

UCUENCA

Universidad de Cuenca

Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación

Carrera de Periodismo

Creación de un medio de comunicación deportivo para Facebook, Instagram y TikTok


Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado en Periodismo

Autor:

Carlos Ismael Banegas Padilla

Director:

Juan Francisco Beltrán Romero

ORCID:  0009-0000-2648-7759

Cuenca, Ecuador

2024-02-27

Resumen

El presente trabajo de titulación se centró en la creación un medio de comunicación deportivo efectivo en las redes sociales Facebook, Instagram y TikTok. Se basó en el análisis de contenidos deportivos de los medios de comunicación D'rabona, StudioFutbol, La Gambeta y Diario Olé. Esto ayudó a conocer las temáticas y formas de comunicar de dichos medios. Se realizó un análisis exhaustivo del contenido proporcionado por los medios mencionados anteriormente. Este análisis buscó identificar patrones exitosos, estrategias de participación del usuario y enfoques de contenido que más llamó la atención el usuario, lo que ayudó con ideas bases para la creación del nuevo medio de comunicación deportivo. Luego de analizar los contenidos se puso en práctica el conocimiento adquirido en las aulas. El plan de comunicación detalla de manera específica los puntos principales que requiere el nuevo medio deportivo, teniendo en cuenta las mejores prácticas identificadas en el análisis de contenido. Se abordan aspectos clave como los objetivos, el posible nombre del medio, el contenido a publicar, la frecuencia de publicación y la interacción con los seguidores, el financiamiento, entre otros puntos importantes de un proyecto comunicacional. El resultado final de este proyecto es contribuir a la comprensión de estrategias efectivas de comunicación deportiva en redes sociales y sirve como guía para aquellos interesados en desarrollar medios similares.

Palabras clave: redes sociales, plan de comunicación, medios deportivos, contenido multimedia



El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Cuenca ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por la propiedad intelectual y los derechos de autor.

Repositorio Institucional: <https://dspace.ucuenca.edu.ec/>

Abstract

This degree work focused on the creation of an effective sports media in the social networks Facebook, Instagram and TikTok. It was based on the analysis of sports contents of the media D'rabona, StudioFutbol, La Gambeta and Diario Olé. This helped to learn about the themes and ways of communicating of said media. An exhaustive analysis of the content provided by the aforementioned media was carried out. This analysis sought to identify successful patterns, user participation strategies and content approaches that most caught the user's attention, which helped with basic ideas for the creation of the new sports media. After analyzing the content, the knowledge acquired in the classroom was put into practice. The communication plan specifically details the main points required by the new sports media, taking into account the best practices identified in the content analysis. It addresses key aspects such as objectives, the possible name of the media, the content to be published, the frequency of publication and interaction with followers, financing, among other important points of a communication project. The final result of this project is to contribute to the understanding of effective sports communication strategies in social networks and serves as a guide for those interested in developing similar media.

Keywords: social networks, communication plan, sports media, multimedia content



The content of this work corresponds to the right of expression of the authors and does not compromise the institutional thinking of the University of Cuenca, nor does it release its responsibility before third parties. The authors assume responsibility for the intellectual property and copyrights.
Institutional Repository: <https://dspace.ucuenca.edu.ec/>

