuvo trabajando como analista de comunicación para la Presidencia y el Ministerio de Inclusión de Económica y Social, fue becaria de la Fundación Carolina (España) y seleccionada en el curso regional sobre cobertura Migrante de la DW Akademie y Efecto Cocuyo.

Daniela Idrovo es también fundadora de La Andariega, graduada en Comunicación Social con mención en Periodismo por la Universidad de Cuenca y estudia una maestría en Gestión Cultural en la Universidad Politécnica Salesiana.

Además, trabajó en diario El Telégrafo, en la sección web de Diario El Tiempo y fue presentadora del programa Deporte Tuerca, en Unsión Tv.

Hizo pasantías en el Festival de Cine La Orquídea y actualmente trabaja en el Centro de Etnografía Interdisciplinaria Kaleidos de la Universidad de Cuenca y FLACSO Ecuador.



“El periodismo es mi trinchera y La Andariega, que tuve la alegría de cofundar en 2017, ha sido el espacio para la resistencia personal, política y colectiva. Soy mamá, periodista, gestora cultural e investigadora, en deconstrucción” (Idrovo, comunicación personal, 23 de julio del 2020).

### **CAPÍTULO 3**

## **ENGAGEMENT Y CATEGORIZACIÓN DE LAS PUBLICACIONES**

### **3.1 Definición de *engagement***

Los medios digitales al ingresar en las diferentes redes sociales y publicar su contenido o información pueden observar qué temática ha tenido mayor reacción en sus usuarios mediante el número de “me gusta”, veces en las que se ha compartido, comentarios buenos y comentarios que rechazan lo que se manifiesta.

Para poder analizar el nivel de interacción existente entre el medio digital y sus usuarios se recurre al cálculo del *engagement* en redes sociales. “El *engagement* es todo aquello que tiene que ver con el tiempo en que impacta o llega un mensaje a los usuarios. En este caso, seguidores o fans” (Chamorro, 2017).

Al realizar el cálculo del *engagement* en cada una de las redes sociales que maneje el medio de comunicación digital se evidencia el alcance de sus publicaciones y a su vez revela el tipo de contenido que atrae más a su usuario. De esta manera, se podría generar más contenido de acuerdo a los gustos y preferencias del usuario para poder tener mejores resultados al momento de evaluar el *engagement*.

Existen ciertas características en cada medio de comunicación digital que lo hace especial ante sus seguidores, esto se refiere al tipo de contenido que el usuario consume, pero al





momento de publicar, todos cumplen con un mismo objetivo: conectar. Por lo que, uno de los retos más preciados y difíciles de lograr para cualquier marca en redes sociales es lograr un buen grado de *engagement*, fidelidad o compromiso por parte de sus seguidores (Herrera F. , 2015).

La fórmula para calcular el *engagement* se puede realizar de diversas maneras, una de ellas es por alcance de la publicación y otra es sobre el número de seguidores, ésta última será utilizada en el presente trabajo de investigación, pero primero conozcamos más acerca de las fórmulas posibles para analizar el *engagement* en cada una de las tres redes sociales en las que se basará (Facebook, Twitter e Instagram).

Se tomará como primer ejemplo las siguientes fórmulas para calcular el *engagement* en la red social Facebook (Carbellido, 2018)

a. 
$$\frac{\text{Número de Me Gusta} + \text{Número de Comentarios} + \text{Número de Compartidos}}{\text{Número de Fans}} \times 100$$

b. 
$$\frac{\text{Número de Me Gusta} + \text{Número de Comentarios} + \text{Número de Compartidos}}{\text{Alcance (Número de personas a las que llega el contenido)}} \times 100$$

Pero Carbedillo opina que no se le puede dar la misma valoración de un “me gusta” a un compartido o comentario, por lo que recomienda calcular de la siguiente manera:

a. 
$$\frac{\text{Número de Me Gusta} + (\text{N}^\circ \text{ de Comentarios} \times 2) + (\text{N}^\circ \text{ de Compartidos} \times 3)}{\text{Alcance (Número de personas a las que llega el contenido)}} \times 100$$

La modalidad cambia en Twitter, pero no por el hecho de carecer de las mismas opciones de interacción con el usuario sino más bien poseer otro estilo en sus denominaciones: Twitter, cuenta con me gusta, *retweets* (compartidos), comentarios, entre otras.



Ahora bien, entre las maneras de calcular el *engagement* en esta red social están las siguientes (Montells, 2017).

a.  $\frac{\text{Número de menciones} + \text{retweets} + \text{me gusta}}{\text{N}^\circ \text{ de tweets}} \times 100$

Número de seguidores totales

b.  $\frac{\text{Número de menciones} + \text{retweets} + \text{me gusta}}{\text{N}^\circ \text{ de tweets}} \times 100$

Alcance

Por último, presentamos otra propuesta para el cálculo del *engagement* en Twitter, según Herrera, Pérez, García & Fernández (2017):

a.  $\frac{\text{Me Gusta} + \text{Retweets}}{\text{Número de Tweets}}$

Número de Tweets

Y en la red social Instagram, a diferencia de Facebook y Twitter, se analizará tan solo dos interacciones, se trata de me gusta y comentarios. A continuación algunos ejemplos de fórmulas para calcular el *engagement* de esta red social.

Nuevamente tenemos a Carbellido (2018), quien presenta tres tipos de fórmulas; la primera acerca de la publicación, en segundo lugar como historia de Instagram y finalmente como video.

1. Publicaciones:

•  $\frac{\text{Me gusta} + \text{Comentarios}}{\text{Número de seguidores}} \times 100$

Número de seguidores

2. Historias:

•  $\frac{\text{Visualizaciones} + \text{Comentarios}}{\text{Número de seguidores}} \times 100$

Número de seguidores



### 3. Videos:

- Visualizaciones + Me Gusta + Comentarios x100

Número de seguidores

Por último, la forma de medir el *engagement* en Instagram es a través del número y calidad de interacciones de usuarios con las publicaciones. (Torija, 2018)

- a. Total de interacciones x100

Alcance

Finalmente, la fórmula que se utilizará para calcular el *engagement* será la que sugiere Human Level Communications dividiendo el total de interacciones de los usuarios en un período de tiempo determinado por el número de publicaciones realizadas en ese mismo período y, luego, dividido por el número de seguidores, y multiplicado por cien. (Ure, 2018)

### 3.2 Categorización de las publicaciones

Luego de una indagación previa, se ha escogido categorizar las publicaciones según su referencia contextual basando esta clasificación en los autores Ángel Rodríguez y Lluís Mas.

La referencia contextual hace mención a temas como economía, política, urgente, conflicto social, internacional, sanidad, deportes, tránsito, trabajo, educación, medios y ciencia. (Rodríguez & Mas, 2011)

Aplicando dicha clasificación en la presente investigación las temáticas quedaron designadas de la siguiente manera:

- **Arte:** Pódcast realizados acerca de las portadas de los discos de artistas nacionales e internacionales.



- **Ciencia:** Pódcast acerca del fenómenos naturales y sobrenaturales.
- **Cultura:** Noticias publicadas en medios de comunicación que abarcan temas relacionados a la diversidad cultural.
- **Deportes:** Pódcast enfocado en el aniversario del equipo de la ciudad de Cuenca desde una perspectiva diferente.
- **Judicial:** Declaración acerca de cómo una mujer enfrentó a un hombre poderoso ante la justicia y ganó, todo esto contado en un pódcast.
- **Política:** Pódcast o publicaciones centradas en manifestaciones en contra del Gobierno Nacional.
- **Promoción:** Publicaciones en las cuales se recomienda escuchar un pódcast antiguo o el anuncio del estreno de un nuevo contenido.
- **Salud:** Pódcast o publicaciones dedicadas a relatar cómo ha afectado el COVID-19 a nuestro continente y a la vida de cada una de las personas.
- **Tecnología:** Pódcast acerca de la incursión del internet en el medio radiofónico.

### 3.3 Tablas de Moteradio

Tabla 1.

FACEBOOK	Numero de publicaciones	Reacciones	Comentarios	Compartidos
Arte	9	92	14	47
Ciencia	2	24	0	4
Deportes	1	3	0	0
Promoción	44	467	16	218
Salud	6	66	15	19
Tecnología	2	45	31	12

Autoría propia.



Tabla 2.

<b>TWITTER</b>	<b>Número de publicaciones</b>	<b>Me Gusta</b>	<b>Comentarios</b>	<b>Retweet</b>
<b>Arte</b>	14	69	4	41
<b>Ciencia</b>	3	19	3	7
<b>Cultura</b>	1	9	0	4
<b>Deporte</b>	1	5	1	3
<b>Judicial</b>	1	2	0	2
<b>Política</b>	1	1	0	2
<b>Promoción</b>	38	156	3	114
<b>Salud</b>	10	30	0	23
<b>Tecnología</b>	2	4	0	4

Autoría propia.

Tabla 3.

<b>INSTAGRAM</b>	<b>Número de publicaciones</b>	<b>Me Gusta</b>	<b>Comentarios</b>
<b>Arte</b>	6	56	0
<b>Ciencia</b>	2	17	3
<b>Deportes</b>	1	12	0
<b>Promoción</b>	34	196	0
<b>Salud</b>	3	14	0

Autoría propia.

### 3.4 Tablas de La Andariega

Tabla 4.

<b>FACEBOOK</b>	<b>Número de publicaciones</b>	<b>Reacciones</b>	<b>Comentarios</b>	<b>Compartidos</b>
<b>Cultura</b>	2	20	4	4
<b>Política</b>	2	101	3	26
<b>Promoción</b>	3	24	0	4
<b>Salud</b>	5	65	1	25

Autoría propia.



Tabla 5.

<b>TWITTER</b>	<b>Numero de publicaciones</b>	<b>Me Gusta</b>	<b>Retweet</b>
<b>Promoción</b>	2	9	7
<b>Salud</b>	1	4	1

Autoría propia.

Tabla 6.

<b>INSTAGRAM</b>	<b>Número de publicaciones</b>	<b>Me Gusta</b>	<b>Comentario</b>
<b>Política</b>	1	87	0
<b>Promoción</b>	1	27	3
<b>Salud</b>	2	50	123

Autoría propia.

### 3.5 Cálculo del *engagement* de Moteradio en sus redes sociales durante los meses de confinamiento.

A partir de la explicación de diversos autores sobre cómo calcular el *engagement* en redes sociales, en el presente trabajo de investigación se tendrá en cuenta dividir el total de interacciones de los usuarios en un período de tiempo determinado por el número de publicaciones realizadas en ese mismo período y, luego, dividido por el número de seguidores, y multiplicado por cien. (Ure, 2018)

Facebook:

$$\frac{(\text{Me Gusta} + \text{Compartidos} + \text{Comentarios})}{\frac{\text{Numero de publicaciones en el periodo}}{\text{Numero de fans}}} \times 100$$



Twitter:

$$\frac{(\text{Me Gusta} + \text{Retweets} + \text{Comentarios})}{\frac{\text{Numero de tweets en el periodo}}{\text{Número de seguidores}}} \times 100$$

Instagram:

$$\frac{(\text{Me Gusta} + \text{Comentarios})}{\frac{\text{Numero de fotos en el periodo}}{\text{Número de seguidores}}} \times 100$$

Moteradio en la red social Facebook evidenciaría el *engagement* de sus seguidores hacia sus publicaciones hasta el 25 de junio del 2020 con el cálculo de la siguiente formula:

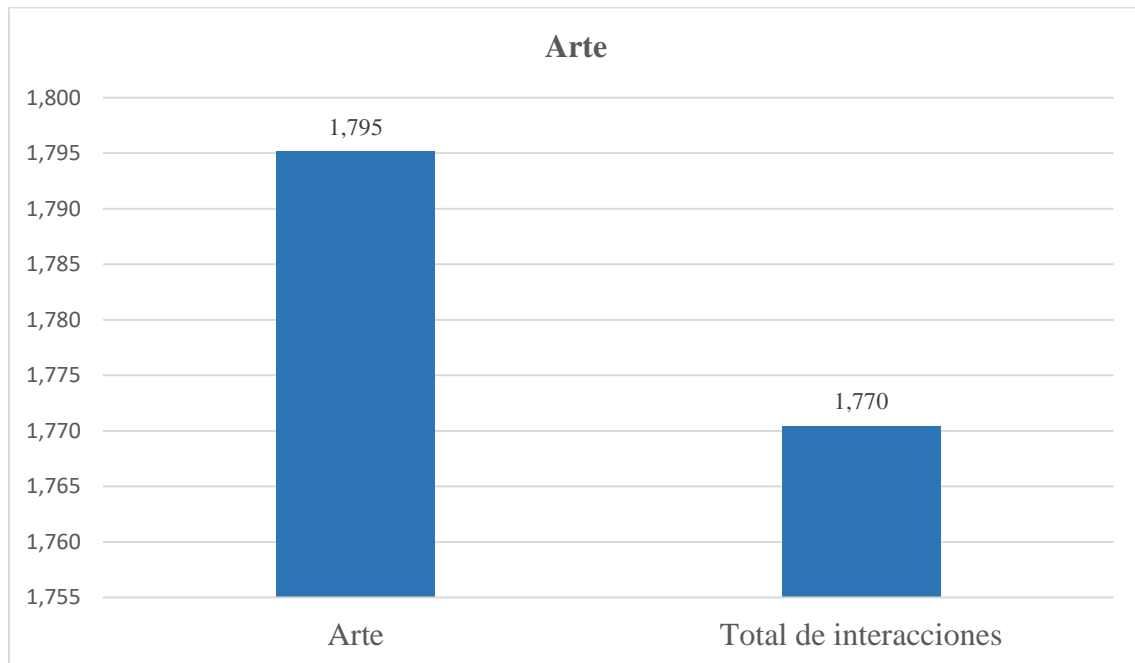
Con la red social Twitter también se analizará y calculará el *engagement* de las publicaciones realizadas por Moteradio durante los meses de confinamiento, pero en ocho diferentes categorías:

En esta oportunidad, se tomará en cuenta siete categorías para analizar el *engagement* en la red social Instagram del medio de comunicación digital Moteradio.

### 3.5.1 Análisis del *engagement* de Moteradio en Facebook

A continuación, se expresará el nivel de compromiso o *engagement* que presentan los usuarios ante las publicaciones del medio de comunicación cuencano Moteradio en la red social Facebook. Además, se expondrá un gráfico con el nivel por categoría.

- La primera categoría que se ha analizado es “Arte”, pódcast acerca de las portadas de los discos de artistas nacionales e internacionales, en estos tres meses de análisis se realizaron nueve publicaciones con un compromiso del 1,795



*Ilustración 1 - Categoría Arte - Facebook Moteradio. Autoría propia.*

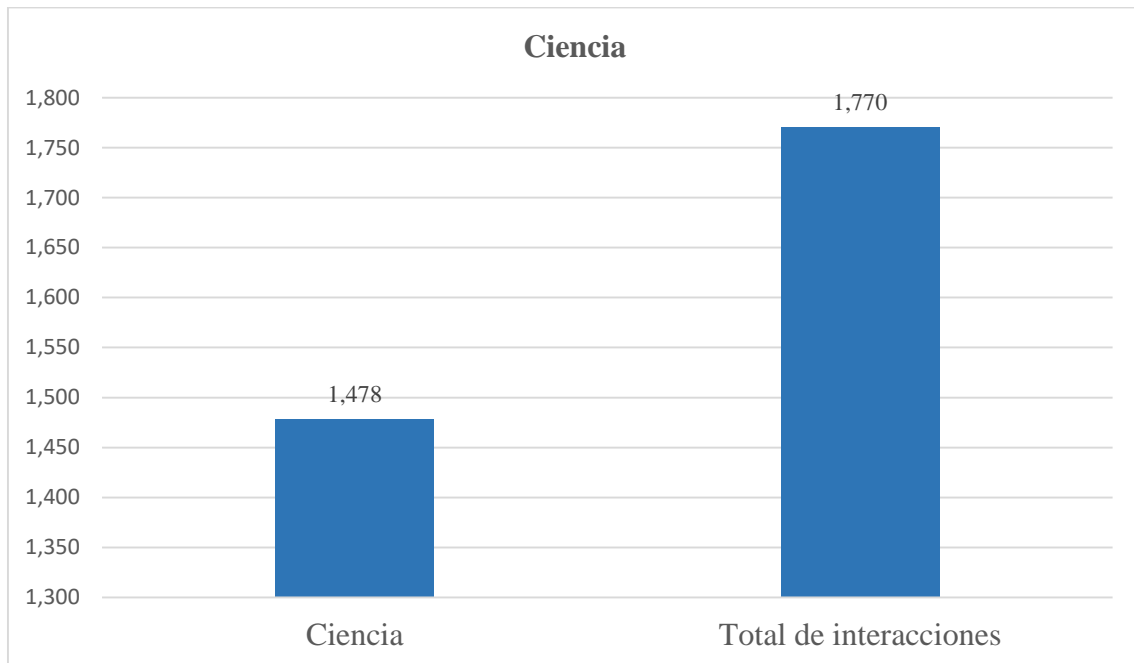
“El análisis en vivo de la portada del disco de la banda *Notoken* fue la que mayor engagement tuvo, con una valoración de 7,603”

En marzo se publicaron cuatro pódcast sobre el análisis de la portada de los discos de dos bandas de rock (*Korn, Santa Muerte*) y de metal (*Judas Priest, Possessed*).

En abril se difundieron cinco pódcast, dos de ellos dedicados hablar acerca de la banda ecuatoriana de *punk Notoken*, otro del grupo musical de *punk Beastie Boys*, el cuarto de la banda de rock *Los Ilegales* y por último de la banda de metal *Accept*.



- La segunda categoría que se ha analizado es “Ciencia”, pódcast acerca de los fenómenos naturales y sobrenaturales. En estos tres meses de análisis se realizaron dos publicaciones con un compromiso del 1,478.

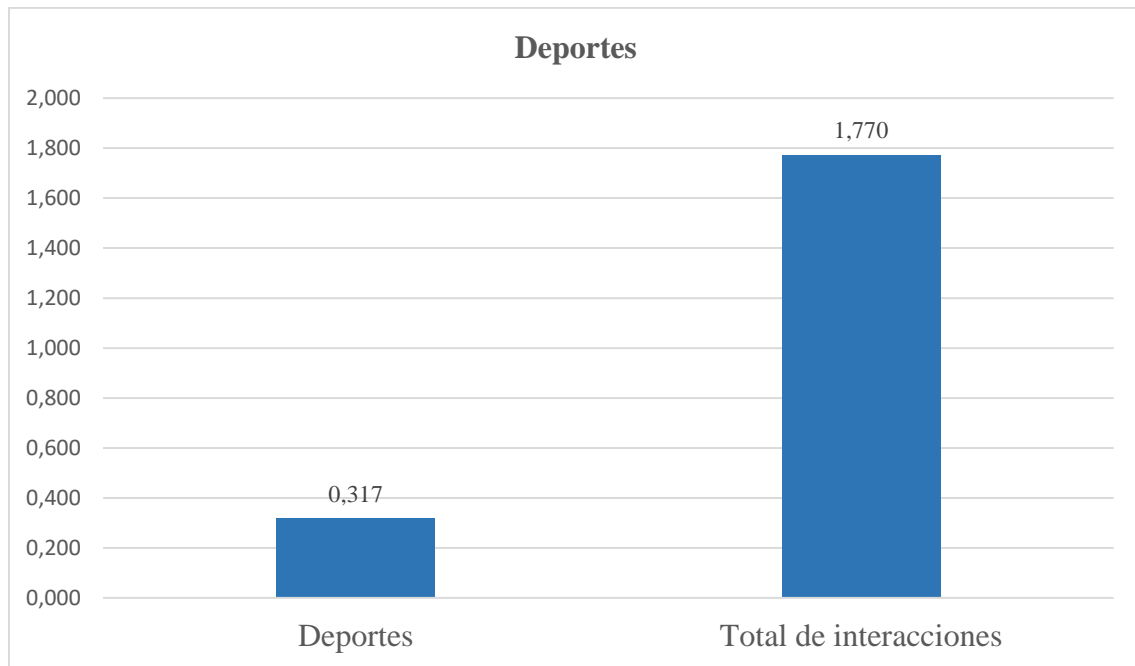


*Ilustración 2- Categoría Ciencia – Facebook Moteradio. Autoría propia.*

La publicación sobre Jaime Rodríguez, investigador del fenómeno ovni, fue la que mayor *engagement* tuvo, con una valoración de 2,112.

En mayo se publicó dos pódcast acerca de Jaime Rodríguez, investigador del fenómeno ovni.

- La tercera categoría que se ha analizado es “Deportes”. Pódcast enfocado en el aniversario del equipo de la ciudad de Cuenca desde una perspectiva diferente, en estos tres meses de análisis se realizó una publicación con un compromiso del 0,317.