Índice de contenido

Resumen	2
Abstract.....	3
Dedicatoria.....	8
Agradecimiento	9
Introducción	10
Problematización.....	10
Preguntas de investigación.....	10
Objetivos	11
Metodología	11
Capítulos.....	12
Capítulo I	13
LAS REDES SOCIALES Y EL PERIODISMO DEPORTIVO	13
1.1 El impacto de las redes sociales en la sociedad	14
1.2 Facebook: la red social que conecta el mundo	15
1.2.2 Servicios de Facebook	15
1.2.3 El lenguaje de Facebook	16
1.3 Instagram y su conexión mediante imágenes	16
1.3.1 Lenguaje de Instagram	16
1.4 TikTok un mundo de videos cortos	17
1.4.1 Lenguajes de TikTok	17
1.5 La historia detrás del periodismo deportivo.....	18
1.5.2 Historia del periodismo deportivo en Ecuador.....	20
1.5.3 Periodismo deportivo en Cuenca.....	21
1.5.4 Formas de realizar periodismo deportivo	23
1.5.5 Periodismo deportivo en la era digital	23
1.6 Facebook una nueva plataforma para el uso del periodismo	24
1.7 Instagram una red social que conecta al periodismo	25
1.8 TikTok una nueva mirada para realizar periodismo	26
1.9 Plan de comunicación una estrategia para proyectos	28
1.10 Análisis de contenido por medio del <i>engagement</i>	28
1.11 La influencia del color en la comunicación.....	29
Capítulo II	31

EL IMPACTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEPORTIVOS DIGITALES Y SU ESTRATEGIA EN REDES SOCIALES	31
2.1 StudioFutbol: el primer diario digital de fútbol del Ecuador	33
2.2 D´rabona medio deportivo de análisis, <i>scouting</i> y perfiles en el mundo del deporte ..	37
2.3 Las últimas novedades deportivas de todo el mundo en La Gambeta	39
2.4 Diario Olé, medio de comunicación líder en Argentina.....	44
2.5 Puntos principales a tomar en cuenta luego del análisis de contenido.....	49
Capítulo III	51
1. UN PLAN INTEGRAL PARA POTENCIAR LA COMUNICACIÓN DE UN MEDIO DEPORTIVO EN REDES SOCIALES.....	51
1.1 Nombre:.....	51
1.2 Objetivos:.....	51
1.3 Misión de RutaSports:.....	51
1.4 Visión de RutaSports:	52
1.5 Audiencia a la que va dirigido el medio de comunicación deportivo	52
1.6 La relevancia de transmitir la información de manera efectiva	52
1.7 Canales en donde se compartirá la información deportiva	52
1.8 Calendario:	53
3.9 Presupuesto:	54
3.10 Evaluación y seguimiento:	54
3.11 Análisis Foda	54
3.13 Público objetivo:	56
3.14 Competencia de diferentes medios deportivos digitales	57
3.15 Matriz de mando del plan	58
Conclusiones	60
Recomendaciones	62
Referencias.....	63
Anexos.....	68
Anexo A: Logo de Ruta Sports	68
Anexo B: Gráfico sobre goleadores de LigaPro	69
Anexo C: Gráfico sobre asendidos futbol femenino	69
Anexo D: Gráfico sobre la de LigaPro	70
Anexo E: Gráfico sobre declaraciones de Joe Armas	70
Anexo F: Gráfico sobre Copa America 2024.....	71
Anexo G: Análisis StudioFutbol Facebook.....	72

Anexo H: Análisis StudioFutbol Instagram.....	85
Anexo I: Análisis StudioFutbol TikTok.....	96
Anexo J: Análisis D´rabona Facebook.....	100
Anexo K: Análisis D´Rabona Instagram.....	104
Anexo M: Análisis La Gambeta Facebook.....	106
Anexo N: Análisis La Gambeta Facebook	127
Anexo O: Análisis La Gambeta TikTok	133
Anexo P: Análisis Diario Olé Facebook	135
Anexo Q: Análisis Diario Olé Instagram.....	150
Anexo R: Análisis de Diario Olé TikTok	160