*Ilustración 3- Categoría Deportes – Moteradio. Autoría propia.*

En marzo se difundió un pódcast acerca del aniversario del Deportivo Cuenca, con una valoración de 0,317.

- La cuarta categoría que se ha analizado es “Promoción”, publicaciones en las cuales se recomienda escuchar un pódcast antiguo o el anuncio del estreno de un nuevo contenido, en estos tres meses de análisis se realizaron 44 publicaciones con un compromiso del 1,682

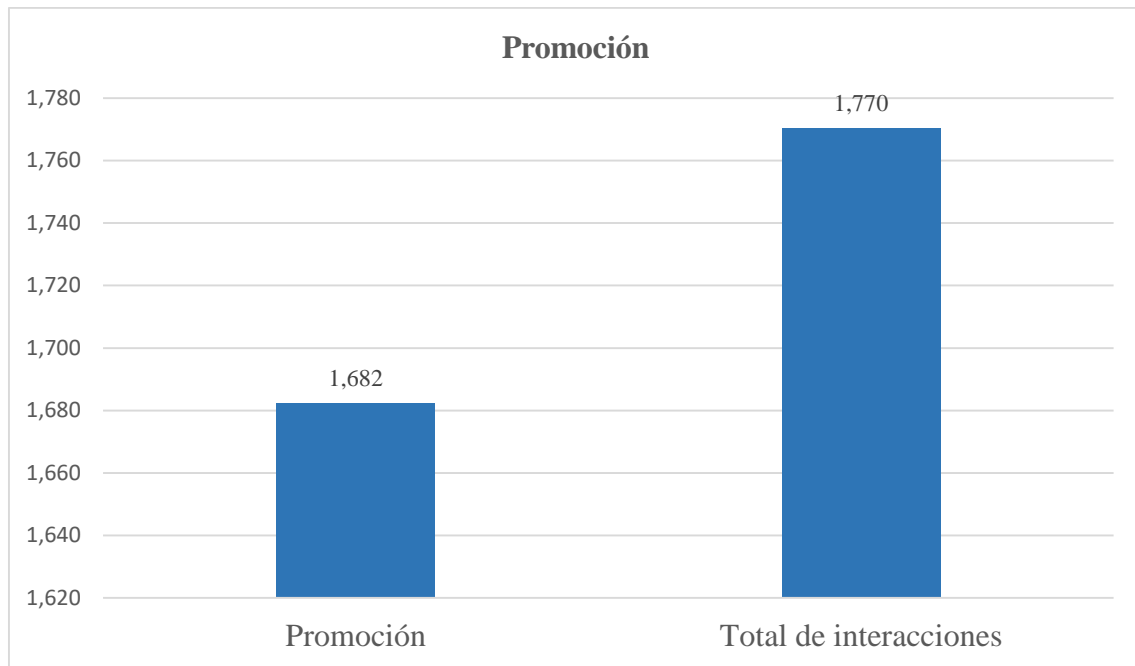


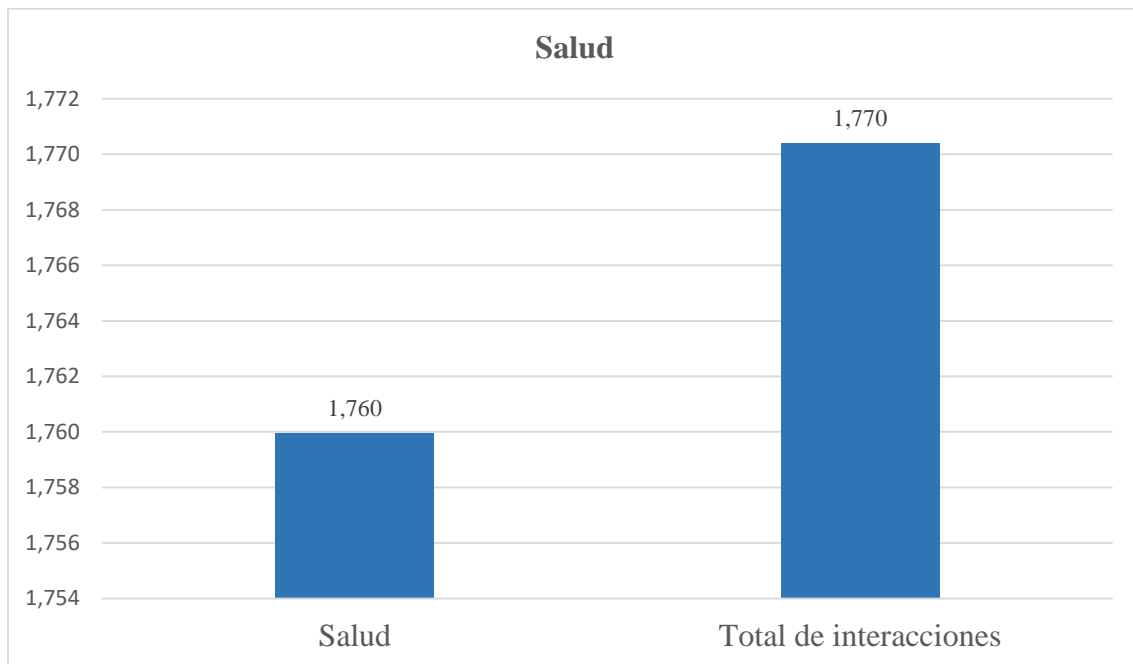
Ilustración 4- Categoría Promoción – Moteradio. Autoría propia.

La campaña #PrestaTuCompu fue la que tuvo mayor *engagement*, con una valoración del 22,809.

En marzo se realizaron 17 publicaciones, seis de estas fueron anuncios de un nuevo pódcast, dos fueron hechas con el objetivo de concientizar a toda la población de la importancia de quedarse en casa, dos a manera de encuesta del segmento Mote y Vinilo, dos felicitando al ganador de un concurso, una presentando la página de Moteradio en la red social Twitter, una agradeciendo por la nota publicada sobre Moteradio en Diario El Mercurio, otra agradeciendo a la banda *Possessed*, una invitación a escuchar sus pódcast y finalmente una describiendo cómo realizan su producción de pódcast.

- La quinta categoría que se ha analizado es “Salud”, pódcast o publicaciones dedicadas a relatar cómo ha afectado el COVID-19 a nuestro continente y a la

vida de cada una de las personas en estos tres meses de análisis se realizaron seis publicaciones con un compromiso del 1,760.



*Ilustración 5- Categoría Salud – Moteradio. Autoría propia.*

La publicación con el análisis del pódcast de Covid en América fue la que tuvo mayor *engagement* con una valoración de 7,920.

En marzo se realizaron tres publicaciones, dos de ellas tuvieron que ver con la entrevista a la psicóloga educativa Mayra Illescas y la otra formó parte de la campaña #Quédateencasa.

En mayo se realizaron tres publicaciones acerca del pódcast “Covid en América”.

- La sexta categoría que se ha analizado es “Tecnología”, pódcast acerca de la incursión del internet en el medio radiofónico, en estos tres meses de análisis se realizaron dos publicaciones con un compromiso del 4,646.

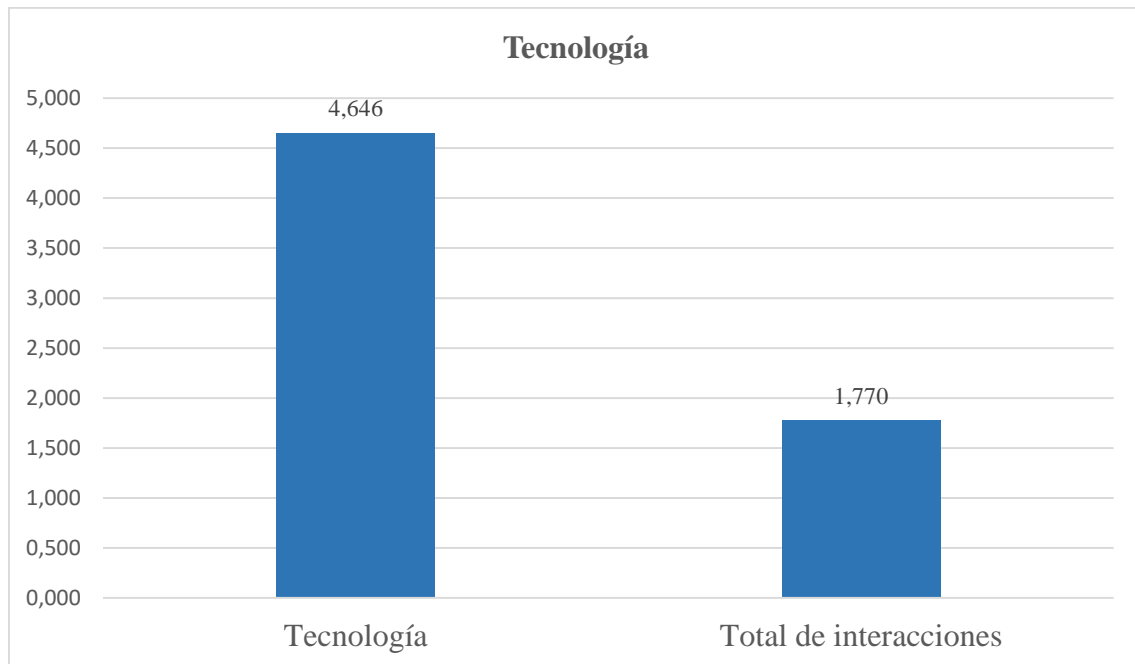


Ilustración 6- Categoría Tecnología – Moteradio. Autoría propia.

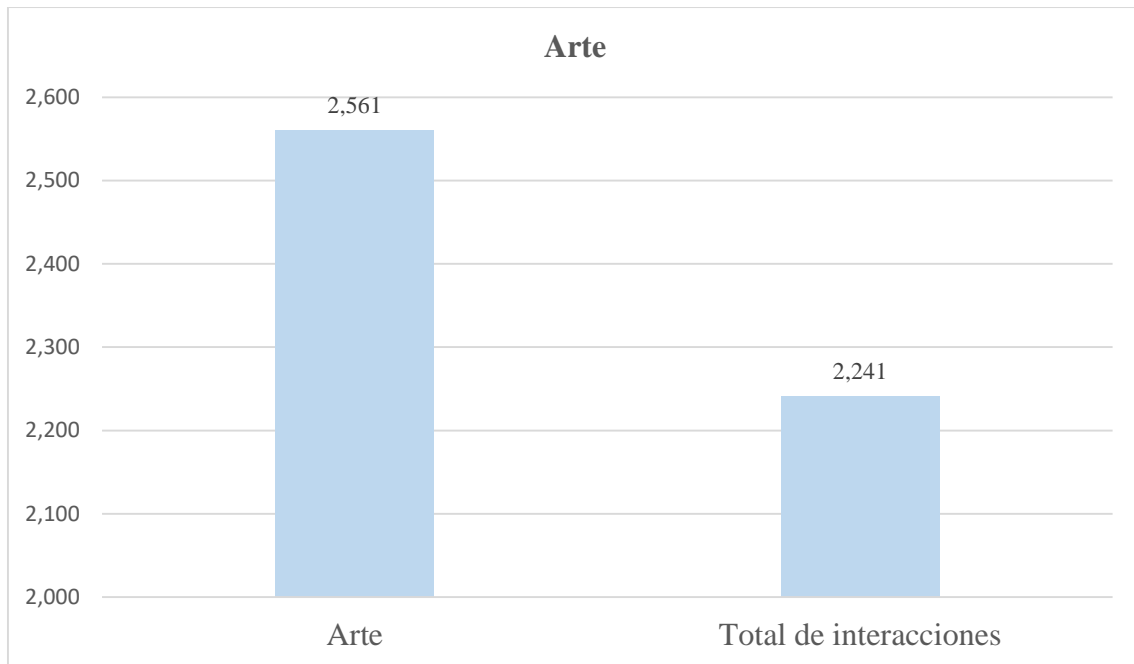
La publicación sobre la charla con Agustín Espada fue la que tuvo mayor *engagement* con una valoración de 8,553.

En mayo se realizaron dos publicaciones, ambas tuvieron que ver con la charla que mantuvo Johnny Guambaña con Agustín Espada, investigador de la Universidad de Quilmes sobre “La adaptación radiofónica a Internet”.

### 3.5.2 Análisis del *engagement* de Moteradio en Twitter

A continuación, se expondrá el nivel de compromiso o “*engagement*” que demuestran los usuarios en relación a las publicaciones del medio de comunicación cuencano, Moteradio, en la red social *Twitter*. Además, se mostrará un gráfico con el nivel por categoría.

- La primera categoría que se ha analizado es “Arte”, pódcast realizados acerca de las portadas de los discos de artistas nacionales e internacionales, en estos tres meses de análisis se realizaron 14 publicaciones con un compromiso del 2,561.



*Ilustración 7 - Categoría Arte - Twitter Moteradio. Autoría propia.*

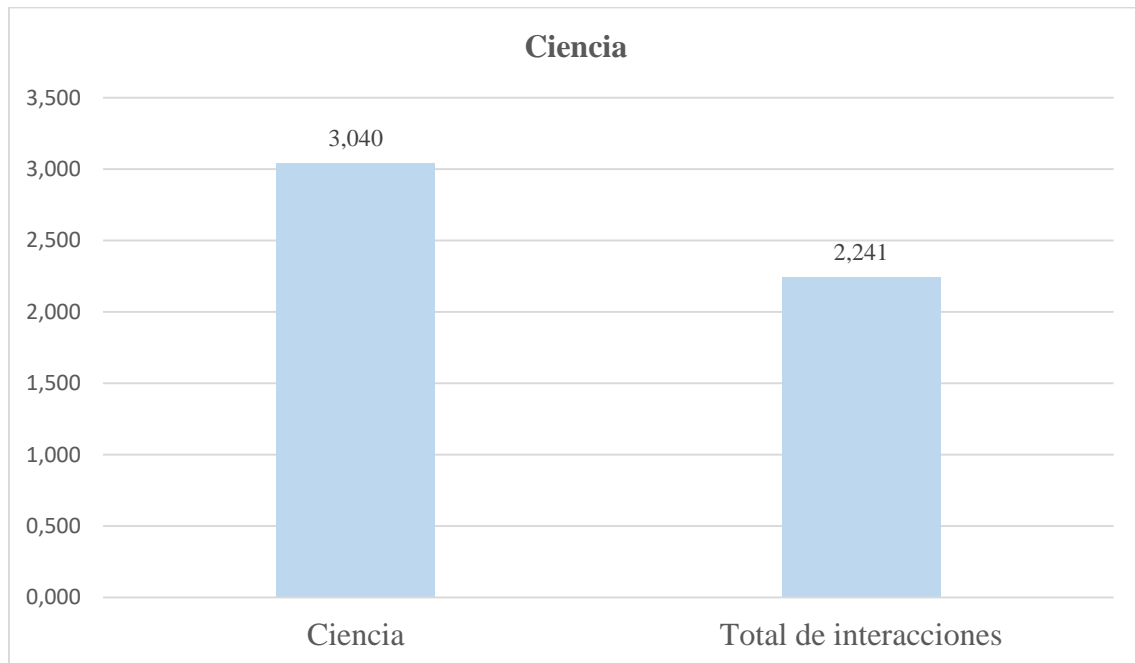
El análisis de la portada de Los Ilegales fue la que tuvo mayor *engagement* con una valoración de 8,491.

En marzo se realizaron siete publicaciones, con pódcast relacionados a Facundo Cabral, Mercedes Sosa, La Brújula Sonora: La Radiodifusión ecuatoriana en el siglo XXI, Pedro Andreu (baterista de *Héroes del Silencio*), *Guns N´ Roses*, *Korn* y Santa Muerte.

En abril se realizaron seis publicaciones, con pódcast relacionados a Sherpa (*Barón Rojo*), *Beastie Boys*, Ilegales, Facundo Cabral, *Accept* y la banda *Notoken*.

En mayo se realizó una publicación sobre el pódcast de “COVID-19 de América”.

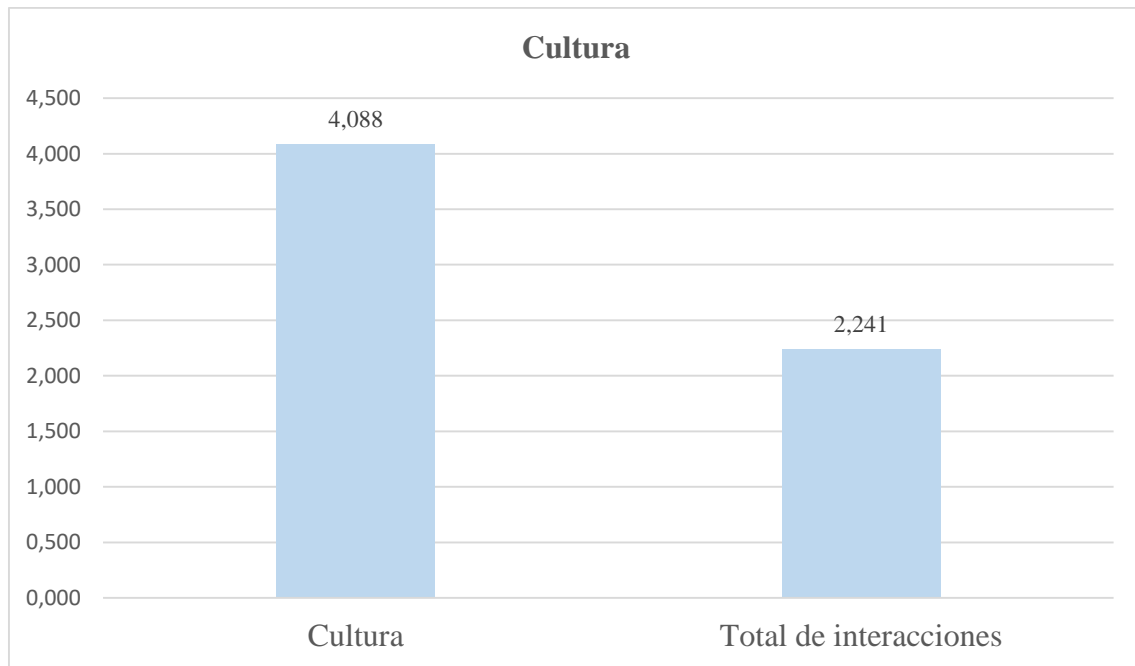
- La segunda categoría que se ha analizado es “Ciencia”, pódcast acerca de los fenómenos naturales y sobrenaturales. En estos tres meses de análisis se realizaron tres publicaciones con un compromiso del 3,040.



*Ilustración 8 - Categoría Ciencia - Twitter Moteradio. Autoría propia.*

En mayo se realizaron todas las publicaciones relacionadas a una entrevista que mantuvo Moteradio y el ufólogo Jaime Rodríguez, una de ellas que fue publicada el 11 de mayo tuvo mayor *engagement* con una valoración de 4,717.

- La tercera categoría que se ha analizado es “Cultura”, noticias publicadas en medios de comunicación que abarcan temas relacionados a la diversidad cultural, en estos tres meses de análisis se realizó una publicación con un compromiso del 4,088.



*Ilustración 9 - Categoría Cultura - Twitter Moteradio. Autoría propia.*

En marzo se realizó la publicación sobre el artículo de Mote y Vinilo en Diario El Mercurio.

- La cuarta categoría que se ha analizado es “Deportes”, pódcast enfocado en el aniversario del equipo de la ciudad de Cuenca desde una perspectiva diferente. En estos tres meses de análisis se realizó una publicación con un compromiso del 2,830.