Índice de tablas

Tabla 1 Planificación de análisis de contenido en medios deportivos	32
Tabla 2 Contenidos e interacciones de la página de Facebook de StudioFutbol.....	33
Tabla 3 Videos publicados en la página de Facebook de StudioFutbol y sus interacciones	34
Tabla 4 Análisis de Engagement en la red social de Instagram de StudioFutbol	34
Tabla 5 Análisis de Engagement de los videos de Instagram de StudioFutbol	35
Tabla 6 Temáticas deportivas presentadas en TikTok por StudioFutbol	36
Tabla 7 Análisis de contenido del medio deportivo D´rabona en su red social Facebook ...	38
Tabla 8 D´rabona y sus diferentes contenidos multimedia publicados en Instagram.....	39
Tabla 9 La Gambeta y sus contenidos deportivos en su red social de Facebook	40
Tabla 10 Desempeño de los videos informativos compartido por La Gambeta en Facebook	41
Tabla 11 Instagram una plataforma donde comparte información deportiva La Gambeta...	42
Tabla 12 El video una herramienta de comunicación deportiva por parte de La Gambeta..	42
Tabla 13 Impacto que genera los videos publicados por La Gambeta en TikTok.....	43
Tabla 14 Análisis de los contenidos deportivos publicados en la cuenta de Facebook de Diario Olé.....	44
Tabla 15 Contenido deportivo analizado de Diario Olé en Instagram.....	46
Tabla 16 El video una forma de comunicación deportiva por parte de Diario Olé	47
Tabla 17 Análisis de los contenidos publicados en TikTok de Diario Olé	48
Tabla 18 Competencia Facebook	57
Tabla 19 Competencia en Instagram	57
Tabla 20 Competencia en TikTok	57
Tabla 21 Matriz de mando de plan Facebook	58
Tabla 22 Matriz de mando de plan Instagram.....	58
Tabla 23 Matriz de mando de plan TikTok.....	59

Dedicatoria

A cada una de las personas que me acompañaron en este proceso de estudio y que con su apoyo he podido culminar una de las mejores etapas de mi vida. De manera especial dedico este logro a mi familia en especial a mis tíos, primos, compañeros y amigos que formaron parte de este logro universitario.

En especial dedico a mi madre Rocío y mi abuelita María que siempre me enseñaron a luchar y conseguir los objetivos de vida, su apoyo incondicional fue fundamental para completar otra meta en la vida, con todo el amor un abrazo hasta el cielo.

Agradecimiento

A mi familia y amigos que siempre fueron un pilar fundamental en los objetivos de mi vida, gracias por su apoyo incondicional que me ayudó a crecer como persona y poder salir adelante y solucionar muchos problemas.

A mis tíos Rosa y Juan que me apoyaron en esta nueva etapa de la vida, mi madre Rocío y mi abuelita María que siempre confiaron en mí y que desde el cielo siempre me brindan su confianza y el cariño.

Introducción

En un mundo donde los medios de comunicación han evolucionado gracias a las nuevas tecnologías, el periodismo deportivo se ha adaptado a nuevas plataformas digitales. La propuesta de este trabajo es la creación de un medio digital deportivo en las redes sociales como Facebook, Instagram y TikTok, así como utilizar lenguajes multimedia (audio, video y texto) para crear contenido deportivo atractivo y relevante. El objetivo es satisfacer las necesidades cambiantes del público para mantenerse informado sobre el mundo del deporte. Las nuevas plataformas digitales han captado la atención de niños, jóvenes y adultos debido a que las redes sociales informan de manera rápida y concisa.

Por eso se ha visto pertinente abordar cómo el periodismo deportivo se ha adaptado a los medios de comunicación digitales.

La accesibilidad instantánea y la interacción en tiempo real que ofrecen estas redes sociales han llevado a un cambio en la forma de consumir noticias deportivas. A medida que los medios de comunicación tradicionales pierden terreno, surge la necesidad de explorar y comprender cómo crear y gestionar un medio de comunicación deportivo efectivo en plataformas digitales.

La aparición de nuevas herramientas como los lenguajes multimedia (audio, video y texto), plantea desafíos para la creación de contenido atractivo y relevante. Es decir, para solucionar esta problemática se adapta el periodismo deportivo a las redes sociales, específicamente a Facebook, Instagram y TikTok, de acuerdo a las necesidades que tenga el público objetivo.