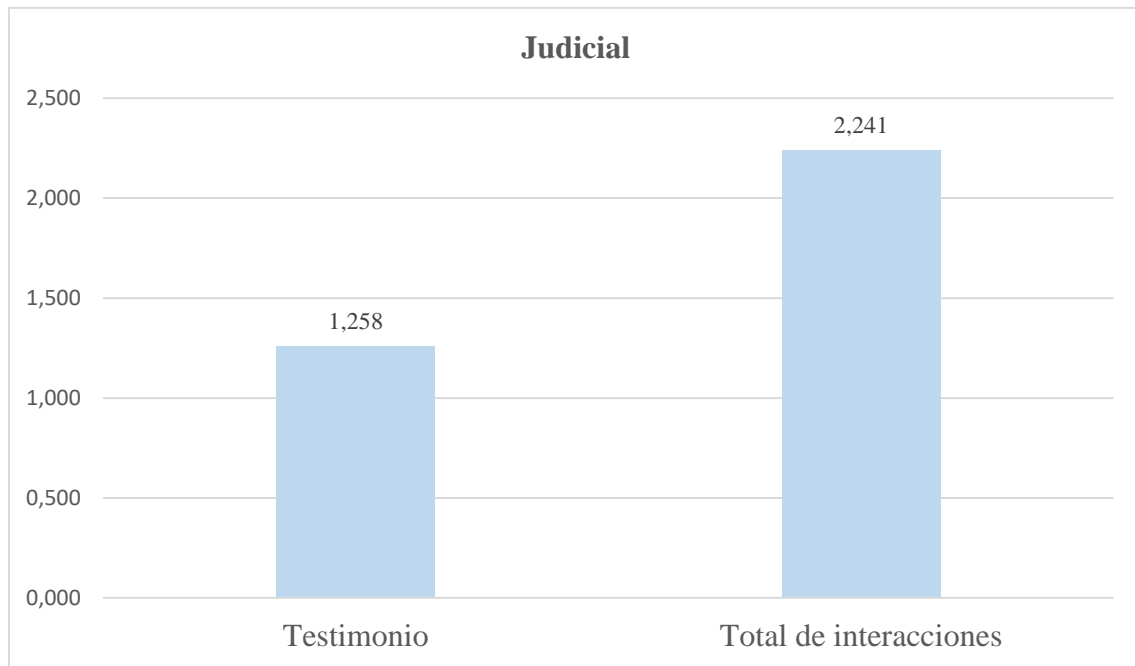




*Ilustración 10 - Categoría Deportes - Twitter Moteradio. Autoría propia.*

En marzo se realizó la publicación sobre el aniversario del Club Deportivo Cuenca.

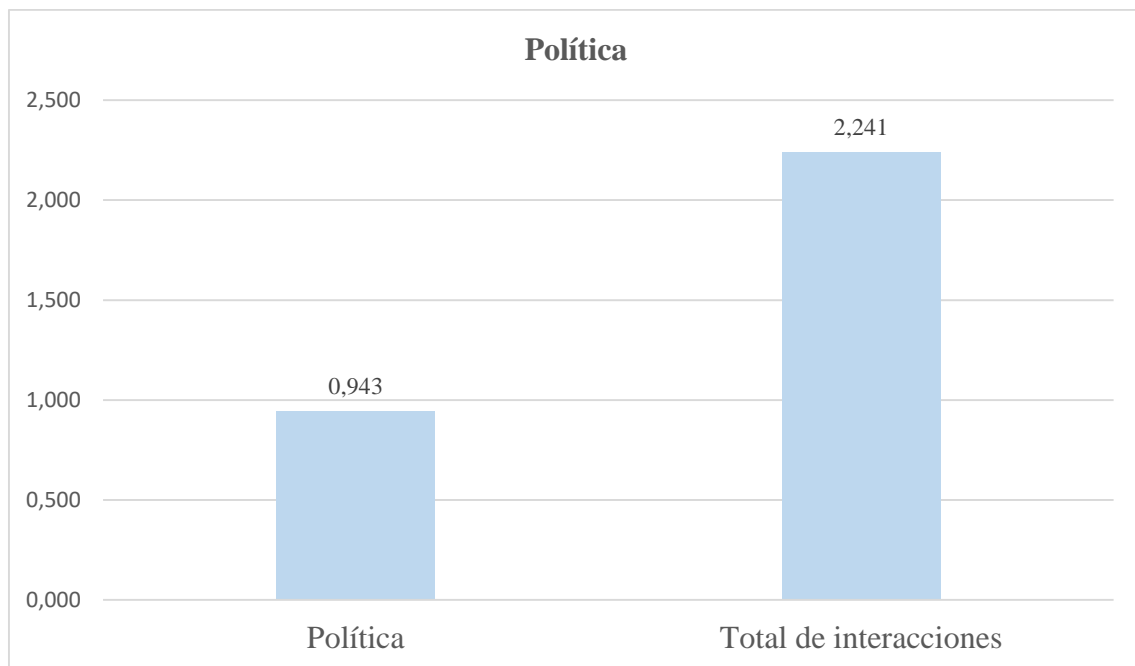
- La quinta categoría que se ha analizado es “Testimonio”, declaración acerca de cómo una mujer enfrentó a un hombre poderoso ante la justicia y ganó, todo esto contado en un pódcast. En estos tres meses de análisis se realizó una publicación con un compromiso del 1,258.



*Ilustración 11- Categoría Judicial - Twitter Moteradio. Autoría propia.*

En marzo se realizó la publicación sobre La Ruleta: Testimonio de Ana y su esposo.

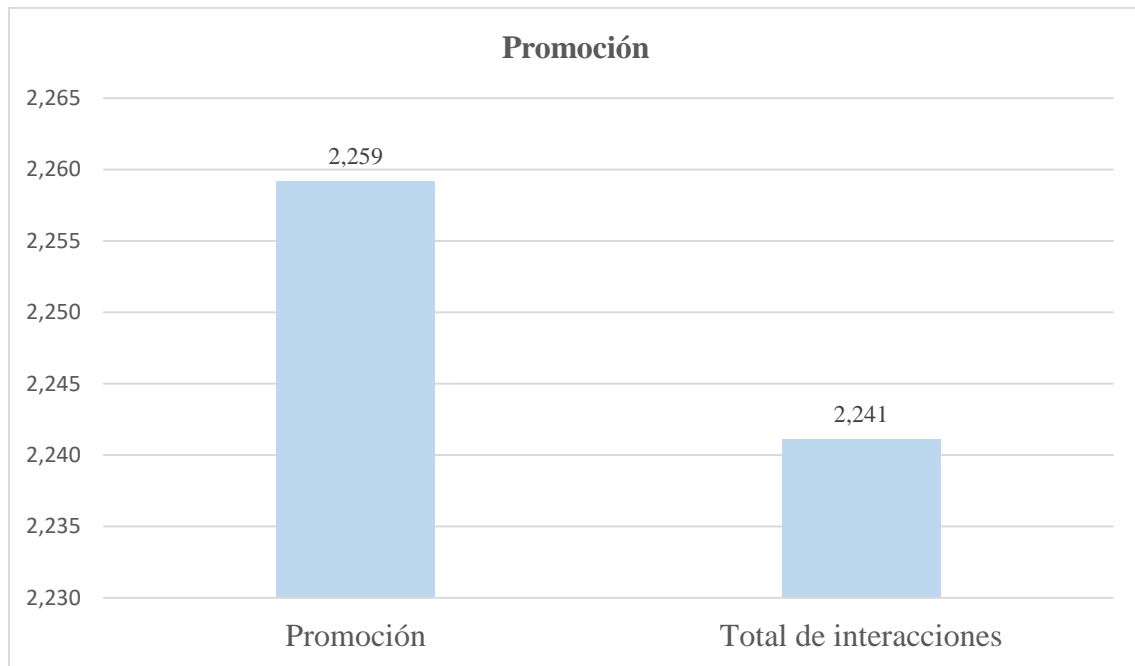
- La sexta categoría que se ha analizado es “Política”, pódcast o publicaciones centradas en manifestaciones en contra del Gobierno Nacional, en estos tres meses de análisis se realizó una publicación con un compromiso del 0,943.



*Ilustración 112 - Categoría Política - Twitter Moteradio. Autoría propia.*

En marzo se realizó la publicación “Decreto 883”, que aborda el Paro Nacional de octubre 2019.

- La séptima categoría que se ha analizado es “Promoción”, publicaciones en las cuales se recomienda escuchar un pódcast antiguo o el anuncio del estreno de un nuevo contenido, en estos tres meses de análisis se realizaron 38 publicaciones con un compromiso del 2,259.



*Ilustración 123 - Categoría Promoción - Twitter Moteradio. Autoría propia.*

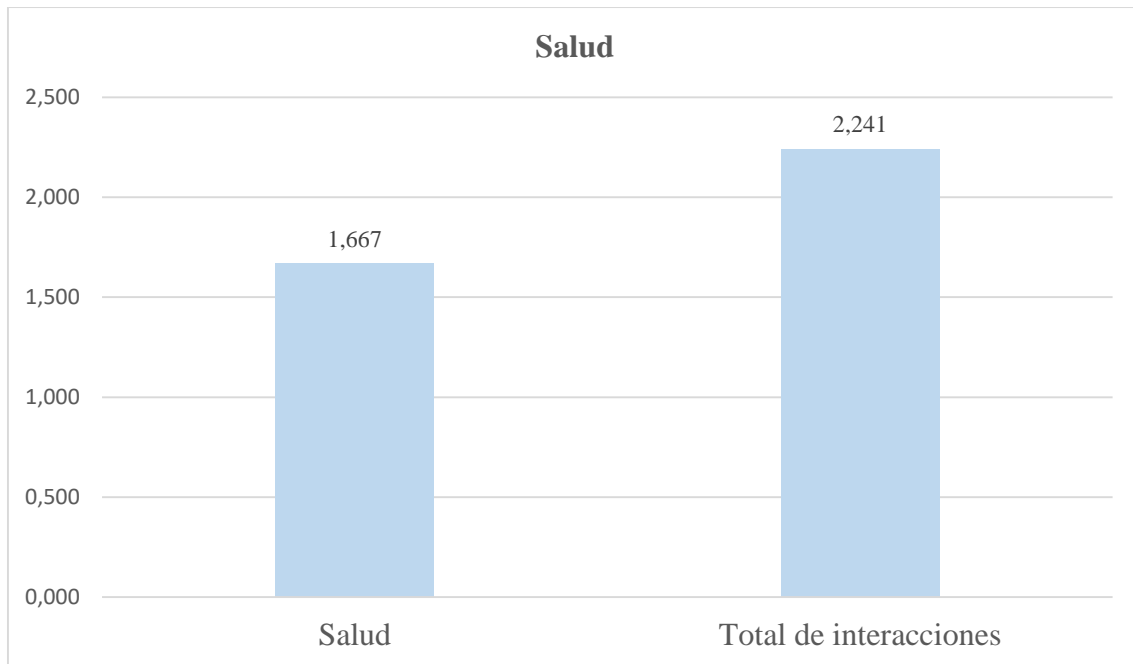
La publicación acerca de la campaña #PrestaTuCompu fue la que tuvo mayor *engagement*, con una valoración del 12,597.

En marzo se realizaron 21 publicaciones que tuvieron que ver con la presentación de Moteradio en Twitter, invitación a las personas a seguir al medio en las distintas redes sociales, saludo del baterista de Héroes del Silencio, promoción del segmento Mote y Vinilo con las bandas *Korn*, *Black Sabbath*, *Possessed*, agradecimiento al ganar de un sorteo, mensaje de conciencia para permanecer en casa.

En abril se realizaron 11 publicaciones la mayoría tuvo que ver con el anuncio de los próximos pódcast, invitación a escucharlos, agradecimiento a la banda *Notoken* y anuncio del pódcast “COVID-19 de América”.

En mayo se realizaron seis publicaciones sobre el Día de la Libertad de Prensa, campaña Presta tu Compu, invitación a escuchar el análisis de “COVID-19 de América” e invitación a escuchar la charla con Agustín Espada.

- La octava categoría que se ha analizado es “Salud”, pódcast o publicaciones dedicadas a relatar cómo ha afectado el COVID-19 a nuestro continente y a la vida de cada una de las personas. En estos tres meses de análisis se realizaron 10 publicaciones con un compromiso del 1,667.

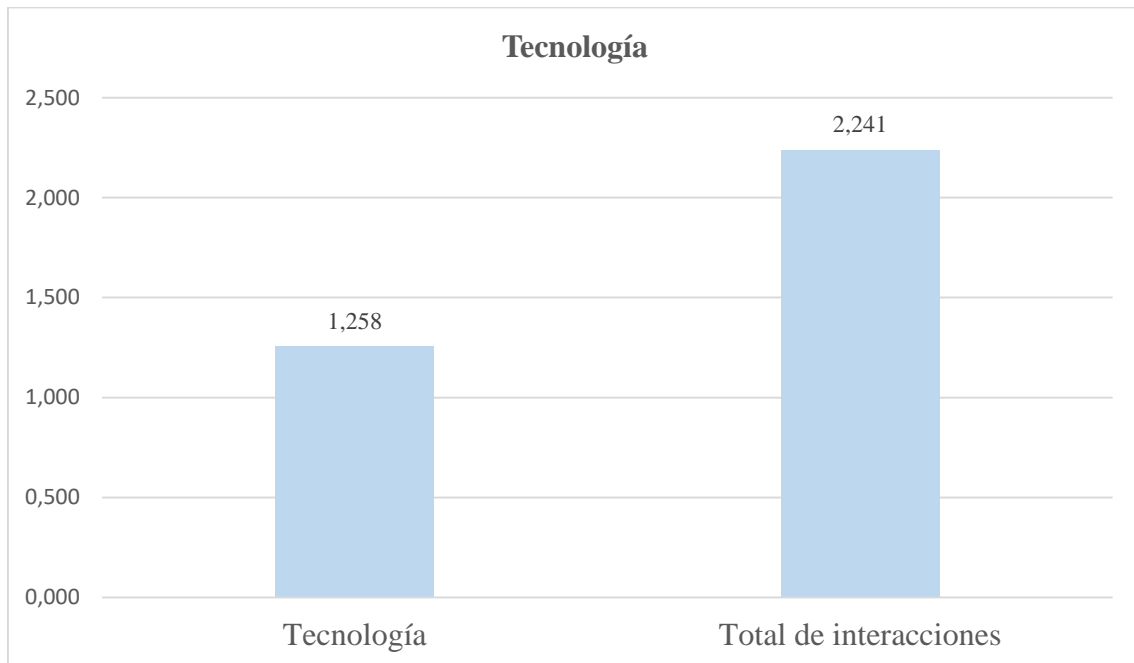


*Ilustración 134 - Categoría Salud - Twitter Moteradio. Autoría propia.*

En marzo se realizaron cuatro publicaciones acerca del caso de Ramón Góngora, campaña para evitar la propagación del COVID-19 y la entrevista: El coronavirus y los niños. Una de ellas que fue publicada el 18 de marzo tuvo mayor *engagement*, con una valoración de 3,145.

En mayo se realizaron seis publicaciones las cuales tuvieron que ver con el pódcast “COVID-19 de América”.

- La novena categoría que se ha analizado es “Tecnología”, pódcast acerca de la incursión del internet en el medio radiofónico en estos tres meses de análisis se realizaron dos publicaciones con un compromiso del 1,258.



*Ilustración 145 - Categoría Tecnología - Twitter Moteradio. Autoría propia.*

En marzo se realizó una publicación sobre la charla con Agustín Espada: la nueva radio y el pódcast, obteniendo la misma valoración de 1,258 cada una.

En mayo se realizó una publicación sobre la charla con Agustín Espada acerca de su libro “La adaptación radiofónica a internet”.

### **3.5.3 Análisis del *engagement* de Moteradio en Instagram**

A continuación, se mostrará el nivel de compromiso o “*engagement*” que expresan los usuarios ante las publicaciones del medio de comunicación cuencano, Moteradio, en la red social *Instagram*. Además, se expondrá un gráfico con el nivel por categoría.

- La primera categoría que se ha analizado es “Arte”, pódcast realizados acerca de las portadas de los discos de artistas nacionales e internacionales, en estos tres meses de análisis se realizaron seis publicaciones con un compromiso del 3,576.

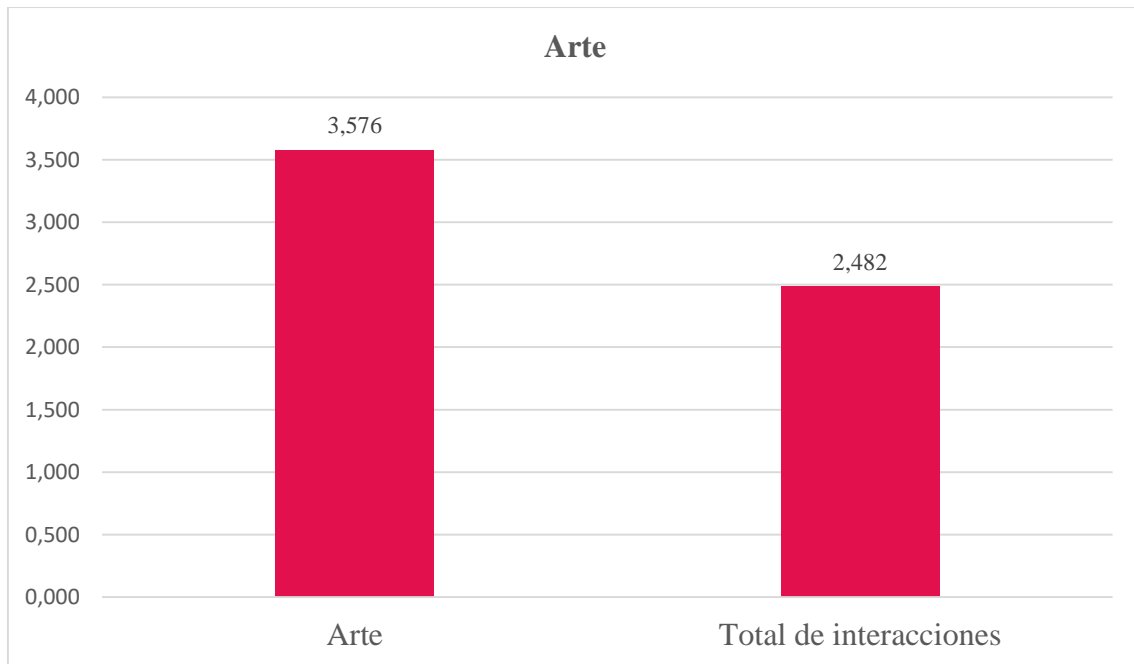


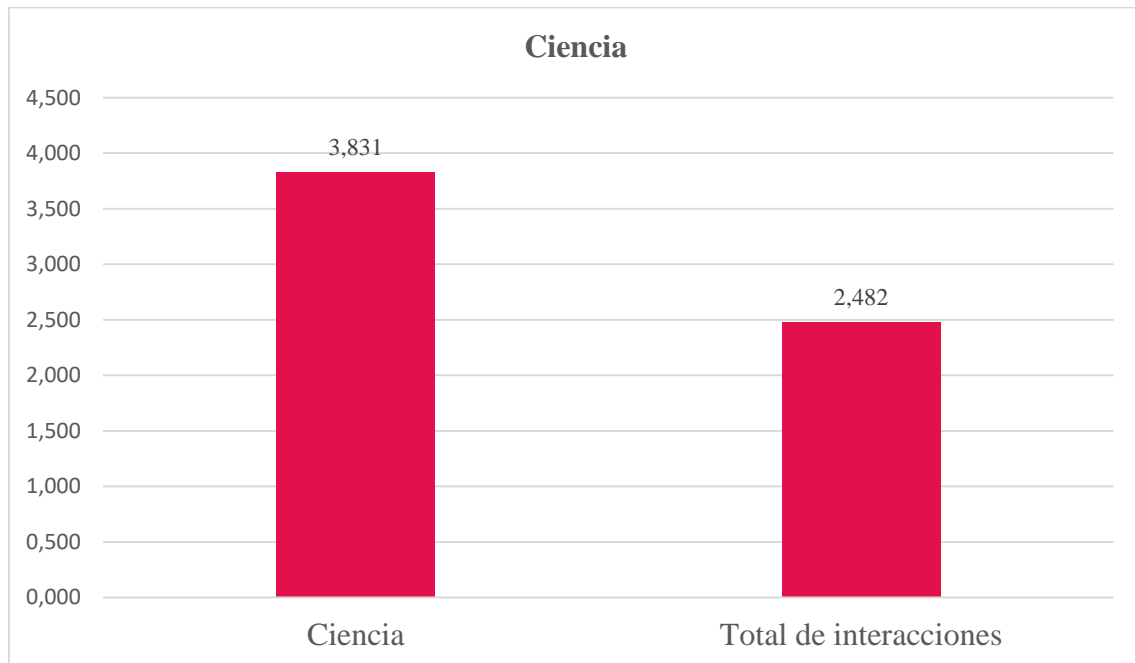
Ilustración 15 - Categoría Arte - Instagram Moteradio. Autoría propia.

El análisis de la portada del disco de la banda *Beastie Boys* tuvo mayor *engagement* con una valoración de 5,747.

En marzo se realizaron dos publicaciones con los pódcast de la Banda *Korn* y Santa Muerte.

En abril se realizaron cuatro publicaciones con los pódcast de *Beastie Boys*, *Los Ilegales*, Facundo Cabral y La Banda *Accept*.

- La segunda categoría que se ha analizado es “Ciencia”, pódcast acerca del fenómenos naturales y sobrenaturales, en estos tres meses de análisis se realizaron dos publicaciones con un compromiso del 3,831.

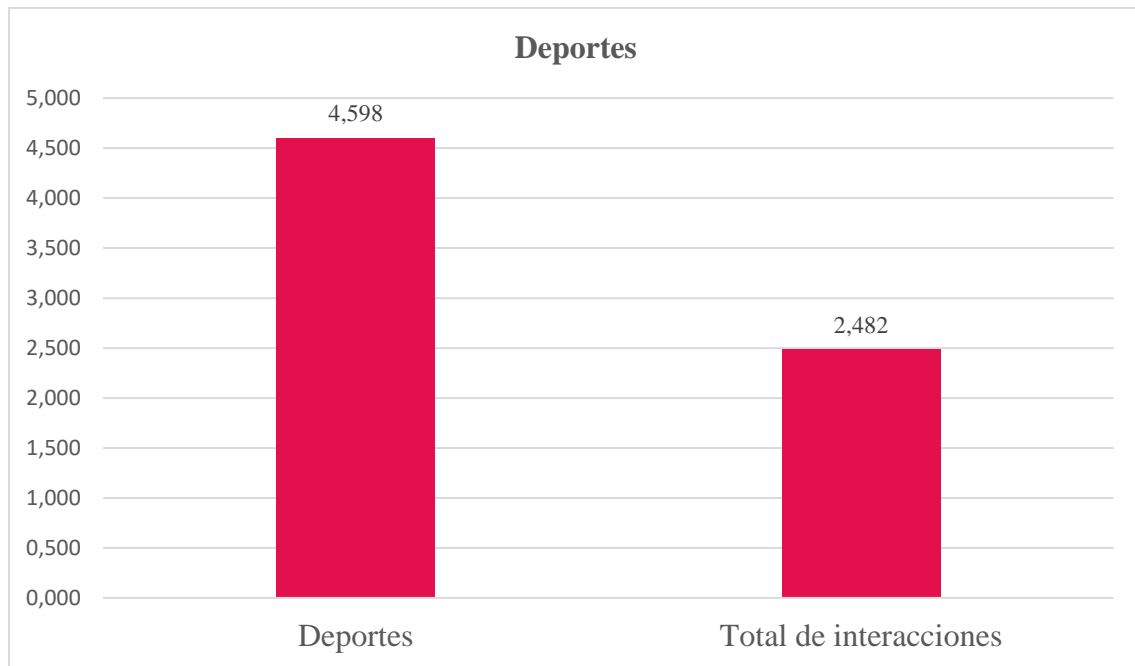


*Ilustración 16 - Categoría Ciencia - Instagram Moteradio. Autoría propia.*

En mayo se realizaron dos publicaciones acerca de una entrevista con el ufólogo Jaime Rodríguez. Una de ellas, que fue publicada el 11 de mayo, fue la que tuvo mayor *engagement* con una valoración de 5,747.

- La tercera categoría que se ha analizado es “Deportes”, pódcast enfocado en el aniversario del equipo de la ciudad de Cuenca desde una perspectiva diferente. En estos tres meses de análisis se realizó una publicación con un compromiso del 4,598.

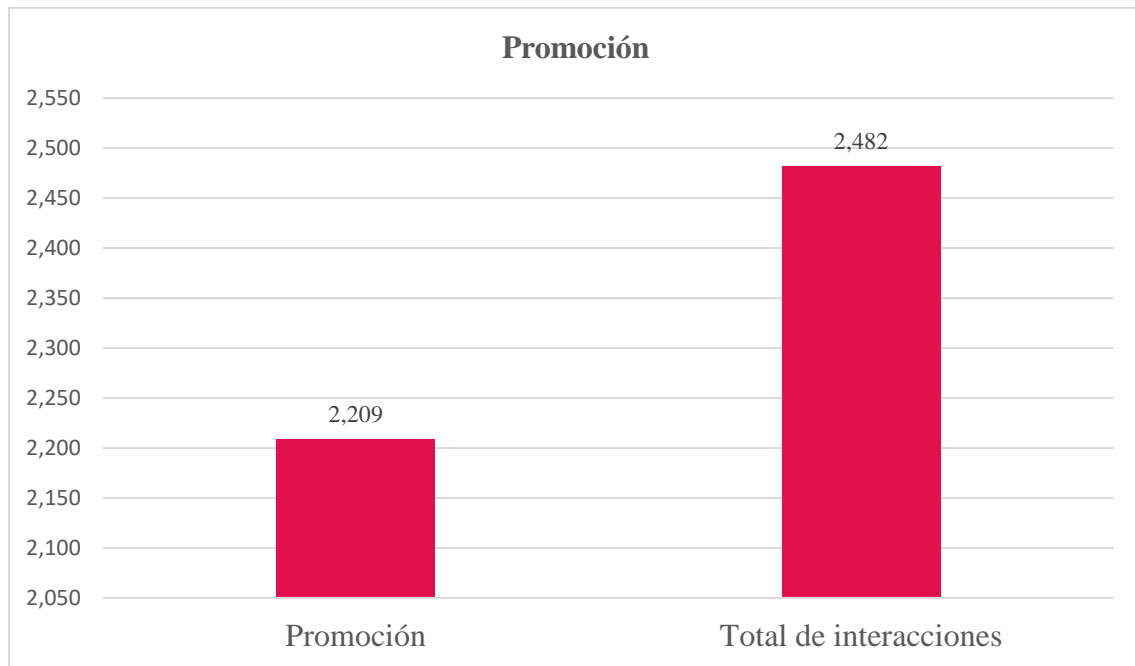




*Ilustración 17 - Categoría Deportes - Instagram Moteradio. Autoría propia.*

En marzo se realizó la publicación acerca del aniversario del Club Deportivo Cuenca.

- La cuarta categoría que se ha analizado es “Promoción”, publicaciones en las cuales se recomienda escuchar un pódcast antiguo o el anuncio del estreno de un nuevo contenido, en estos tres meses de análisis se realizaron 34 publicaciones con un compromiso del 2,209.



*Ilustración 18 - Categoría Promoción - Instagram Moteradio. Autoría propia.*

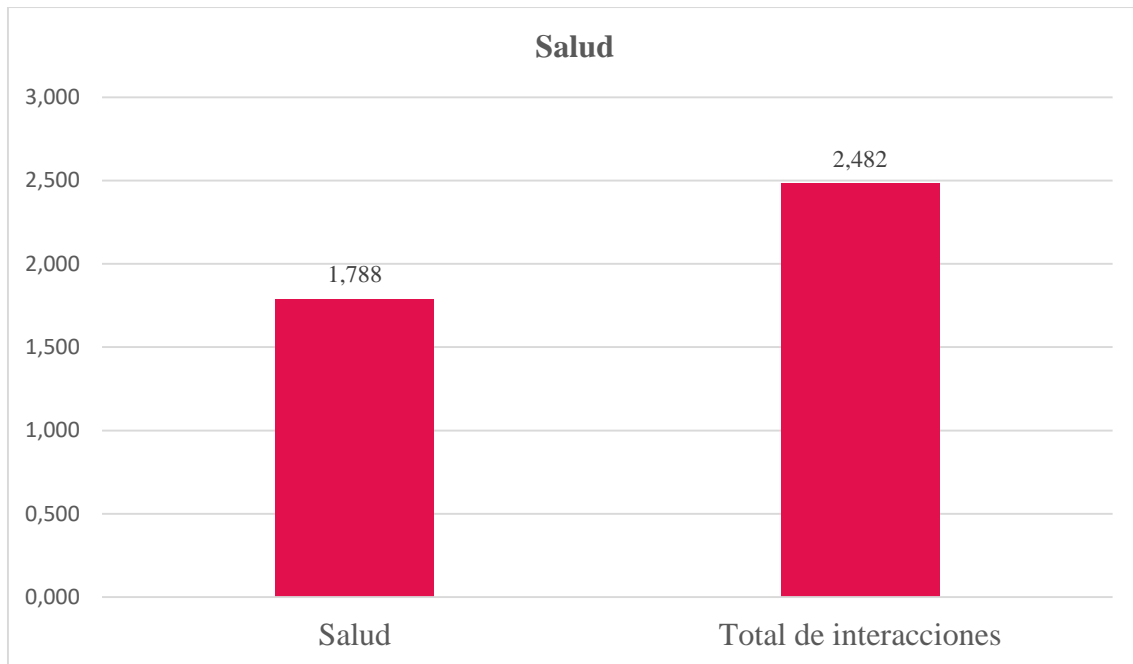
La publicación sobre el agradecimiento a Diario El Mercurio acerca de la nota publicada de Moteradio fue la que tuvo mayor *engagement*, con una valoración de 5,364.

En marzo se realizaron 15 publicaciones, tuvieron que ver con la presentación de Moteradio en Twitter, anuncios e invitación para escuchar nuevos pódcast, agradecimiento al ganador del sorteo y a Diario El Mercurio por una nota publicada, mensaje de conciencia para permanecer en casa, agradecimiento a la Banda *Possessed* por el apoyo.

En abril se realizaron 13 publicaciones sobre anuncio de nuevos pódcast, homenaje a Guayaquil, captura de una transmisión en vivo y la invitación a escuchar el pódcast “COVID-19 de América”.

En mayo se realizaron seis publicaciones acerca del Día de la Libertad de Prensa, campaña Presta tu Compu, anuncio de charlas de tecnología y entrega de mascarillas.

- La quinta categoría que se ha analizado es “Salud”, pódcast o publicaciones dedicadas a relatar cómo ha afectado el COVID-19 a nuestro continente y a la vida de las personas. En estos tres meses de análisis se realizaron tres publicaciones con un compromiso del 1,788.



*Ilustración 19 - Categoría Salud - Instagram Moteradio. Autoría propia.*

En marzo se realizaron dos publicaciones sobre la campaña quédate en casa y el pódcast “COVID-19”, una de ellas, publicada el 15 de marzo tuvo mayor *engagement* con una valoración de 3,065.

En mayo se realizó una publicación sobre el pódcast “COVID-19”.



### 3.5.4 Porcentaje de publicaciones relacionadas a COVID-19

Tabla 7.

<b>Moteradio</b>		<b>FACEBOOK</b>		
<b>Publicaciones</b>		X		<b>9,37%</b>
Total	64		100	
COVID-19	6			

Autoría propia.

Tabla 8.

<b>Moteradio</b>		<b>TWITTER</b>		
<b>Publicaciones</b>		X		14,08%
Total	71		100	
COVID-19	10			

Autoría propia.

Tabla 9.

<b>Moteradio</b>		<b>INSTAGRAM</b>		
<b>Publicaciones</b>		X		<b>6,52%</b>
Total	46		100	
COVID-19	3			

Autoría propia.



### 3.6 Cálculo del *engagement* de La Andariega en sus redes sociales durante los meses de confinamiento

Para realizar el cálculo del *engagement* de La Andariega en sus tres redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram) dividiremos el total de interacciones de los usuarios en un período de tiempo determinado por el número de publicaciones realizadas en ese mismo período y, luego, dividido por el número de seguidores, y multiplicado por cien (Ure, 2018).

Facebook:

$$\frac{(\text{Me Gusta} + \text{Compartidos} + \text{Comentarios})}{\frac{\text{Numero de publicaciones en el periodo}}{\text{Numero de fans}}} \times 100$$

Twitter:

$$\frac{(\text{Me Gusta} + \text{Retweets} + \text{Comentarios})}{\frac{\text{Numero de tweets en el periodo}}{\text{Número de seguidores}}} \times 100$$

Instagram:

$$\frac{(\text{Me Gusta} + \text{Comentarios})}{\frac{\text{Numero de fotos en el periodo}}{\text{Número de seguidores}}} \times 100$$

En el medio de comunicación digital La Andariega se calculará el *engagement* de sus seguidores hacia sus publicaciones hasta el 25 de junio del 2020.



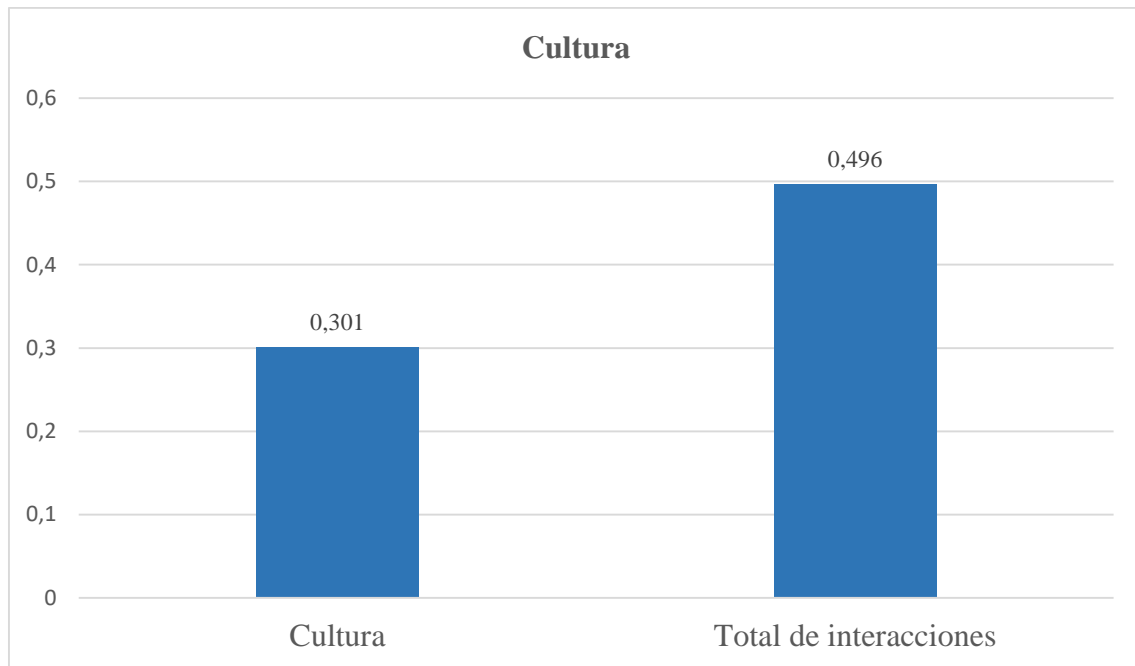
En esta ocasión tenemos tan solo dos categorías para calcular el *engagement* de las publicaciones realizadas por La Andariega durante los tres meses de confinamiento en investigación.

Por problemas técnicos en las diferentes redes sociales del medio de comunicación La Andariega no se pudo mantener una constante actualización de publicaciones y en este punto tendremos tres categorías publicadas en la red social Instagram.

### **3.6.1 Análisis del *engagement* de La Andariega en Facebook**

A continuación, se expresará el nivel de compromiso o *engagement* que demuestran los usuarios con relación a las publicaciones del medio de comunicación cuencano La Andariega, en la red social de *Facebook*. Además, se expondrá un gráfico con el nivel por categoría.

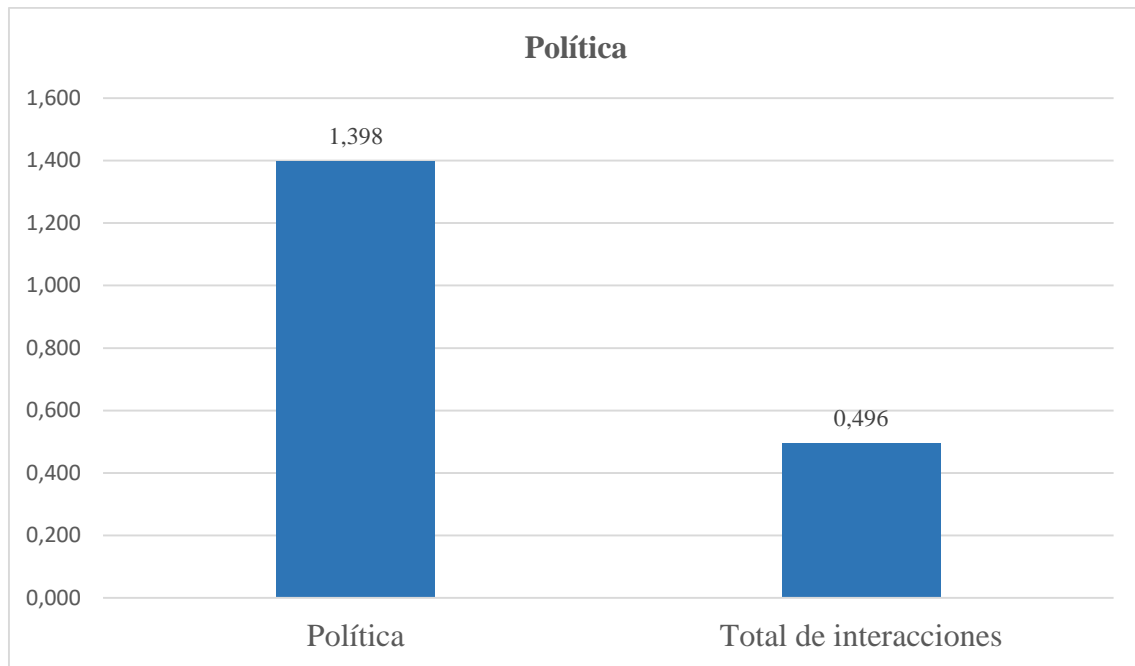
- La primera categoría que se ha analizado es “Cultura”, noticias publicadas en medios de comunicación que abarcan temas relacionados a la diversidad cultural. En estos tres meses de análisis se realizaron dos publicaciones con un compromiso del 0,301.



*Ilustración 20 - Categoría Cultura - Facebook La Andariega. Autoría propia.*

En marzo se realizaron dos publicaciones sobre la definición de cultura y la cultura desde la perspectiva de género obteniendo la misma valoración de 0,301.

- La segunda categoría que se ha analizado es “Política”, pódcast o publicaciones centradas en manifestaciones en contra del Gobierno Nacional. En estos tres meses de análisis se realizaron dos publicaciones con un compromiso del 1,398.



*Ilustración 21 - Categoría Política - Facebook La Andariega. Autoría propia.*

En mayo se realizaron dos publicaciones sobre el artículo Tallarines sin gluten y la marcha en contra del gobierno que fue la que tuvo mayor *engagement* con una valoración de 2,043.

- La tercera categoría que se ha analizado es “Promoción”, publicaciones en las cuales se recomienda escuchar un pódcast antiguo o el anuncio del estreno de un nuevo contenido. En estos tres meses de análisis se realizaron dos publicaciones con un compromiso del 0,201.



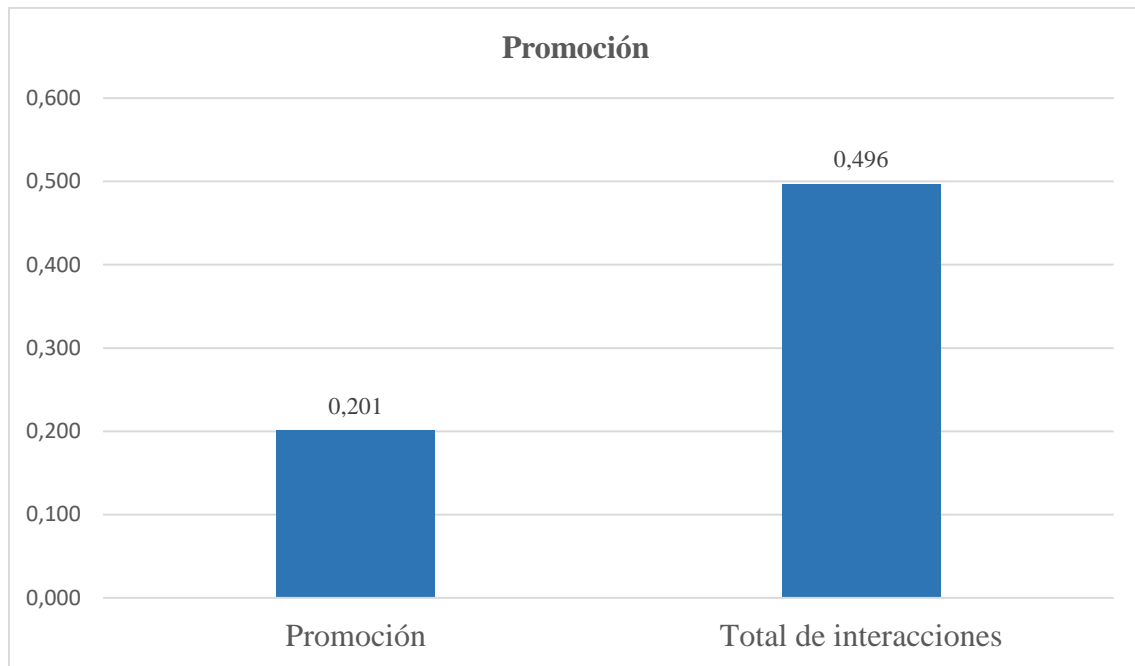


Ilustración 22 - Categoría Promoción - Facebook La Andariega. Autoría propia.

La charla en vivo sobre la Maternidad en tiempos de COVID fue la que tuvo mayor *engagement*, con una valoración de 0,344.

En marzo se realizó una publicación acerca del recordatorio de la transmisión ¿Sabes qué es cultura?