Problematización

En esta era digital las redes sociales son parte de la vida diaria de las personas y de los medios de comunicación para compartir las noticias. El periodismo deportivo en la actualidad está migrando a plataformas como Facebook, Instagram y TikTok. Por lo cual se requiere contestar varias preguntas relacionadas con los fundamentos teóricos del periodismo deportivo y redes sociales, las estrategias de los contenidos a publicarse, la participación del público que es muy importante hoy en día, y la adaptación a las características específicas de cada una de las redes sociales mencionadas anteriormente.

Preguntas de investigación

- ¿Cómo crear un modelo de medio de comunicación deportivo para las redes sociales Facebook, Instagram y TikTok?
- ¿Cuáles son los lenguajes multimedia más utilizados en las publicaciones en las redes sociales para poder crear un contenido entretenido e informativo?

- ¿Qué características que debe tener un medio de comunicación deportivo?
- ¿Cuáles son los fundamentos teóricos del Periodismo Deportivo y de las redes sociales Facebook, Instagram y TikTok?

Objetivos

Objetivo general:

- Crear un modelo de medio de comunicación deportivo para las redes sociales Facebook, Instagram y TikTok.

Objetivos específicos:

- Conocer a profundidad el Periodismo Deportivo, así como las redes sociales Facebook, Instagram y TikTok.
- Determinar mediante un análisis qué contenidos deportivos se deben colocar en las redes sociales donde se observará diferentes medios de comunicación, incluyendo dos nacionales, StudioFutbol y D'Rabona EC, y dos medios de comunicación internacionales, que son La Gambeta (México) y Diario Olé (Argentina).
- Desarrollar un plan de comunicación sólido y efectivo que sirva como la base principal para la creación y gestión del medio de comunicación deportivo en las plataformas de redes sociales Facebook, Instagram y TikTok.

Metodología

Esta investigación es considerada mixta donde tiene un rasgo cualitativo, debido a que se estudiará el contexto de las redes sociales (Facebook, Instagram y TikTok), sus características, origen y significado mediante el análisis de documentos. También se examinará al periodismo deportivo (características, origen y cómo hacer periodismo deportivo en redes sociales). Donde se prestará atención a cómo el periodismo deportivo ha evolucionado y se ha adaptado al mundo de las redes sociales, para así conocer cómo se presenta la información en las diferentes plataformas digitales en la actualidad.

Mientras que el método cuantitativo se utilizara para poder advertir a profundidad los contenidos deportivos que causan impacto en las redes sociales se realizará un análisis de *engagement*, donde se observará diferentes medios de comunicación que son StudioFutbol y D'Rabona EC (Ecuador), La Gambeta (México) y Diario Olé (Argentina). Para comprender

a fondo los contenidos deportivos que generan impacto en las redes sociales de Facebook, Instagram y TikTok. Este análisis permitirá identificar patrones, estrategias y tipos de contenido que han demostrado ser exitosos, proporcionando así una base sólida para la planificación y creación de contenido las redes sociales mencionadas anteriormente.

Capítulos

En el Capítulo uno se conocerá a profundidad los fundamentos teóricos que abarcan el periodismo deportivo y las redes sociales. Es un estudio que nos ayudará a ampliar los conocimientos básicos sobre algunas teorías que se debe conocer para poder crear un medio de comunicación deportivo.

El Capítulo dos relatará cómo comunicar a los usuarios que consumen las noticias deportivas. Para esto se realizará un análisis en proyectos comunicacionales deportivos digitales ya existentes para luego tomar algunas ideas como ejemplos para implementar nuevas formas de comunicar. Esto nos ayuda a construir un medio de comunicación diferente. Donde se entregue contenido claro, concreto y conciso para que las personas sepan de lo que se está informando.

Con la llegada de las nuevas tecnologías el periodismo ha evolucionado. Ramos (2023), afirma que “los periodistas deben ser conscientes de la audiencia a la que se dirigen, y utilizar diversos medios y herramientas, incluidas las redes sociales y las nuevas tecnologías, para llegar a ellos de manera efectiva” (p.13), es decir en el mundo periodístico hay que irse adaptando a las nuevas plataformas digitales.

En el capítulo tres se pondrá a prueba lo aprendido y construirá un proyecto de comunicación para tener claro cómo se va a llevar a cabo la publicación de los contenidos multimedia que llamen la atención de los usuarios al momento de consumir deportes en las redes sociales luego se trabajará en la creación de los contenidos que se publicarán en las redes sociales de Facebook, Instagram y TikTok.

Vivimos en un mundo en constante cambio, donde los avances tecnológicos están modificando la cultura de la sociedad y alimentando la difusión de los medios de comunicación, obligándonos a encontrarnos en un sistema donde la innovación es de suma importancia.

Capítulo I

LAS REDES SOCIALES Y EL PERIODISMO DEPORTIVO

En nuestro contexto se ha podido observar cómo los medios de comunicación se han ido adaptando para realizar el periodismo a través de las redes sociales. Es necesario que en la actualidad, año 2023, el periodista se adapte a las nuevas tecnologías para así llegar a su público de manera inmediata.

La red social con más usuarios en el mundo vuelve a ser Facebook. Mientras que en el 2022 según el informe, Facebook contaba con 2.910 millones de usuarios, es decir creció un 6,2% más que en 2021, para el 2023 la red social de Mark Zuckerberg acumula 2.958 millones aumento el 1,65% respecto al año anterior. En el podio le siguen YouTube, WhatsApp e Instagram (Galeano, 2023). Cada año crecen significativamente el número de usuarios en las plataformas sociales.

Según Beveridge y Lauron (2023), las redes sociales han aumentado significativamente. Estas son algunas estadísticas del crecimiento de las plataformas digitales:

- Más de 4.740 millones de personas utilizan las redes sociales. El número de usuarios de las redes sociales aumentó en el año 2022 un 4,2%. El 75% de la población mayor de 13 años edad usa redes sociales.
- Facebook cuenta con 2.930 millones de usuarios activos mensuales (UAM), lo que supone el 36,7% de la población mundial total. El 57,8% del total mundial de usuarios de Internet utiliza esta red social mensualmente. Poco más del 67% de los usuarios de se conectan a diario al sitio.
- Instagram ya cuenta con más de 1.000 millones de usuarios activos mensuales. Es la cuarta red social más popular del mundo. El usuario medio mundial pasa 11,7 horas al mes en Instagram. Los usuarios de 18 a 24 años son el segmento más numeroso en Instagram. A nivel mundial, Instagram es la plataforma de redes sociales favorita de la Generación Z. También el 51,8% de los usuarios son hombres y el 48,2% mujeres.
- TikTok alcanzó los 1.719 millones de usuarios en 2022. En 2022, TikTok fue la aplicación móvil más descargada del mundo, con 672 millones de descargas. Los usuarios de TikTok de todo el mundo pasan una media de 22,9 horas al mes en la aplicación. Esta red social ocupa la 6ª posición en la lista de las plataformas de medios sociales más utilizadas del mundo (Beveridge & Lauron, 2023).

Redes Sociales como Facebook, Instagram y TikTok son medios digitales donde se aloja la información periodística. Por ejemplo, Diario Olé de Argentina, La Gambeta de México y

StudioFutbol de Ecuador informan por medio de las redes sociales sobre lo que sucede en el mundo del deporte.

Con la aparición de las nuevas tecnologías a inicios de los años 90, el mundo ha cambiado su forma de comunicarse, en la actualidad, año 2023, el periodismo pasó a realizarse de manera práctica. La información llega inmediatamente, esto ha generado que las redes sociales se conviertan en un lugar donde se publica la información con inmediatez.