En mayo se realizaron dos publicaciones sobre el anuncio del *live* ‘Maternal en tiempos de COVID’ y la inscripción a un *live* sobre pandemia.

- La cuarta categoría que se ha analizado es “Salud”, pódcast o publicaciones dedicadas a relatar cómo ha afectado el COVID-19 a nuestro continente y a la vida de cada una de las personas. En estos tres meses de análisis se realizaron cinco publicaciones con un compromiso del 0,391.

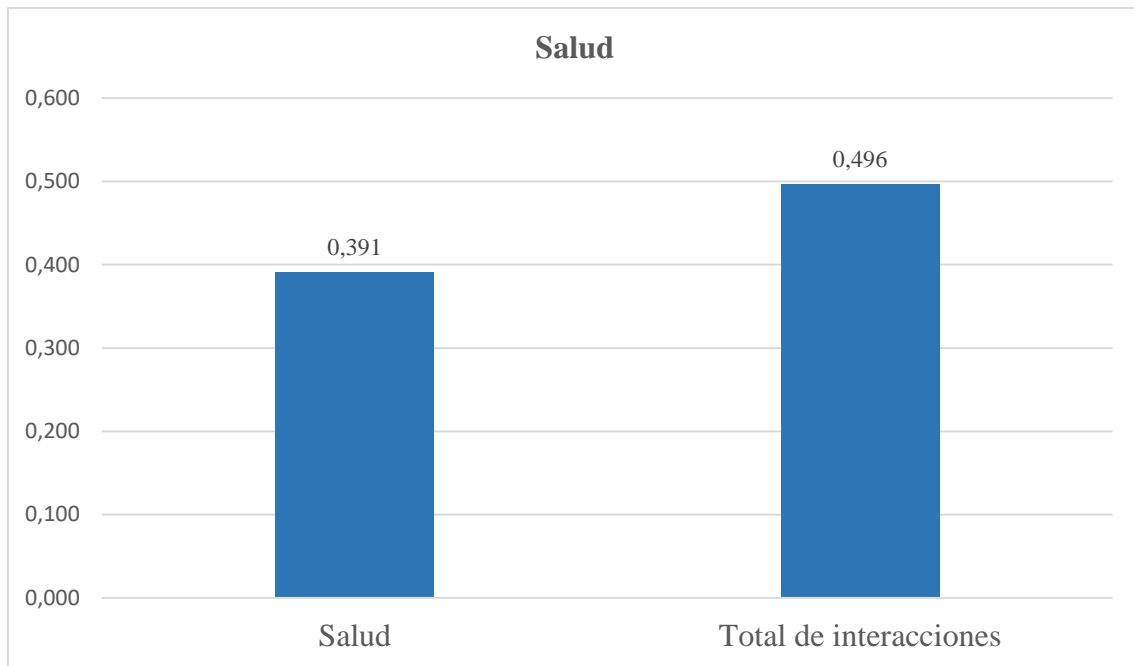


Ilustración 23 - Categoría Salud - Facebook La Andariega. Autoría propia.

La publicación Relatos de la pandemia tuvo mayor *engagement* con una valoración de 0,817.

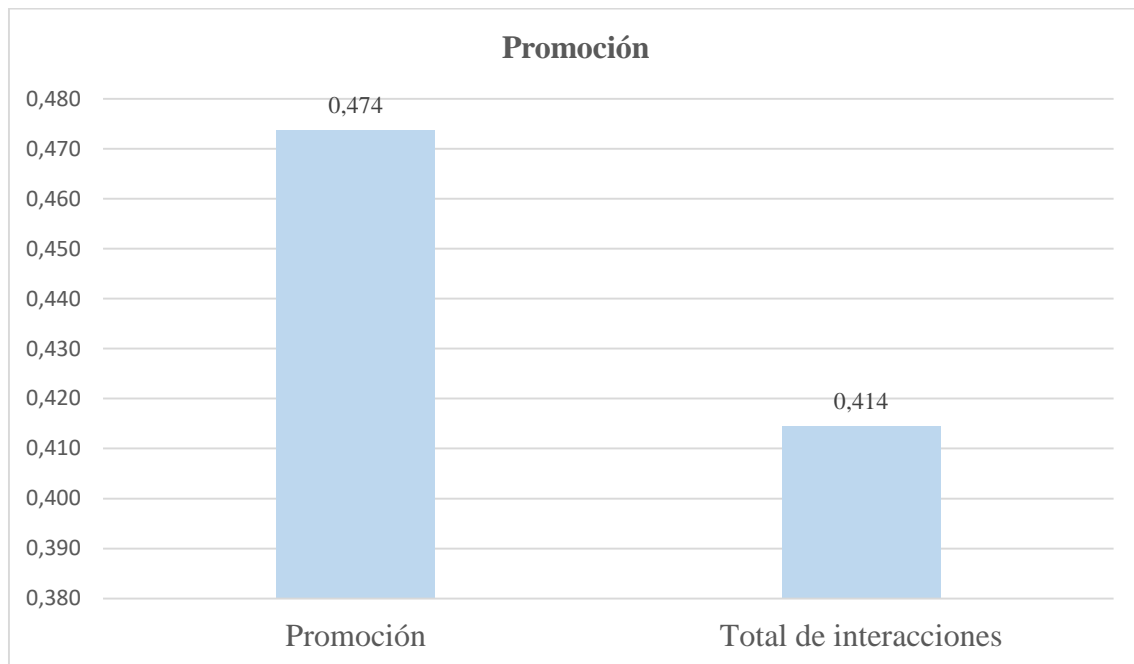
En mayo se realizaron cinco publicaciones con temas relacionados a relatos de la pandemia, violentadas en cuarentena y la maternidad en tiempos de coronavirus.

### 3.6.2 Análisis del *engagement* de La Andariega en Twitter

A continuación, se mostrará el nivel de compromiso o “*engagement*” que tienen los usuarios para con las publicaciones del medio de comunicación cuencano La Andariega, en la red social Twitter. Además, se mostrará un gráfico con el nivel por categoría.

- La primera categoría que se ha analizado es “Promoción”, publicaciones en las cuales se recomienda escuchar un *pódcast* antiguo o el anuncio del estreno

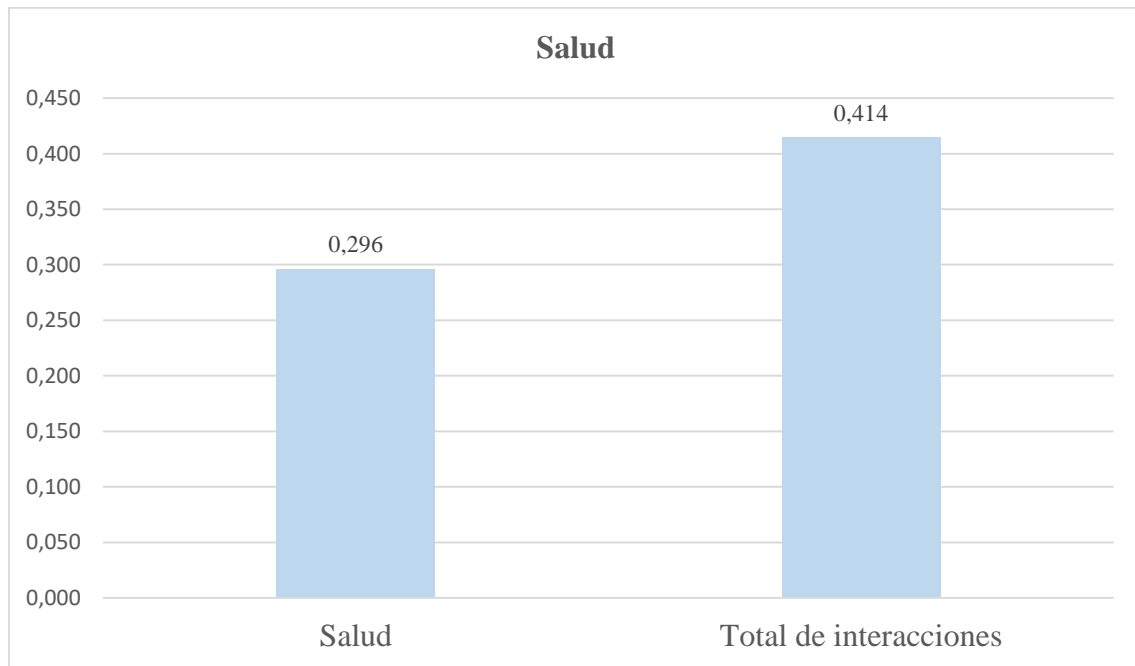
de un nuevo contenido. En estos tres meses de análisis se realizaron dos publicaciones con un compromiso del 0,474.



*Ilustración 24 - Categoría Promoción - Twitter La Andariega. Autoría propia.*

En mayo se realizaron dos publicaciones acerca del regreso a sus publicaciones y explicación de su ausencia la cual tuvo mayor engagement con una valoración de 0,710.

- La segunda categoría que se ha analizado es “Salud”, pódcast o publicaciones dedicadas a relatar cómo ha afectado el COVID-19 a nuestro continente y a la vida de las personas. En estos tres meses de análisis se realizó una publicación con un compromiso del 0,296.



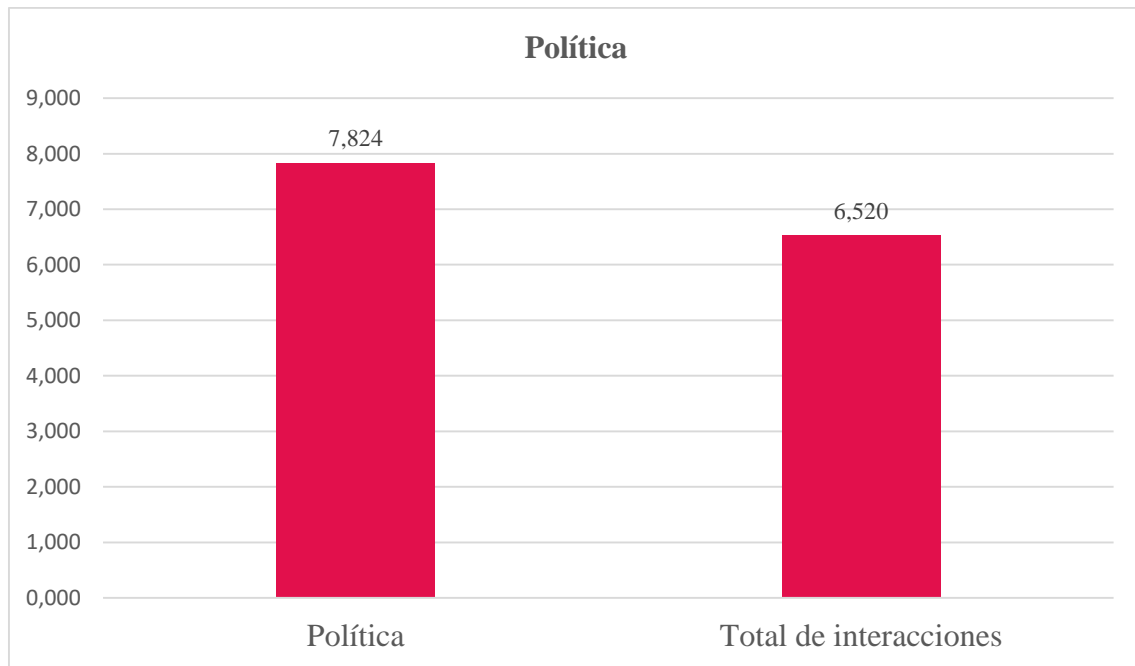
*Ilustración 25 - Categoría Salud - Twitter La Andariega. Autoría propia.*

En mayo se realizó una publicación acerca de relatos sobre la pandemia.

### **3.6.3 Análisis del *engagement* de La Andariega en Instagram**

A continuación se presentará el nivel de compromiso o *engagement* que expresan los usuarios ante las publicaciones del medio de comunicación cuencano La Andariega, en la red social Instagram. Además se expondrá un gráfico con el nivel por categoría.

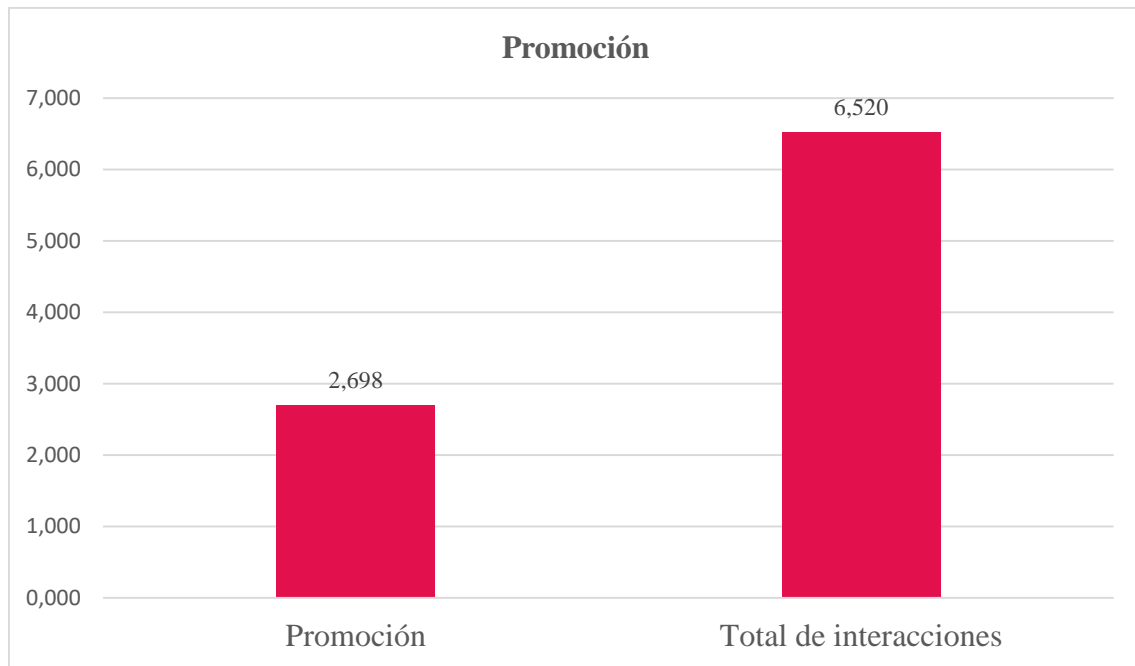
- La primera categoría que se ha analizado es “Política”, pódcast o publicaciones centradas en manifestaciones en contra del Gobierno Nacional. En estos tres meses de análisis se realizó una publicación con un compromiso del 7,824.



*Ilustración 26 - Categoría Política - Instagram La Andariega. Autoría propia.*

En mayo se realizó una publicación acerca de la marcha en contra del gobierno.

- La segunda categoría que se ha analizado es “Promoción”, publicaciones en las cuales se recomienda escuchar un pódcast antiguo o el anuncio del estreno de un nuevo contenido, en estos tres meses de análisis se realizó una publicación con un compromiso del 2,698.



*Ilustración 27 - Categoría Promoción - Instagram La Andariega. Autoría propia.*

En mayo se realizó una publicación con una invitación al *live* sobre maternidad en tiempos de COVID.

- La tercera categoría que se ha analizado es “Salud”, pódcast o publicaciones dedicadas a relatar cómo ha afectado el COVID-19 a nuestro continente y a la vida de las personas. En estos tres meses de análisis se realizaron dos publicaciones con un compromiso del 7,779.

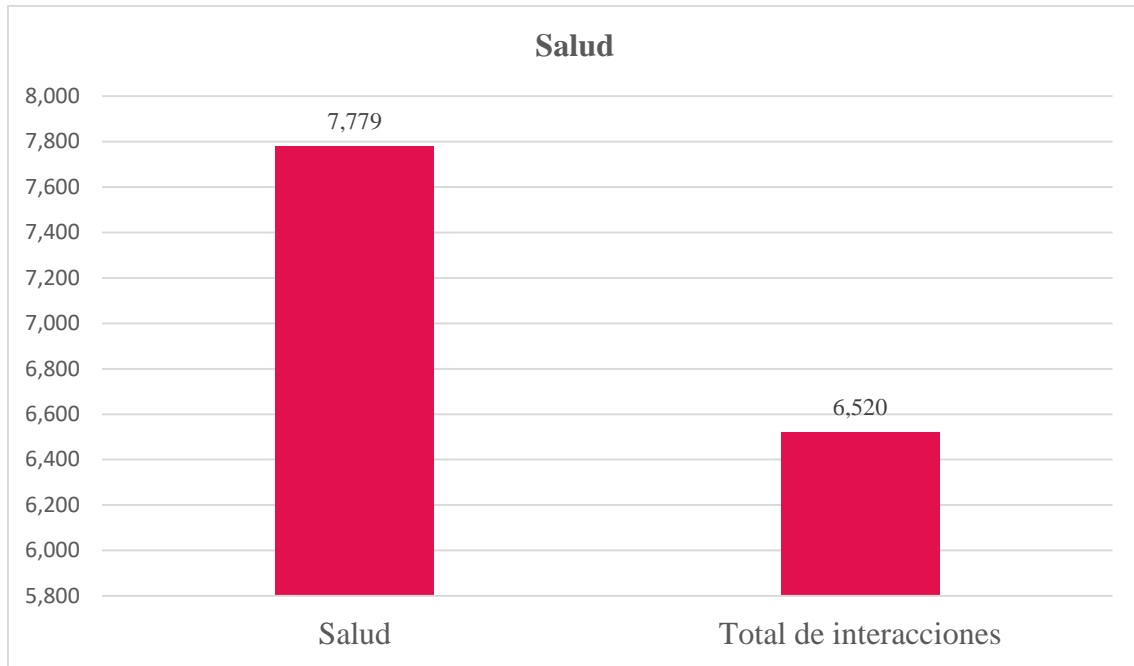


Ilustración 28 - Categoría Salud - Instagram La Andariega. Autoría propia.

En mayo se realizaron dos publicaciones acerca de los temas violentadas en cuarentena y maternidad la cual tuvo mayor *engagement* con una valoración de 11,511.

### 3.6.4 Porcentaje de publicaciones relacionadas a la COVID-19

Tabla 10.

La Andariega		FACEBOOK		
<b>Publicaciones</b>		X		<b>41,6%</b>
Total	12		100	
COVID-19	5			

Autoría propia.



Tabla 11.

La Andariega		TWITTER		
<b>Publicaciones</b>		X		<b>33,3%</b>
Total	3		100	
COVID-19	1			

Autoría propia.

Tabla 12.

La Andariega		INSTAGRAM		
<b>Publicaciones</b>		X		<b>50%</b>
Total	4		100	
COVID-19	2			

Autoría propia.

#### 4. Conclusiones

Al finalizar esta investigación y basándonos en la clasificación según su referencia contextual de Ángel Rodríguez y Lluís Mas, se ha determinado categorizar en nueve las temáticas que se presentaron en las publicaciones emitidas en las redes sociales de Moteradio y La Andariega durante los meses de marzo, abril y mayo del año 2020. Esto ha ayudado al avance de la investigación hacia la validez o rechazo de la hipótesis planteada en un inicio.





El porcentaje de publicaciones relacionadas a la COVID-19 en el medio de comunicación digital Moteradio en la red social Facebook fue un 9,37 %, en Twitter 14,08 % y en Instagram 6,52 %. En La Andariega con Facebook se obtuvo el 41,6 %, Twitter el 33,3 % e Instagram el 50 %.

En todas las redes sociales, en los dos medios, la categoría Salud fue la primera o segunda en número de publicaciones durante el período de estudio, sin contar con las publicaciones de promoción de cada medio, lo que confirma la hipótesis de que Moteradio y La Andariega dieron importancia a los temas relacionados con la COVID-19 durante los meses de confinamiento.

Con relación a lo anteriormente mencionado, el *engagement* que Moteradio alcanzó en Facebook se distribuyó de la siguiente manera: tecnología 4,464; arte 1,795; salud 1,760; promoción 1,682; ciencia 1,408 y deportes 0,317. En Twitter: cultura 4,088; ciencia 3,040; deporte 2,830; arte 2,561; promoción 2,259; salud 1,667; judicial 1,258; tecnología 1,258 y política 0,943. En Instagram, deportes 4,598; ciencia 3,831; arte 3,576; promoción 2,209 y salud 1,788.

En La Andariega el nivel de compromiso en la red social Facebook con política fue de 1,398; salud 0,391; cultura fue de 0,301 y promoción 0,201. En Twitter, promoción 0,474; salud 0,296. En Instagram, política 7,824; salud 7,779; promoción 2,698.

Tras el análisis se puede comparar el nivel de compromiso entre las diferentes categorías de cada red social; en Moteradio con la red social Facebook, la categoría de tecnología



(4,464) obtuvo más aceptación que la categoría de salud (1,760). En Twitter, la categoría de deporte (2,830) obtuvo más aceptación que la categoría de salud (1,667). En Instagram, la categoría de deportes (4,598) obtuvo mayor aceptación que la categoría de salud (1,788).