1.1 El impacto de las redes sociales en la sociedad

También nos ayudan a mantener una comunicación con otras personas para así compartir diferentes ideas. Según Hütt (2012), “más allá de las definiciones puntuales, de lo que semánticamente representa una red social, lo cierto del caso es que ha sido un espacio creado virtualmente para facilitar la interacción entre personas” (p. 123). Es decir, nos ayuda a expandir el mundo comunicativo.

Las redes sociales hoy actualmente nos ayudan a expandir nuestro conocimiento debido a la información que se puede obtener. Para Jima (2013), “ esto permitirá un enriquecimiento intelectual y discernimiento para captar lo bueno, desechar lo malo y luego por el uso apropiado al utilizarlas con razón nos brindará un desarrollo profesional, el ser competitivo y diferentes de los demás” (p. 16). Todo depende del uso que demos a las nuevas plataformas digitales.

En las redes sociales también encontramos un público definido. Estos usuarios utilizan estas plataformas para consumir contenido e interactuar con las diferentes culturas del mundo. También podemos observar a los generadores de contenido quienes buscan mediante contenidos multimedia generar información para compartir con los diferentes consumidores.

Para Moscoso y Calle (2021), para fortalecer la presencia en redes sociales, los medios de comunicación deben enfocarse en mantener una conexión cercana con sus seguidores mediante la interacción en los comentarios y reacciones, también se debe producir contenidos de calidad y originales para mantener el interés del público y fomentar una participación abierta y de calidad. La clave radica en la interacción significativa y la adaptabilidad a las dinámicas de las redes sociales.

1.2 Facebook: la red social que conecta el mundo

Las redes sociales nos ayudan a conectarnos con el mundo entero y Facebook es una que ha ido evolucionando a lo largo de la historia. Según Cándale (2019), “ en 2004 nació Facebook, cuando Mark Zuckerberg la inició para la comunicación interna de los estudiantes de Harvard, y dos años después, la plataforma había alcanzado ya prestigio mundial” (p. 7). Actualmente esta plataforma se usa como medio de comunicación.

Mark Zuckerberg con unos amigos comenzó a desarrollar una comunidad virtual, cuando aún era estudiante de la Universidad de Harvard. Inicialmente fue creada para la comunicación interna de los estudiantes universitarios. El nombre de Facebook viene de un boletín que contenía imágenes de sus compañeros para que se conozcan entre ellos (Bejarano et al., 2020). Hoy en día es una plataforma para comunicarse con el mundo entero.

Facebook es una red social que se ha caracterizado por sus diferentes formas de comunicación donde se afirma que “tiene usos muy variados, como contactar gente, integrar grupos, participar en discusiones, leer noticias, para el público joven funciona como un nuevo medio de comunicación, que coloca en un segundo lugar al tradicional e-mail” (Balarezo & Llivichuzca, 2015, p. 29).

1.2.2 Servicios de Facebook

Según Iglesias Romero (2020), las redes sociales encontramos diferentes servicios que nos pueden ayudar a mejorar la usabilidad de Facebook, para llamar la atención de los usuarios:

Lista de amigos: Se puede agregar amigos o personas nuevas con las que quieras intercambiar información.

Muro: Se coloca la información del usuario donde se puede identificar con qué personas compartir la información.

Grupos y páginas: Se puede añadir mensajes, videos e imágenes y tiene su propio reglamento.

También, en la sección fotos, se permite crear álbumes, subir fotos, compartirlas, editar fotos guardadas y etiquetar a otras personas. Según Iglesias & Romero (2020), “Los gifs o regalos son íconos pequeños con un mensaje. Los regalos son dados al usuario, aparece en el muro la notificación del donante. Algunos regalos cuestan un dólar, otros son gratuitos”.

1.2.3 El lenguaje de Facebook

Esta red social presenta una comunicación asincrónica, que es el intercambio de mensajes entre dos o más participantes, quienes pueden revisar los mensajes cuando sea posible o tengan tiempo (muro de Facebook, comentarios, etc.).