En La Andariega con la red social de Facebook, la categoría de política (1,398) tuvo mayor aceptación que la categoría de salud (0,391). En Twitter, la categoría promoción (0,474) fue la que mayor aceptación; la categoría de salud estuvo más abajo (0,296). En Instagram, la categoría política (7,824) tuvo una aceptación levemente superior que salud (7,779).

Finalmente se ha comprobado que Moteradio y La Andariega, medios de comunicación digital de la ciudad de Cuenca, dieron importancia en sus publicaciones a temas relacionados con COVID-19 durante los meses de confinamiento debido a la pandemia por esta enfermedad, lo que se reflejó en el número de publicaciones, que se incrementó cuando empezó el confinamiento por la pandemia y se volvió un tema recurrente. Mientras que el impacto que estas publicaciones obtuvieron en su audiencia fue distinto en cada red. Los temas de COVID-19 permitieron que la categoría “Salud”, en la que se encuentra clasificada, esté entre las que más *engagement* alcanzaron. De esta manera, la hipótesis planteada en un inicio se confirma.



## 5. Recomendaciones

Luego de concluir este trabajo de investigación realizamos las siguientes recomendaciones:

- Se debe motivar al personal docente universitario a profundizar en la práctica de la investigación de las nuevas tecnologías y a estar abiertos a nuevas propuestas en cualquier ámbito del periodismo.
- Este proceso de investigación nos ha dejado como una de sus enseñanzas la convicción de que los futuros profesionales deben conocer cuál es el nivel de compromiso que pueden obtener del usuario, según el contenido que difunden en un medio de comunicación digital.
- Desde la academia se debe incentivar y fortalecer la idea de crear más medios de comunicación digitales en la ciudad de Cuenca.
- Futuras investigaciones sobre el tema pueden identificar el tipo de contenido de los medios de comunicación digital que genera más reacciones en la audiencia de la ciudad de Cuenca. Esto puede servir como una guía para las estrategias de los medios.



## 6. Bibliografía

- Annan, K. (2003). *Cumbre mundial sobre la sociedad de la información*. Obtenido de Cumbre mundial sobre la sociedad de la información : <http://www.itu.int/net/wsis/messages/annan-es.html>
- Arango, G. (2013). *Comunicación digital: una propuesta de análisis desde el pensamiento complejo*. Obtenido de Comunicación digital: una propuesta de análisis desde el pensamiento complejo: <http://www.scielo.org.co/pdf/pacla/v16n3/v16n3a02.pdf>
- Ballesteros, C. (2019). *El índice de engagement en redes sociales, una medición emergente en la Comunicación académica y organizacional*. Obtenido de El índice de engagement en redes sociales, una medición emergente en la Comunicación académica y organizacional: <http://revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1261>
- Boczkowski, P. (2006). *Digitalizar las noticias*. Obtenido de Digitalizar las noticias : [https://www.perio.unlp.edu.ar/catedras/hdelconocimiento/wp-content/uploads/sites/42/2020/06/11575495-Digitalizar-las-Noticias-Pablo-Boczkowski-capitulo-3.pdf?fbclid=IwAR0QXaQocEaVFqO\\_ZI6RzF2mFlcM3lWKBTThkVu7Yi\\_iPOtq44FYUVY5\\_uo](https://www.perio.unlp.edu.ar/catedras/hdelconocimiento/wp-content/uploads/sites/42/2020/06/11575495-Digitalizar-las-Noticias-Pablo-Boczkowski-capitulo-3.pdf?fbclid=IwAR0QXaQocEaVFqO_ZI6RzF2mFlcM3lWKBTThkVu7Yi_iPOtq44FYUVY5_uo)
- Cadena, D. (2015). *Evolución y Prospectiva del Periodismo Digital y su relación con la formación periodística ecuatoriana en la ciudad de Ibarra*. Obtenido de Evolución y Prospectiva del Periodismo Digital y su relación con la formación periodística ecuatoriana en la ciudad de Ibarra: <https://1library.co/document/6qmxl9y8-evolucion-prospectiva-periodismo-digital-relacion-formacion-periodistica-ecuatoriana.html>
- Carbellido, C. (2018). *Un community manager*. Obtenido de Un community manager: <https://www.uncommunitymanager.es/formula-engagement/>
- Carrera, L. (2012). *Grupo de Investigación Stellae*. Obtenido de Grupo de investigación Stellae: <http://stellae.usc.es/red/blog/view/147703/comunicacion-tradicionalvs-comunicacion-digital%20Recuperado%20el%2013%20de%20noviembre%20del%202017>.
- Cerviño, B. (2013). *El uso de las redes sociales como fuentes de información para periodistas*. Obtenido de El uso de las redes sociales como fuentes de información para periodistas: [https://www.recercat.cat/bitstream/handle/2072/216886/Versi%3%B3n%20digital%20del%20trabajo.pdf?fbclid=IwAR1YF07ECIZwuFst3tR6vdPKexJXoVXZXftePLQBnTh47V\\_b8DKQe8gzhiY](https://www.recercat.cat/bitstream/handle/2072/216886/Versi%3%B3n%20digital%20del%20trabajo.pdf?fbclid=IwAR1YF07ECIZwuFst3tR6vdPKexJXoVXZXftePLQBnTh47V_b8DKQe8gzhiY)
- Chamorro, D. (2017). *El rol del engagement e interactividad para la fidelización en redes sociales*. Obtenido de El rol del engagement e interactividad para la fidelización en redes sociales:



<http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/5740/1/T2379-MCE-Chamorro-El%20rol.pdf>

- Chávez, C., & Munguia, K. (2017). *Nuevos medios y espacios de comunicación en El Salvador*. Obtenido de Nuevos medios y espacios de comunicación en El Salvador: <http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/tesis/941001023.pdf>
- Coronel, G. (2015). *Estado de diarios, revistas y medios digitales*. Obtenido de Estado de diarios, revistas y medios digitales: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5257540>
- elfaro.net. (1998). *El Faro*. Obtenido de El Faro: [https://elfaro.net/es/info/acerca\\_de\\_elfaro/](https://elfaro.net/es/info/acerca_de_elfaro/)
- González, J. (2020). *Los emergentes nativos digitales en América Latina*. Obtenido de Los emergentes nativos digitales en América Latina: <https://newsletter.atdl.org/index.php/173-newsletter-29-mayo-2020/2761-los-emergentes-nativos-digitales-en-america-latina>
- González, L., Ulloa, N., & Galarza, V. (2015). *Origen y evolución de los medios digitales en el norte del Ecuador*. Obtenido de Origen y evolución de los medios digitales en el norte del Ecuador : [https://www.academia.edu/28285073/Origen\\_y\\_evoluci%C3%B3n\\_de\\_los\\_medios\\_digitales\\_en\\_el\\_norte\\_del\\_Ecuador](https://www.academia.edu/28285073/Origen_y_evoluci%C3%B3n_de_los_medios_digitales_en_el_norte_del_Ecuador)
- Herrera, F. (2015). *Marketing RS*. Obtenido de Marketing RS: <https://marketingenredessociales.com/que-es-y-como-generar-engagement-en-redes-sociales.html/>
- Herrera, L., Pérez, F., García, F., & Fernández, G. (2017). *El uso de las redes sociales y el engagement de los clubes de la Liga Endesa ACB*. Murcia: ISSN edición web.
- Meléndez, J. (2016). *Primer estudio de medios digitales y periodismo en América Latina*. Obtenido de Primer estudio de medios digitales y periodismo en América Latina : [https://drive.google.com/file/d/0B56C\\_0nwk1HSHpsMUZpb0tQamM/view?fbclid=IwAR3YNBdujF\\_AZofXQji1Qya\\_CdkNFC6chCffuJ0EdA9t8ybNyU16WpA8u\\_A](https://drive.google.com/file/d/0B56C_0nwk1HSHpsMUZpb0tQamM/view?fbclid=IwAR3YNBdujF_AZofXQji1Qya_CdkNFC6chCffuJ0EdA9t8ybNyU16WpA8u_A)
- Montells, L. (2017). *Metricool*. Obtenido de Metricool: <https://metricool.com/es/que-es-el-engagement-en-twitter-y-como-puede-ayudarte/>
- Morán, S. (31 de Agosto de 2015). *El auge de los medios nativos digitales en Ecuador*. Obtenido de El auge de los medios nativos digitales en Ecuador: <https://www.planv.com.ec/historias/sociedad/el-auge-medios-nativos-digitales-ecuador>
- Morejón, R., & Zamora, B. (2019). *Revista Textos y Contextos*. Obtenido de Revista Textos y Contextos: <http://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/CONTEXTOS/article/view/1752/1656>



- Núñez, F. (2005). *Guía de comunicación digital*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello. Obtenido de UNESDOC BIBLIOTECA DIGITAL:  
[https://books.google.com.ec/books?id=Ik6wzmdOU6EC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=Ik6wzmdOU6EC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Orbani, A., & Chacón, C. (2015). *KANTAR MEDIA*. Obtenido de KANTAR MEDIA:  
[https://www.amic.media/media/files/file\\_352\\_815.pdf?fbclid=IwAR3HPsotUh4rO4qn3kxYp9I0mZCqQWBgIToXFIWKjsTFHZi6RrjD6AcDgt8](https://www.amic.media/media/files/file_352_815.pdf?fbclid=IwAR3HPsotUh4rO4qn3kxYp9I0mZCqQWBgIToXFIWKjsTFHZi6RrjD6AcDgt8)
- Punín, M. I., Martínez, C., & Rencoret, N. (2014). *Medios digitales en Ecuador: perspectivas de futuro*. Obtenido de Medios digitales en Ecuador: perspectivas de futuro: <https://recyt.fecyt.es/index.php/comunicar/article/view/27270>
- Rodríguez, Á., & Mas, L. (2011). *INVENTARIO DE PALABRAS CLAVE TEMÁTICAS PARA LA CLASIFICACION AUTOMÁTICA DE NOTICIAS DE TELEVISION*. Obtenido de INVENTARIO DE PALABRAS CLAVE TEMÁTICAS PARA LA CLASIFICACION AUTOMÁTICA DE NOTICIAS DE TELEVISION:  
<https://revistas.um.es/analesdoc/article/download/123271/125011/524901>
- Schirmmacher, F. (s.f.). *Las promesas incumplidas de internet*. Obtenido de Las promesas incumplidas de internet:  
[https://www.elmalpensante.com/articulo/2726/las\\_promesas\\_incumplidas\\_de\\_internet?fbclid=IwAROL9giHxjqLHNIVu8wruTNU3mq4EeJvuSelvAW47gjbFZ1WJPpucBfq62A](https://www.elmalpensante.com/articulo/2726/las_promesas_incumplidas_de_internet?fbclid=IwAROL9giHxjqLHNIVu8wruTNU3mq4EeJvuSelvAW47gjbFZ1WJPpucBfq62A)
- Shapiro, M. (2012). Six degrees of aggregation. *Columbia Journalism Review*.
- Torija, C. (2018). *Instagram como recurso para la generación de engagement*. Obtenido de Instagram como recurso para la generación de engagement :  
<http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/73845/6/ctorijaTFG0118memoria.pdf>
- Ure, M. (2018). *Engagement estratégico y encuentro conversacional en los medios sociales*. Obtenido de Engagement estratégico y encuentro conversacional en los medios sociales.: <http://www.scielo.org.pe/pdf/rcudep/v17n1/a11v17n1.pdf>
- Zuluaga, J., & Gómez, S. (2019). *Medios nativos digitales en América Latina, agenda, sostenimiento e influencia*. Obtenido de Medios nativos digitales en América Latina, agenda, sostenimiento e influencia:  
<https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/3333/3177>





## Anexos

<b>MOTERADIO 947 Seguidores</b>		<b># Publicaciones</b>		<b>64</b>	<b>FACEBOOK</b>		
<b>Fecha</b>	<b>Enlace</b>	<b>Nombre</b>	<b>Categoría</b>	<b>Reacciones</b>	<b>Comentarios</b>	<b>Compartidos</b>	<b>Engagement</b>
5 de Marzo	<a href="https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1287547891454855">https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1287547891454855</a>	Pódcast Follow the leader de la banda Korn.	Arte	7	0	1	0,845
12 de Marzo	<a href="https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1293090100900634">https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1293090100900634</a>	Nuevo pódcast grupo cuencano Santa Muerte.	Arte	6	0	3	0,950
19 de Marzo	<a href="https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1298647927011518">https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1298647927011518</a>	Nuevo pódcast sobre Judas Priest.	Arte	5	0	0	0,528
25 de Marzo	<a href="https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1304457706430540">https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1304457706430540</a>	Nuevo pódcast Banda Possessed	Arte	3	0	1	0,422
1 de Abril	<a href="https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1310384">https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1310384</a>	Nuevo pódcast de Beastie Boy	Arte	11	0	5	1,690





	692504508						
9 de Abril	<a href="https://www.facebook.com/MoteraudioCuenca/posts/1316488661894111">https://www.facebook.com/MoteraudioCuenca/posts/1316488661894111</a>	Nuevo pódcast Los Ilegales	Arte	3	0	1	0,422
16 de Abril	<a href="https://www.facebook.com/MoteraudioCuenca/posts/1322415737968070">https://www.facebook.com/MoteraudioCuenca/posts/1322415737968070</a>	Nuevo pódcast Banda Accept	Arte	7	1	4	1,267
25 de Abril	<a href="https://www.facebook.com/watch/live/?v=645035469561924&amp;ref=watch_permalink">https://www.facebook.com/watch/live/?v=645035469561924&amp;ref=watch_permalink</a>	Análisis en vivo Notoken	Arte	14	0	9	2,429
25 de Abril	<a href="https://www.facebook.com/watch/live/?v=519060512096462&amp;ref=watch_permalink">https://www.facebook.com/watch/live/?v=519060512096462&amp;ref=watch_permalink</a>	Análisis en vivo Notoken	Arte	36	13	23	7,603
9 de Mayo	<a href="https://www.facebook.com/MoteraudioCuenca/posts/1340471076162536">https://www.facebook.com/MoteraudioCuenca/posts/1340471076162536</a>	Pódcast de Jaime Rodríguez, investigador del fenómeno ovni	Ciencia	6	0	2	0,845



11 de Mayo	<a href="https://www.facebook.com/MotradioCuenca/posts/1342040519338925">https://www.facebook.com/MotradioCuenca/posts/1342040519338925</a>	Pódcast de Jaime Rodríguez, investigador del fenómeno ovni	Ciencia	18	0	2	2,112
4 de Marzo	<a href="https://www.facebook.com/MotradioCuenca/posts/1287094611500183">https://www.facebook.com/MotradioCuenca/posts/1287094611500183</a>	Deportivo Cuenca Aniversario	Deportes	3	0	0	0,317
14 de Abril	<a href="https://www.facebook.com/MotradioCuenca/posts/1320533631489614">https://www.facebook.com/MotradioCuenca/posts/1320533631489614</a>	Anuncio nuevo pódcast	Promoción	6	0	1	0,739
1 de Marzo	<a href="https://www.facebook.com/MotradioCuenca/posts/1285306071679037">https://www.facebook.com/MotradioCuenca/posts/1285306071679037</a>	Presentación en Twitter	Promoción	7	0	0	0,739
2 de Marzo	<a href="https://www.facebook.com/MotradioCuenca/posts/1286041684938809">https://www.facebook.com/MotradioCuenca/posts/1286041684938809</a>	Anuncio nuevo pódcast	Promoción	4	0	2	0,634
3 de Marzo	<a href="https://www.facebook.com/MotradioCuenca/posts/1286041684938809">https://www.facebook.com/MotradioCuenca/posts/1286041684938809</a>	Encuesta Mote y Vinilo	Promoción	6	1	0	0,739



	nca/posts/1286765218199789						
4 de Marzo	<a href="https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1287547891454855">https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1287547891454855</a>	Encuesta Mote y Vinilo	Promoción	1	0	0	0,106
6 de Marzo	<a href="https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1288901791319465">https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1288901791319465</a>	Ganador de audífonos	Promoción	12	0	4	1,690
6 de Marzo	<a href="https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1288901791319465">https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1288901791319465</a>	Ganador de audífonos	Promoción	20	0	1	2,218
8 de Marzo	<a href="https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1290408981168746">https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1290408981168746</a>	Anuncio nuevo pódcast	Promoción	7	0	3	1,056
9 de Marzo	<a href="https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1291192564423721">https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1291192564423721</a>	Anuncio nuevo pódcast	Promoción	2	0	1	0,317



11 de Marzo	<a href="https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1292591604283817">https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1292591604283817</a>	Anuncio nuevo pódcast	Promoción	19	1	10	3,168
17 de Marzo	<a href="https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1297683967107914">https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1297683967107914</a>	Anuncio nuevo pódcast	Promoción	5	0	2	0,739
19 de Marzo	<a href="https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1299451173597860">https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1299451173597860</a>	Agradecimiento por nota publicada sobre Moteradio	Promoción	28	4	9	4,329
20 de Marzo	<a href="https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1300247836851527">https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1300247836851527</a>	Apoya la campaña #Quédateencasa	Promoción	11	0	5	1,690
23 de Marzo	<a href="https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1302636336612677">https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1302636336612677</a>	Anuncio nuevo pódcast	Promoción	3	0	1	0,422
25 de Marzo	<a href="https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1302636336612677">https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1302636336612677</a>	Jorge Ilegal se suma a la campaña	Promoción	4	0	8	1,267



	nca/posts/1304504449759199	#Quédateencasa					
26 de Marzo	<a href="https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1304990783043899">https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1304990783043899</a>	Agradecimiento a la banda Possessed	Promoción	4	0	3	0,739
27 de Marzo	<a href="https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1306197796256531">https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1306197796256531</a>	Invitación a escuchar sus pódcast	Promoción	10	0	2	1,267
29 de Marzo	<a href="https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1307202792822698">https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1307202792822698</a>	Descripción de su actividad	Promoción	3	0	0	0,317
1 de Abril	<a href="https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1309620352580942">https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1309620352580942</a>	Anuncio nuevo pódcast	Promoción	2	0	2	0,422
7 de Abril	<a href="https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1315048402038137">https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1315048402038137</a>	Anuncio nuevo pódcast	Promoción	4	0	1	0,528



8 de Abril	<a href="https://www.facebook.com/MotradioCuenca/posts/1315668525309458">https://www.facebook.com/MotradioCuenca/posts/1315668525309458</a>	Anuncio nuevo pódcast	Promoción	4	0	5	0,950
8 de Abril	<a href="https://www.facebook.com/MotradioCuenca/posts/1315668525309458">https://www.facebook.com/MotradioCuenca/posts/1315668525309458</a>	Anuncio nuevo pódcast	Promoción	6	0	1	0,739
10 de Abril	<a href="https://www.facebook.com/MotradioCuenca/posts/1317208865155424">https://www.facebook.com/MotradioCuenca/posts/1317208865155424</a>	Invitación a escuchar un pódcast de Facundo Cabral	Promoción	11	0	2	1,373
23 de Abril	<a href="https://www.facebook.com/MotradioCuenca/posts/1327630567446587">https://www.facebook.com/MotradioCuenca/posts/1327630567446587</a>	Publicación de nueva imagen	Promoción	4	0	0	0,422
23 de Abril	<a href="https://www.facebook.com/MotradioCuenca/posts/1327630954113215">https://www.facebook.com/MotradioCuenca/posts/1327630954113215</a>	Actualización de portada	Promoción	4	0	0	0,422
24 de Abril	<a href="https://www.facebook.com/MotradioCuenca/posts/1327630954113215">https://www.facebook.com/MotradioCuenca/posts/1327630954113215</a>	Anuncio Homenaje a Guayaquil	Promoción	8	1	9	1,795



	nca/posts/1328729354003375						
25 de Abril	<a href="https://www.facebook.com/events/157142949063051/">https://www.facebook.com/events/157142949063051/</a>	Creación de evento	Promoción	8	0	0	0,845
25 de Abril	<a href="https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1329293747280269">https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1329293747280269</a>	Anuncio nuevo pódcast	Promoción	8	0	3	1,162
25 de Abril	<a href="https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1329578133918497">https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1329578133918497</a>	Agradecimiento a la banda Notoken	Promoción	5	0	0	0,528
28 de Abril	<a href="https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1331748903701420">https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1331748903701420</a>	Anuncio de nuevo pódcast	Promoción	2	0	1	0,317
28 de Abril	<a href="https://www.facebook.com/events/1588689514616209/">https://www.facebook.com/events/1588689514616209/</a>	Anuncio de nuevo pódcast	Promoción	2	0	0	0,211
28 de Abril	<a href="https://www.facebook.com/MoteradioCue">https://www.facebook.com/MoteradioCue</a>	Anuncio de nuevo pódcast	Promoción	6	0	1	0,739



	nca/posts/1331909357018708						
29 de Abril	<a href="https://www.facebook.com/MotradioCuenca/posts/1332531426956501">https://www.facebook.com/MotradioCuenca/posts/1332531426956501</a>	Anuncio de nuevo pódcast	Promoción	25	0	4	3,062
30 de Abril	<a href="https://www.facebook.com/MotradioCuenca/posts/1333488140194163">https://www.facebook.com/MotradioCuenca/posts/1333488140194163</a>	Invitación a escuchar pódcast “El Covid de América”	Promoción	2	0	2	0,422
3 de Mayo	<a href="https://www.facebook.com/MotradioCuenca/posts/1335533139989663">https://www.facebook.com/MotradioCuenca/posts/1335533139989663</a>	#DíaDeLaLibertadDePrensa	Promoción	11	0	4	1,584
6 de Mayo	<a href="https://www.facebook.com/MotradioCuenca/posts/1338087483067562">https://www.facebook.com/MotradioCuenca/posts/1338087483067562</a>	#PrestaTuCompu	Promoción	102	2	112	22,809
12 de Mayo	<a href="https://www.facebook.com/MotradioCuenca/posts/1342582479284729">https://www.facebook.com/MotradioCuenca/posts/1342582479284729</a>	Anuncio de charla sobre pódcast “El Covid de América”	Promoción	28	3	8	4,118