La red social Facebook permite varios modos de comunicación. La una es la asincrónica, la que es posible consultar incluso después de mucho tiempo después de su publicación. También existe el método sincrónico en el servicio de mensajería interpersonal de Messenger. Para Muñoz (2020), “con el nacimiento de Facebook se podría considerar que comienza la concepción de web social, con la consecuente evolución de las redes sociales, revolucionando el pensamiento y concepción de lo que consistía la red”, (p. 11).

1.3 Instagram y su conexión mediante imágenes

Las imágenes tienen el poder de persuadir a las personas y expresar muchos mensajes. Esta red social fue creada para compartir fotografías, que pueden llegar a conectar diferentes culturas, pensamientos, lenguajes, contextos y mensajes que ayuden a informar de varios hechos que suceden en la vida diaria.

Es una aplicación que fue lanzada para revolucionar el mundo de las redes sociales mediante el sistema de compartir imágenes. Según González (2011), “Instagram es una red social donde los usuarios tienen la oportunidad de compartir momentos en la vida de sus amigos mediante el uso y la publicación de fotografías capturadas al instante”.

Esta red social se expande de forma rápida debido a la interacción de sus usuarios. Zea (2019) manifiesta que Instagram ha pasado rápidamente de ser únicamente una aplicación más de moda para dispositivos con sistema operativo iOS, a ser una red social visual masiva, apta para dispositivos Android y con presencia en la web.

1.3.1 Lenguaje de Instagram

La red social Instagram también tiene diferentes lenguajes, lo que hace que los usuarios puedan interactuar de diferentes maneras.

Los textos de Instagram no tienen límite de espacio, con lo cual se parecen a los de Facebook. Los comentarios pueden abarcar varias oraciones entrelazadas solo por la coma o los tres

puntos, imitando el flujo de pensamientos del hablante y la manera oral de expresión (Cándale, 2017, p. 15).

1.4 TikTok un mundo de videos cortos

Esta red social tuvo un gran impacto en la pandemia, ya que los usuarios buscaban algo innovador que satisfaga su necesidad de subir contenidos divertidos y pasatiempos, este medio se hizo tendencia y se globaliza por todo el mundo. A lo largo del tiempo, esta red social se adaptó para informar mediante cápsulas de menos de 1 minuto. Según Terrádez Álvarez (2020), “tiene su origen en la compañía china Bytedance Technology. Se lanzó en 2016 bajo el nombre de Douyin, que significa algo así como “sacudir la música””.

Esta red social hoy en día se basa en subir videos de hasta 10 minutos. Al principio era una red social dedicada a bailes, pero con el tiempo TikTok se convirtió en una plataforma de información noticiosa mediante videos cortos y concisos.

1.4.1 Lenguajes de TikTok

Todas las redes sociales hoy en día tienen diferentes lenguajes multimedia para así poder generar mensajes y contenidos para los usuarios. TikTok tiene *hashtags*, me gusta, comentarios y compartir en diferentes plataformas digitales. También sus videos se presentan con música, textos, imágenes, infografías, y tiene dos opciones, la primera es la de “seguidos”, donde encuentras videos de las personas que sigues. La otra es la sección “para ti”, donde se ofrecen contenidos que interesan al usuario.

TikTok utiliza los “*hashtags*”, ya que, según los que se usen, hay más probabilidades de salir en la segunda pestaña y lograr más visibilidad. También cuenta con diferentes botones de acción; tenemos el corazón para indicar Me gusta, podemos comentar, compartirlo en otras redes como en WhatsApp, Instagram, entre otras (Terrádez Álvarez, 2020, p. 42).

Esta red social tiene una interfaz similar a la de Instagram y Facebook, donde se puede realizar comentarios, compartir a otras personas, el botón me gusta para indicar si el contenido presentado nos gusta. También presenta una opción de chat, donde se puede enviar mensajes si ambas personas son amigas.