13 de Mayo	<a href="https://www.facebook.com/MoteraudioCuenca/posts/1343492969193680">https://www.facebook.com/MoteraudioCuenca/posts/1343492969193680</a>	Anuncio de charla sobre pódcast "El Covid de América "	Promoción	6	0	3	0,950
14 de Mayo	<a href="https://www.facebook.com/MoteraudioCuenca/posts/1344119942464316">https://www.facebook.com/MoteraudioCuenca/posts/1344119942464316</a>	Anuncio de charla sobre pódcast "El Covid de América "	Promoción	10	0	2	1,267
24 de Mayo	<a href="https://www.facebook.com/MoteraudioCuenca/posts/1352105258332451">https://www.facebook.com/MoteraudioCuenca/posts/1352105258332451</a>	Anuncio de charla sobre tecnología	Promoción	12	0	2	1,478
24 de Mayo	<a href="https://www.facebook.com/MoteraudioCuenca/posts/1352109464998697">https://www.facebook.com/MoteraudioCuenca/posts/1352109464998697</a>	Anuncio de charla sobre tecnología	Promoción	6	0	1	0,739
25 de Mayo	<a href="https://www.facebook.com/MoteraudioCuenca/posts/1352893358253641">https://www.facebook.com/MoteraudioCuenca/posts/1352893358253641</a>	Anuncio de charla sobre tecnología	Promoción	9	0	1	1,056
25 de Mayo	<a href="https://www.facebook.com/MoteraudioCuenca/posts/1352893358253641">https://www.facebook.com/MoteraudioCuenca/posts/1352893358253641</a>	Anuncio de entrega de	Promoción	27	4	2	3,485



	nca/posts/1352901784919465	mascarillas					
26 de Mayo	<a href="https://www.facebook.com/events/1109144102819051/">https://www.facebook.com/events/1109144102819051/</a>	Creación de evento	Promoción	3	0	0	0,317
15 de Marzo	<a href="https://www.facebook.com/MotradioCuenca/posts/1295890903953887">https://www.facebook.com/MotradioCuenca/posts/1295890903953887</a>	Campaña #Quédateencasa	Salud	2	0	3	0,528
18 de Marzo	<a href="https://www.facebook.com/MotradioCuenca/posts/1298634633679514">https://www.facebook.com/MotradioCuenca/posts/1298634633679514</a>	Entrevista con la psicóloga educativa Mayra Illescas	Salud	1	0	2	0,317
23 de Marzo	<a href="https://www.facebook.com/MotradioCuenca/posts/1302613036615007">https://www.facebook.com/MotradioCuenca/posts/1302613036615007</a>	Entrevista con la psicóloga educativa Mayra Illescas	Salud	6	0	1	0,739
1 de Mayo	<a href="https://www.facebook.com/MotradioCuenca/posts/1334200060122971">https://www.facebook.com/MotradioCuenca/posts/1334200060122971</a>	Nuevo pódcast "El Covid de América"	Salud	4	0	2	0,634
3 de Mayo	<a href="https://www.facebook.com">https://www.facebook.com</a>	Invitación a escuchar	Salud	3	0	1	0,422



	<a href="https://www.facebook.com/watch/live/?v=625647214964236&amp;ref=watch_permalink">m/MoteradioCuenca/posts/1335830989959878</a>	pódcast “El Covid de América ”						
14 de Mayo	<a href="https://www.facebook.com/watch/live/?v=625647214964236&amp;ref=watch_permalink">https://www.facebook.com/watch/live/?v=625647214964236&amp;ref=watch_permalink</a>	Análisis pódcast “El Covid de América ”	Salud	50	15	10	7,920	
27 de Mayo	<a href="https://www.facebook.com/watch/live/?v=174945307268976&amp;ref=watch_permalink">https://www.facebook.com/watch/live/?v=174945307268976&amp;ref=watch_permalink</a>	Charla con Agustín Espada	Tecnología	39	31	11	8,553	
29 de Mayo	<a href="https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1355970724612571">https://www.facebook.com/MoteradioCuenca/posts/1355970724612571</a>	Invitación a escuchar la charla con Agustín Espada	Tecnología	6	0	1	0,739	
<b>Total de interacciones</b>				<b>697</b>	<b>76</b>	<b>300</b>	<b>1,770</b>	
			<b>Publicaciones</b>	<b>Reacciones</b>	<b>Comentarios</b>	<b>Compartidos</b>		
			Arte	9	92	14	47	1,795
			Ciencia	2	24	0	4	1,478
			Deportes	1	3	0	0	0,317
			Promoción	44	467	16	218	1,682
			Salud	6	66	15	19	1,760
			Tecnología	2	45	31	12	4,646



<b>MOTERADIO</b> <b>261 Seguidores</b>				<b># Fotos</b> <b>46</b>		<b>INSTAGRAM</b>
<b>Fecha</b>	<b>Enlace</b>	<b>Nombre</b>	<b>Categoría</b>	<b>Me Gusta</b>	<b>Comentarios</b>	<b>Engagement</b>
5 de Marzo	<a href="https://www.instagram.com/p/B9YCSPYFc-/">https://www.instagram.com/p/B9YCSPYFc-/</a>	Nuevo pódcast Banda Korn	Arte	4	0	1,533
12 de Marzo	<a href="https://www.instagram.com/p/B9nwf_HI8il/">https://www.instagram.com/p/B9nwf_HI8il/</a>	Nuevo pódcast Grupo Santa Muerte	Arte	13	0	4,981
1 de Abril	<a href="https://www.instagram.com/p/B-duBWK1wLN/">https://www.instagram.com/p/B-duBWK1wLN/</a>	Nuevo pódcast de Beastie Boys	Arte	15	0	5,747
9 de Abril	<a href="https://www.instagram.com/p/B-x_eLdF2Z8/">https://www.instagram.com/p/B-x_eLdF2Z8/</a>	Nuevo Pódcast Los Ilegales	Arte	5	0	1,916
10 de Abril	<a href="https://www.instagram.com/p/B-0NTvdFlmV/">https://www.instagram.com/p/B-0NTvdFlmV/</a>	Pódcast Facundo Cabral	Arte	7	0	2,682
16 de Abril	<a href="https://www.instagram.com/p/B_E">https://www.instagram.com/p/B_E</a>	Nuevo pódcast Banda Accept	Arte	12	0	4,598



	X1oNliO z/					
9 de Mayo	<a href="https://www.instagram.com/p/B__hhJIIDHt/">https://www.instagram.com/p/B__hhJIIDHt/</a>	Pódcast de Jaime Rodríguez, investigador del fenómeno ovni	Ciencia	4	1	1,916
11 de Mayo	<a href="https://www.instagram.com/p/CAEo5C1lqb6/">https://www.instagram.com/p/CAEo5C1lqb6/</a>	Pódcast de Jaime Rodríguez, investigador del fenómeno ovni	Ciencia	13	2	5,747
4 de Marzo	<a href="https://www.instagram.com/p/B9UDaJxFqn r/">https://www.instagram.com/p/B9UDaJxFqn r/</a>	Aniversario Deportivo Cuenca	Deportes	12	0	4,598
1 de Marzo	<a href="https://www.instagram.com/p/B9N7ZlglZDz/">https://www.instagram.com/p/B9N7ZlglZDz/</a>	Presentación en Twitter	Promoción	5	0	1,916
2 de Marzo	<a href="https://www.instagram.com/p/B9Qb7H5FR OH/">https://www.instagram.com/p/B9Qb7H5FR OH/</a>	Anuncio nuevo pódcast	Promoción	0	0	0,000
6 de Marzo	<a href="https://www.instagram.com/p/B9aDK51FJ oj/">https://www.instagram.com/p/B9aDK51FJ oj/</a>	Ganador de audífonos	Promoción	0	0	0,000
6 de Marzo	<a href="https://www.instagram.com/p/B9aDK51FJ oj/">https://www.instagram.com/p/B9aDK51FJ oj/</a>	Ganador de audífonos	Promoción	12	0	4,598



	gram.com/p/B9aYgX4luWf/					
8 de Marzo	<a href="https://www.instagram.com/p/B9ftqWl8Tu/">https://www.instagram.com/p/B9ftqWl8Tu/</a>	Encuesta próximo pódcast	Promoción	11	0	4,215
9 de Marzo	<a href="https://www.instagram.com/p/B9hiCxElEhv/">https://www.instagram.com/p/B9hiCxElEhv/</a>	Anuncio nuevo pódcast	Promoción	0	0	0,000
18 de Marzo	<a href="https://www.instagram.com/p/B94RRO8lZMp/">https://www.instagram.com/p/B94RRO8lZMp/</a>	Anuncio nuevo pódcast	Promoción	0	0	0,000
19 de Marzo	<a href="https://www.instagram.com/p/B98HyBFFO_z/">https://www.instagram.com/p/B98HyBFFO_z/</a>	Agradecimiento por nota publicada sobre Moteradio	Promoción	14	0	5,364
20 de Marzo	<a href="https://www.instagram.com/p/B9-oWQDI_DS/">https://www.instagram.com/p/B9-oWQDI_DS/</a>	Invitación a escuchar sus pódcast	Promoción	10	0	3,831
23 de Marzo	<a href="https://www.instagram.com/p/B-F2lG8ljLk/">https://www.instagram.com/p/B-F2lG8ljLk/</a>	Anuncio nuevo pódcast	Promoción	0	0	0,000



25 de Marzo	<a href="https://www.instagram.com/p/B-LkE7AFhpt/">https://www.instagram.com/p/B-LkE7AFhpt/</a>	Anuncio nuevo pódcast	Promoción	7	0	2,682
25 de Marzo	<a href="https://www.instagram.com/p/B-Lr_gslHRA/">https://www.instagram.com/p/B-Lr_gslHRA/</a>	Jorge Ilegal se une a la campaña #Quédateen casa	Promoción	0	0	0,000
26 de Marzo	<a href="https://www.instagram.com/p/B-NHGT6liFS/">https://www.instagram.com/p/B-NHGT6liFS/</a>	Agradecimiento a la Banda Possessed por el apoyo	Promoción	4	0	1,533
27 de Marzo	<a href="https://www.instagram.com/p/B-Q0zGPlkZa/">https://www.instagram.com/p/B-Q0zGPlkZa/</a>	Invitación a escuchar sus pódcast	Promoción	8	0	3,065
29 de Marzo	<a href="https://www.instagram.com/p/B-TyADvF170/">https://www.instagram.com/p/B-TyADvF170/</a>	Descripción de su trabajo realizado	Promoción	7	0	2,682
1 de Abril	<a href="https://www.instagram.com/p/B-bRXtClq9I/">https://www.instagram.com/p/B-bRXtClq9I/</a>	Anuncio nuevo pódcast	Promoción	0	0	0,000
7 de Abril	<a href="https://www.instagram.com/p/B-tMdaal2EI/">https://www.instagram.com/p/B-tMdaal2EI/</a>	Anuncio nuevo pódcast	Promoción	3	0	1,149



8 de Abril	<a href="https://www.instagram.com/p/B-vKOO_1adw/">https://www.instagram.com/p/B-vKOO_1adw/</a>	Anuncio nuevo pódcast	Promoción	9	0	3,448
8 de Abril	<a href="https://www.instagram.com/p/B-vdxloli4e/">https://www.instagram.com/p/B-vdxloli4e/</a>	Anuncio nuevo pódcast	Promoción	0	0	0,000
14 de Abril	<a href="https://www.instagram.com/p/B--deidFKOr/">https://www.instagram.com/p/B--deidFKOr/</a>	Anuncio nuevo pódcast	Promoción	9	0	3,448
24 de Abril	<a href="https://www.instagram.com/p/B_YjEflFxH8/">https://www.instagram.com/p/B_YjEflFxH8/</a>	Anuncio Homenaje a Guayaquil	Promoción	9	0	3,448
24 de Abril	<a href="https://www.instagram.com/p/B_YqwndFddf/">https://www.instagram.com/p/B_YqwndFddf/</a>	Posteo de nueva imagen	Promoción	3	0	1,149
25 de Abril	<a href="https://www.instagram.com/p/B_амзоHFlaP/">https://www.instagram.com/p/B_амзоHFlaP/</a>	Anuncio nuevo pódcast	Promoción	7	0	2,682
25 de Abril	<a href="https://www.instagram.com/p/B_bXZ0TFzIt/">https://www.instagram.com/p/B_bXZ0TFzIt/</a>	Captura de la transmisión en vivo	Promoción	10	0	3,831





28 de Abril	<a href="https://www.instagram.com/p/B_iuVgRlRJw/">https://www.instagram.com/p/B_iuVgRlRJw/</a>	Anuncio nuevo pódcast	Promoción	5	0	1,916
28 de Abril	<a href="https://www.instagram.com/p/B_jOAXNIUzh/">https://www.instagram.com/p/B_jOAXNIUzh/</a>	Anuncio nuevo pódcast	Promoción	5	0	1,916
29 de Abril	<a href="https://www.instagram.com/p/B_lVRy2F-J5/">https://www.instagram.com/p/B_lVRy2F-J5/</a>	Anuncio nuevo pódcast	Promoción	10	0	3,831
30 de Abril	<a href="https://www.instagram.com/p/B_ocFXlIEvu/">https://www.instagram.com/p/B_ocFXlIEvu/</a>	Invitación a escuchar el pódcast Covid de América	Promoción	6	0	2,299
3 de Mayo	<a href="https://www.instagram.com/p/B_u-ClCFcz8/">https://www.instagram.com/p/B_u-ClCFcz8/</a>	#DíadelaLibertaddePrensa	Promoción	7	0	0,000
6 de Mayo	<a href="https://www.instagram.com/p/B_3q4BSFjnH/">https://www.instagram.com/p/B_3q4BSFjnH/</a>	#PrestatuCompu	Promoción	0	0	0,000
12 de Mayo	<a href="https://www.instagram.com/p/CA">https://www.instagram.com/p/CA</a>	Anuncio de charla sobre pódcast “El Covid de América”	Promoción	9	0	3,448



	Ge1dLF CGV/					
24 de Mayo	<a href="https://www.instagram.com/p/CAmBPbvlxFR/">https://www.instagram.com/p/CAmBPbvlxFR/</a>	Anuncio de charla sobre tecnología	Promoción	8	0	3,065
25 de Mayo	<a href="https://www.instagram.com/p/CAoftv_IPtx/">https://www.instagram.com/p/CAoftv_IPtx/</a>	Anuncio de charla sobre tecnología	Promoción	6	0	2,299
25 de Mayo	<a href="https://www.instagram.com/p/CAot1iUFHMx/">https://www.instagram.com/p/CAot1iUFHMx/</a>	Anuncio de entrega de mascarillas	Promoción	12	0	4,598
15 de Marzo	<a href="https://www.instagram.com/p/B9wyT9aFQuv/">https://www.instagram.com/p/B9wyT9aFQuv/</a>	Campaña #Quédateen casa	Salud	8	0	3,065
18 de Marzo	<a href="https://www.instagram.com/p/B95wkErIjZI/">https://www.instagram.com/p/B95wkErIjZI/</a>	Pódcast COVID-19	Salud	3	0	1,149
1 de Mayo	<a href="https://www.instagram.com/p/B_qwN8dFkda/">https://www.instagram.com/p/B_qwN8dFkda/</a>	Pódcast Covid de América	Salud	3	0	1,149
						111,494
Total de Interacciones				295	3	2,482



Arte			56	0	3,576	
Ciencia			17	3	3,831	
Deportes			12	0	4,598	
Promoción			196	0	2,209	
Salud			14	0	1,788	

<b>MOTERADIO</b> 318 Seguidores			<b># Publicaciones</b> 71			<b>TWITTER</b>	
<b>Fecha</b>	<b>Enlace</b>	<b>Nombre</b>	<b>Categoría</b>	<b>Me gusta</b>	<b>Comentarios</b>	<b>Retweet</b>	<b>Engagement</b>
1 de Marzo	<a href="https://twitter.com/moteradiopodca1/status/1234328746380922880">https://twitter.com/moteradiopodca1/status/1234328746380922880</a>	Facundo Cabral	Arte	2	0	2	1,258
2 de Marzo	<a href="https://twitter.com/moteradiopodca1/status/1234500735615881216">https://twitter.com/moteradiopodca1/status/1234500735615881216</a>	Las Lecciones de Mercedes	Arte	0	0	1	0,314
3 de Marzo	<a href="https://twitter.com/moteradiopodca1/status/123">https://twitter.com/moteradiopodca1/status/123</a>	La brújula sonora: La radiodifusión	Arte	2	0	2	1,258



	<a href="https://twitter.com/moteradiopodca/status/1249924831327591">4831327591 124992</a>	ecuatoriano en el siglo XXI					
3 de Marzo	<a href="https://twitter.com/moteradiopodca/status/1235024702143250433">https://twitter.com/moteradiopodca/status/1235024702143250433</a>	Entrevista con Pedro Andreu (Baterista de Héroes del Silencio)	Arte	7	1	4	3,774
4 de Marzo	<a href="https://twitter.com/moteradiopodca/status/1235196010638594050">https://twitter.com/moteradiopodca/status/1235196010638594050</a>	Guns N' Roses	Arte	2	0	2	1,258
5 de Marzo	<a href="https://twitter.com/moteradiopodca/status/1235750487699451904">https://twitter.com/moteradiopodca/status/1235750487699451904</a>	Mote y Vinilo: Korn	Arte	6	0	2	2,516
12 de Marzo	<a href="https://twitter.com/moteradiopodca/status/1237967755967713282">https://twitter.com/moteradiopodca/status/1237967755967713282</a>	Mote y Vinilo: Santa Muerte	Arte	8	0	5	4,088
1 de Abril	<a href="https://twitter.com/moteradiopodca/status/1245525714901897216">https://twitter.com/moteradiopodca/status/1245525714901897216</a>	Sherpa cantando en contra del coronavirus	Arte	1	0	2	0,943
1 de Abril	<a href="https://twitter.com/moteradiopodca/status/1245525714901897216">https://twitter.com/moteradiopodca/status/1245525714901897216</a>	Mote y Vinilo:	Arte	3	0	0	0,943



	<a href="https://twitter.com/moteradiopodca/status/12561540348203010">5561540348 203010</a>	Beastie Boys					
9 de Abril	<a href="https://twitter.com/moteradiopodca/status/1248414933030592515">https://twitt er.com/mot eradiopodca 1/status/124 8414933030 592515</a>	Mote y Vinilo: ILEGA LES	Arte	19	1	7	8,491
10 de Abril	<a href="https://twitter.com/moteradiopodca/status/1248727006323367936">https://twitt er.com/mot eradiopodca 1/status/124 8727006323 367936</a>	Pódcast de Facund o Cabral	Arte	4	1	2	2,201
16 de Abril	<a href="https://twitter.com/moteradiopodca/status/1251001725089128451">https://twitt er.com/mot eradiopodca 1/status/125 1001725089 128451</a>	Mote y Vinilo: Accept	Arte	8	0	5	4,088
25 de Abril	<a href="https://twitter.com/moteradiopodca/status/1254259308713463808">https://twitt er.com/mot eradiopodca 1/status/125 4259308713 463808</a>	Entrevi sta con la banda Notoke n	Arte	4	0	3	2,201
3 de Mayo	<a href="https://twitter.com/moteradiopodca/status/1257138741614972931">https://twitt er.com/mot eradiopodca 1/status/125 7138741614 972931</a>	Pódcast "El COVID -19 de Améric a"	Arte	3	1	4	2,516
9 de Mayo	<a href="https://twitter.com/moteradiopodca/status/1259319625751441408">https://twitt er.com/mot eradiopodca 1/status/125 9319625751 441408</a>	Motera dio y Jaime Rodríg uez	Ciencia	6	0	2	2,516
9 de Mayo	<a href="https://twitter.com/moteradiopodca/status/1259319625751441408">https://twitt er.com/mot eradiopodca 1/status/125</a>	Motera dio y Jaime	Ciencia	2	1	3	1,887



	<a href="https://twitter.com/motradiopodca">9320790539010049</a>	Rodríguez					
11 de Mayo	<a href="https://twitter.com/motradiopodca/status/1260045954776010758">https://twitter.com/motradiopodca/status/1260045954776010758</a>	Motera dio y Jaime Rodríguez	Ciencia	11	2	2	4,717
19 de Marzo	<a href="https://twitter.com/motradiopodca/status/1240834980894453760">https://twitter.com/motradiopodca/status/1240834980894453760</a>	Artículo sobre Mote y Vinilo en el Mercurio	Cultura	9	0	4	4,088
4 de Marzo	<a href="https://twitter.com/motradiopodca/status/1235192248532455424">https://twitter.com/motradiopodca/status/1235192248532455424</a>	El Cuenquita	Deporte	5	1	3	2,830
1 de Marzo	<a href="https://twitter.com/motradiopodca/status/1234326181828272129">https://twitter.com/motradiopodca/status/1234326181828272129</a>	Decreto 883 Ecuador	Política	1	0	2	0,943
1 de Marzo	<a href="https://twitter.com/motradiopodca/status/1234323731637469186">https://twitter.com/motradiopodca/status/1234323731637469186</a>	Presentación	Promoción	1	0	2	0,943
1 de Marzo	<a href="https://twitter.com/motradiopodca/status/1234330368322527233">https://twitter.com/motradiopodca/status/1234330368322527233</a>	Invitación a seguir las redes sociales que utiliza	Promoción	2	0	1	0,943



		Motera dio					
1 de Marzo	<a href="https://twitter.com/motradiopodca1/status/1234340623681048578">https://twitter.com/motradiopodca1/status/1234340623681048578</a>	Saludo del baterista de Héroes del Silencio	Promoción	1	0	2	0,943
2 de Marzo	<a href="https://twitter.com/motradiopodca1/status/1234501811878408193">https://twitter.com/motradiopodca1/status/1234501811878408193</a>	Promoción de Mote y Vinilo: Black Sabbath	Promoción	0	0	1	0,314
2 de Marzo	<a href="https://twitter.com/motradiopodca1/status/1234685264531869696">https://twitter.com/motradiopodca1/status/1234685264531869696</a>	Promoción de Mote y Vinilo: Korn	Promoción	2	0	1	0,943
3 de Marzo	<a href="https://twitter.com/motradiopodca1/status/1235026664876195840">https://twitter.com/motradiopodca1/status/1235026664876195840</a>	Encuesta para el próximo Mote y Vinilo	Promoción	0	0	1	0,314
4 de Marzo	<a href="https://twitter.com/motradiopodca1/status/1235393257422630919">https://twitter.com/motradiopodca1/status/1235393257422630919</a>	Resultados de la encuesta de Mote y Vinilo e invitación a escuchar los podcast	Promoción	3	0	1	1,258



6 de Marzo	<a href="https://twitter.com/moteradiopodca1/status/1236038280568868865">https://twitter.com/moteradiopodca1/status/1236038280568868865</a>	Video de agradecimiento del ganador de los audífonos	Promoción	2	0	2	1,258
6 de Marzo	<a href="https://twitter.com/moteradiopodca1/status/1236084881882570754">https://twitter.com/moteradiopodca1/status/1236084881882570754</a>	Fotos de la entrega de audífonos	Promoción	4	0	3	2,201
8 de Marzo	<a href="https://twitter.com/moteradiopodca1/status/1236754143139844101">https://twitter.com/moteradiopodca1/status/1236754143139844101</a>	Anuncio del próximo podcast	Promoción	4	0	3	2,201
9 de Marzo	<a href="https://twitter.com/moteradiopodca1/status/1237082495650279426">https://twitter.com/moteradiopodca1/status/1237082495650279426</a>	Nuevamente anuncio del próximo podcast	Promoción	4	0	1	1,572
11 de Marzo	<a href="https://twitter.com/moteradiopodca1/status/1237736466379427845">https://twitter.com/moteradiopodca1/status/1237736466379427845</a>	Anuncio del próximo Mote y Vinilo	Promoción	3	0	3	1,887
17 de Marzo	<a href="https://twitter.com/moteradiopodca1/status/1240087252195323906">https://twitter.com/moteradiopodca1/status/1240087252195323906</a>	Invitación a escuchar el próximo podcast	Promoción	1	0	1	0,629





20 de Marzo	<a href="https://twitter.com/motradiopodca1/status/1241186418682220544">https://twitter.com/motradiopodca1/status/1241186418682220544</a>	Invitación a escuchar el contenido de Motera dio	Promoción	4	0	3	2,201
23 de Marzo	<a href="https://twitter.com/motradiopodca1/status/1242188167958220800">https://twitter.com/motradiopodca1/status/1242188167958220800</a>	Anuncio del nuevo pódcast	Promoción	1	0	1	0,629
25 de Marzo	<a href="https://twitter.com/motradiopodca1/status/1243005956642004992">https://twitter.com/motradiopodca1/status/1243005956642004992</a>	Anuncio del nuevo pódcast de Possessed	Promoción	6	0	2	2,516
25 de Marzo	<a href="https://twitter.com/motradiopodca1/status/1243021961720221696">https://twitter.com/motradiopodca1/status/1243021961720221696</a>	Mensaje para que la gente se quede en casa	Promoción	5	0	1	1,887
26 de Marzo	<a href="https://twitter.com/motradiopodca1/status/1243220971361832961">https://twitter.com/motradiopodca1/status/1243220971361832961</a>	Respuesta de apoyo al trabajo que realiza Motera dio	Promoción	1	1	1	0,943
27 de Marzo	<a href="https://twitter.com/motradiopodca1/status/1243747490387636224">https://twitter.com/motradiopodca1/status/1243747490387636224</a>	Invitación a escuchar el contenido de	Promoción	3	0	2	1,572



		Motera dio					
27 de Marzo	<a href="https://twitter.com/motradiopodca1/status/1243755881872982016">https://twitter.com/motradiopodca1/status/1243755881872982016</a>	Invitación a escuchar el contenido de Motera dio	Promoción	7	0	2	2,830
29 de Marzo	<a href="https://twitter.com/motradiopodca1/status/1244163300776120320">https://twitter.com/motradiopodca1/status/1244163300776120320</a>	Descripción del contenido que tiene Motera dio	Promoción	2	0	3	1,572
1 de Abril	<a href="https://twitter.com/motradiopodca1/status/1245217135158333441">https://twitter.com/motradiopodca1/status/1245217135158333441</a>	Invitación a escuchar el próximo Mote y Vinilo	Promoción	1	0	2	0,943
7 de Abril	<a href="https://twitter.com/motradiopodca1/status/1247739501847490560">https://twitter.com/motradiopodca1/status/1247739501847490560</a>	Invitación al próximo Mote y Vinilo	Promoción	6	0	3	2,830
8 de Abril	<a href="https://twitter.com/motradiopodca1/status/1248017324252123137">https://twitter.com/motradiopodca1/status/1248017324252123137</a>	Agradecimiento por la expectativa del próximo Mote y Vinilo	Promoción	6	0	5	3,459
8 de Abril	<a href="https://twitter.com/motradiopodca1/status/1248017324252123137">https://twitter.com/motradiopodca1/status/1248017324252123137</a>	Anuncio del podcast	Promoción	10	0	3	4,088



	<a href="https://twitter.com/moteradiopodca/status/1248059686898761733">1/status/1248059686898761733</a>	que se va a realizar					
24 de Abril	<a href="https://twitter.com/moteradiopodca/status/1253839957518663680">https://twitter.com/moteradiopodca/status/1253839957518663680</a>	Anuncio del próximo podcast	Promoción	11	1	8	6,289
25 de Abril	<a href="https://twitter.com/moteradiopodca/status/1254097254576775169">https://twitter.com/moteradiopodca/status/1254097254576775169</a>	Anuncio del siguiente podcast	Promoción	7	0	7	4,403
25 de Abril	<a href="https://twitter.com/moteradiopodca/status/1254239015076876290">https://twitter.com/moteradiopodca/status/1254239015076876290</a>	Agradecimiento a la banda Notoken	Promoción	2	0	2	1,258
28 de Abril	<a href="https://twitter.com/moteradiopodca/status/1255273552103825409">https://twitter.com/moteradiopodca/status/1255273552103825409</a>	Anuncio del próximo podcast	Promoción	8	0	3	3,459
28 de Abril	<a href="https://twitter.com/moteradiopodca/status/1255349214806147074">https://twitter.com/moteradiopodca/status/1255349214806147074</a>	Anuncio del podcast "El COVID-19 de América"	Promoción	2	0	3	1,572
29 de Abril	<a href="https://twitter.com/moteradiopodca/status/1255640318952816640">https://twitter.com/moteradiopodca/status/1255640318952816640</a>	Anuncio del podcast "El COVID-19 de	Promoción	6	1	4	3,459



		América"					
30 de Abril	<a href="https://twitter.com/moteraudiopodca1/status/1256075903089639424">https://twitter.com/moteraudiopodca1/status/1256075903089639424</a>	Invitación a escuchar el último podcast de Moteraudio	Promoción	5	0	5	3,145
3 de Mayo	<a href="https://twitter.com/moteraudiopodca1/status/1256996906946965506">https://twitter.com/moteraudiopodca1/status/1256996906946965506</a>	Día de la libertad de prensa	Promoción	4	0	3	2,201
6 de Mayo	<a href="https://twitter.com/moteraudiopodca1/status/1258239330751057926">https://twitter.com/moteraudiopodca1/status/1258239330751057926</a>	Campaña presta tu compu	Promoción	19	0	21	12,579
13 de Mayo	<a href="https://twitter.com/moteraudiopodca1/status/1260745132153978883">https://twitter.com/moteraudiopodca1/status/1260745132153978883</a>	Invitación a escuchar el análisis de "El Covid de América"	Promoción	4	0	2	1,887
14 de Mayo	<a href="https://twitter.com/moteraudiopodca1/status/1261050986124247048">https://twitter.com/moteraudiopodca1/status/1261050986124247048</a>	Invitación a escuchar el análisis de "El Covid de América"	Promoción	1	0	2	0,943



24 de Mayo	<a href="https://twitter.com/moteradiopodca1/status/1264742336879263749">https://twitter.com/moteradiopodca1/status/1264742336879263749</a>	Invitación a la charla con Agustín Espada	Promoción	5	0	2	2,201
26 de Mayo	<a href="https://twitter.com/moteradiopodca1/status/1265286989143777281">https://twitter.com/moteradiopodca1/status/1265286989143777281</a>	Entrega de premios en la charla con Agustín Espada	Promoción	3	0	2	1,572
1 de Marzo	<a href="https://twitter.com/moteradiopodca1/status/1234327506427273217">https://twitter.com/moteradiopodca1/status/1234327506427273217</a>	Archivos Motera dio: Ramón Góngora	Salud	1	0	3	1,258
15 de Marzo	<a href="https://twitter.com/moteradiopodca1/status/1239231802771996672">https://twitter.com/moteradiopodca1/status/1239231802771996672</a>	Campaña para evitar la propagación del COVID-19	Salud	2	0	2	1,258
18 de Marzo	<a href="https://twitter.com/moteradiopodca1/status/1240500276639019010">https://twitter.com/moteradiopodca1/status/1240500276639019010</a>	Entrevista: El Coronavirus y los niños	Salud	8	0	3	3,459
23 de Marzo	<a href="https://twitter.com/moteradiopodca1/status/1242185223149928453">https://twitter.com/moteradiopodca1/status/1242185223149928453</a>	Entrevista: El Coronavirus y los niños	Salud	0	0	0	0,000



1 de Mayo	<a href="https://twitter.com/moteradiopodca1/status/1256399545040281601">https://twitter.com/moteradiopodca1/status/1256399545040281601</a>	Pódcast "El COVID-19 de América"	Salud	5	0	5	3,145
1 de Mayo	<a href="https://twitter.com/moteradiopodca1/status/1256401875349450759">https://twitter.com/moteradiopodca1/status/1256401875349450759</a>	Pódcast "El COVID-19 de América"	Salud	3	0	2	1,572
1 de Mayo	<a href="https://twitter.com/moteradiopodca1/status/1256406010132037632">https://twitter.com/moteradiopodca1/status/1256406010132037632</a>	Pódcast "El COVID-19 de América"	Salud	2	0	1	0,943
12 de Mayo	<a href="https://twitter.com/moteradiopodca1/status/1260309555671699456">https://twitter.com/moteradiopodca1/status/1260309555671699456</a>	El Covid de América	Salud	3	0	2	1,572
12 de Mayo	<a href="https://twitter.com/moteradiopodca1/status/1260310775572332546">https://twitter.com/moteradiopodca1/status/1260310775572332546</a>	El Covid de América	Salud	1	0	3	1,258
14 de Mayo	<a href="https://twitter.com/moteradiopodca1/status/1261125081113284608">https://twitter.com/moteradiopodca1/status/1261125081113284608</a>	Análisis de "El Covid de América"	Salud	5	0	2	2,201
1 de Marzo	<a href="https://twitter.com/moteradiopodca1/status/1234331766271463424">https://twitter.com/moteradiopodca1/status/1234331766271463424</a>	Agustín Espada: La nueva radio y	Tecnología	2	0	2	1,258



		el pódcast					
29 de Mayo	<a href="https://twitter.com/motradiopodca/status/1266590060964700160">https://twitter.com/motradiopodca/status/1266590060964700160</a>	Charla con A. Espada acerca de su libro “La adaptación radiofónica a Internet”	Tecnología	2	0	2	1,258
1 de Marzo	<a href="https://twitter.com/motradiopodca/status/1234338941295300608">https://twitter.com/motradiopodca/status/1234338941295300608</a>	La Ruleta: Testimonio de Ana y su esposo	Testimonio	2	0	2	1,258
							159,119
<b>Total de interacciones</b>				<b>295</b>	<b>11</b>	<b>200</b>	<b>2,241</b>
Arte				69	4	41	2,561
Ciencia				19	3	7	3,040
Cultura				9	0	4	4,088
Deporte				5	1	3	2,830
Política				1	0	2	0,943
Promoción				156	3	114	2,259
Salud				30	0	23	1,667
Tecnología				4	0	4	1,258
Testimonio				2	0	2	1,258



La Andariega 4650 Seguidores		# Publicaciones 12		FACEBOOK			
Fecha	Enlace	Nombre	Categoría	Reacciones	Comentarios	Compartidos	Engagement
4 de Marzo	<a href="https://www.facebook.com/watch/live/?v=496336637909068&amp;ref=watch_permalink">https://www.facebook.com/watch/live/?v=496336637909068&amp;ref=watch_permalink</a>	¿Sabes "qué es cultura"?	Cultura	9	2	3	0,3011
11 de Marzo	<a href="https://www.facebook.com/watch/live/?v=1066562200388264&amp;ref=watch_permalink">https://www.facebook.com/watch/live/?v=1066562200388264&amp;ref=watch_permalink</a>	Cultura desde la perspectiva de género	Cultura	11	2	1	0,3011





25 de Mayo	<a href="https://www.facebook.com/landariegaec/posts/842235802935452">https://www.facebook.com/landariegaec/posts/842235802935452</a>	Marcha en contra del gobierno	Política	71	2	22	2,0430
27 de Mayo	<a href="https://www.facebook.com/landariegaec/posts/843698829455816">https://www.facebook.com/landariegaec/posts/843698829455816</a>	Tallarines sin gluten	Política	30	1	4	0,7527
4 de Marzo	<a href="https://www.facebook.com/landariegaec/posts/784403902051976">https://www.facebook.com/landariegaec/posts/784403902051976</a>	Recordatorio de la transmisión	Promoción	5	0	0	0,1075
5 de Mayo	<a href="https://www.facebook.com/landariegaec/">https://www.facebook.com/landariegaec/</a>	Anuncio live Maternar en	Promoción	13	0	3	0,3441



	posts/8279 46014364 431	tiempos de COVID.					
14 de Mayo	<a href="https://www.facebook.com/landariegaec/posts/834300620395637">https://www.facebook.com/landariegaec/posts/834300620395637</a>	Inscripción a un live sobre la pandemia	Promoción	6	0	1	0,1505
4 de Mayo	<a href="https://www.facebook.com/landariegaec/posts/827464401079259">https://www.facebook.com/landariegaec/posts/827464401079259</a>	Relatos de la epidemia	Salud	34	0	4	0,8172
6 de Mayo	<a href="https://www.facebook.com/landariegaec/posts/828608594298173">https://www.facebook.com/landariegaec/posts/828608594298173</a>	Violentas en Cuarentena	Salud	6	0	3	0,1935



9 de Mayo	<a href="https://www.facebook.com/landariegaec/posts/831130700712629">https://www.facebook.com/landariegaec/posts/831130700712629</a>	Maternidad en tiempos de COVID	Salud	1	0	1	0,0430
10 de Mayo	<a href="https://www.facebook.com/landariegaec/posts/831483360677363">https://www.facebook.com/landariegaec/posts/831483360677363</a>	Maternar en cuarentena	Salud	9	0	11	0,4301
10 de Mayo	<a href="https://www.facebook.com/landariegaec/posts/831891207303245">https://www.facebook.com/landariegaec/posts/831891207303245</a>	Maternidad	Salud	15	1	6	0,4731
<b>Total de interacciones</b>				<b>210</b>	<b>8</b>	<b>59</b>	<b>0,496</b>



		Publicaciones	Reacciones	Comentarios	Compartidos	
	Cultura	2	20	4	4	0,301
	Política	2	101	3	26	1,398
	Promoción	3	24	0	4	0,201
	Salud	5	65	1	25	0,391

<b>La Andariega</b>		<b># de Publicaciones</b>		<b>INSTAGRAM</b>		
<b>1112 Seguidores</b>		<b>4</b>				
<b>Fecha</b>	<b>Enlace</b>	<b>Nombre</b>	<b>Categoría</b>	<b>Me Gusta</b>	<b>Comentarios</b>	<b>Engagement</b>
25 de Mayo	<a href="https://www.instagram.com/p/CAn68N3lyLQ/">https://www.instagram.com/p/CAn68N3lyLQ/</a>	Marcha en contra del Gobierno	Política	87	0	7,824
5 de Mayo	<a href="https://www.instagram.com/p/">https://www.instagram.com/p/</a>	Invitación a live sobre maternidad	Promoción	27	3	2,698



	B_0giEml FyM/	en tiempos de COVID				
6 de Mayo	<a href="https://www.instagram.com/p/B_2l0xHFqHH/">https://www.instagram.com/p/B_2l0xHFqHH/</a>	Violentadas en cuarentena	Salud	44	1	4,047
13 de Mayo	<a href="https://www.instagram.com/p/CAJPfs-lyVA/">https://www.instagram.com/p/CAJPfs-lyVA/</a>	Maternidad	Salud	6	122	11,511
<b>Total de interacciones</b>				<b>164</b>	<b>126</b>	<b>6,520</b>
			Número de Publicaciones	Me Gusta	Comentario	
Política			1	87	0	<b>7,824</b>
Promoción			1	27	3	<b>2,698</b>
Salud			2	50	123	<b>7,779</b>



<b>La Andariega</b> <b>1689 Seguidores</b>		<b>Número de tweets = 3</b>			<b>TWITTER</b>	
<b>Fecha</b>	<b>Enlace</b>	<b>Nombre</b>	<b>Categoría</b>	<b>Me Gusta</b>	<b>Retweet</b>	<b>Engagement</b>
4 de Mayo	<a href="https://twitter.com/Landariegaec/status/1257433999150063621">https://twitter.com/Landariegaec/status/1257433999150063621</a>	Regreso a sus publicaciones	Promoción	3	1	0,237
4 de Mayo	<a href="https://twitter.com/Landariegaec/status/1257433994834182146">https://twitter.com/Landariegaec/status/1257433994834182146</a>	Explicación de su ausencia	Promoción	6	6	0,710
4 de Mayo	<a href="https://twitter.com/Landariegaec/status/1257433999150063621">https://twitter.com/Landariegaec/status/1257433999150063621</a>	Relatos sobre la pandemia	Salud	4	1	0,296



	4002073571					
	331					
Total de interacciones				13	8	0,414
			Publicaciones	Me Gusta	Retweet	
Promoción			2	9	7	0,474
Salud			1	4	1	0,296