1.5 La historia detrás del periodismo deportivo

La evolución de los acontecimientos deportivos, en particular los Mundiales y los Juegos Olímpicos, y su vinculación directa con los medios de comunicación, desde finales del s. XIX a principios del c. XXI, que contribuyó a los iniciadores del periodismo deportivo, transmite esta información, primero con el sentimiento de la profesión, luego con el rigor de la profesión y conforme evoluciona el proceso informativo (Saona, 2022, p.7).

La investigación Toukoumidis et al. (2023) afirma que, al norte de los Estados Unidos, en la ciudad Nueva York nace el llamado “nuevo periodismo”, específicamente en la revista Esquire y en el suplemento New York del desaparecido diario The New York Herald Tribune. Para ensayista, cronista y narrador mexicano Carlos Monsiváis el nuevo periodismo era quien dejaba de lado la novela e integraba elementos narrativos de la crónica y el reportaje.

Doctrina Qualitas (2022) menciona que, el primer diario deportivo francés fue fundado por Pierre Giffard en 1892 y tenía como nombre Le Vélo. Este diario vendía 80.000 ejemplares diarios. El barón de Pierre de Coubertin fundó el Comité Olímpico Internacional (COI) en 1894. A lo largo del mundo han aparecido muchos medios deportivos, algunos se mantienen hasta la actualidad. Doctrina Qualitas (2022) menciona que, en Italia y España se creó diferentes medios deportivos. En Italia un 3 de abril de 1896 apareció un nuevo periódico deportivo llamado La Gazzetta dello Sport, su entrega era inicialmente quincenal y luego se convirtió en un diario. Mientras que Mundo Deportivo nació en España en 1906, ambos diarios deportivos son los más antiguos del mundo.

Con el paso del tiempo la cobertura periodística deportiva se ha globalizado en las coberturas de diferentes eventos deportivos a nivel mundial. Según Costa (2016), “dentro de su desarrollo, esta área del periodismo ha creado sus propias características: periodistas que narran historias y se ha creado un lenguaje particular que se relaciona con cada deporte”, (p.15). Es decir el periodista cada día se va adaptado al mundo de la comunicación.

A lo largo de la historia se buscaba representar las actividades deportivas, lo cual dio paso a la creación del periodismo deportivo. Según Torres (2010), “Los acontecimientos deportivos, no son ajenos a lo que pasa en el mundo. La información siempre ha sido global, con sucesos y acontecimientos que suceden al mismo tiempo, en todas partes, cada día, hora, minuto y segundo”.

Con el pasar de los años el periodismo ha evolucionado el mundo comunicativo, Saona (2022) afirma que “el periodismo deportivo se caracteriza principalmente por la transmisión de contenidos directamente relacionados con deportes y eventos deportivos de interés nacional

e internacional” (p.10), por lo la información llega a diferentes audiencias dependiendo de su gusto deportivo.

1.5.1 Periodismo deportivo en el continente americano

Uno de los primeros medios en incluir información deportiva en sus publicaciones en el continente americano fue The New York Journal, en 1895, donde se informaba de carreras de caballos. Gracias a su éxito se comenzó a seguir informando de otros deportes (De Vita, 2018). El periodismo deportivo llegó a cruzar fronteras en busca de informar de manera clara y objetiva.

En el continente americano los medios deportivos comenzaron a surgir en diferentes países. Para De Vita (2018) el Gráfico nació en Argentina en 1919, su última publicación impresa fue en 2018, en la actualidad solo existe la versión digital de dicho diario. En Brasil el diario Lance y la revista mensual Placar fueron diarios deportivos que se dedicaron a publicar noticias de fútbol.

En Argentina el periodismo deportivo comenzó a tener auge en la cobertura de diferentes torneos. Según López, A y López, M (2021), “el Gráfico en la década del ‘50, era una revista de deportes dedicado al fútbol. Sin embargo, los otros deportes, como el automovilismo, el polo, la natación y el boxeo, también eran cubiertos”, (p. 11). De a poco las diferentes disciplinas deportivas ganaron terreno en el mundo periodístico.

En la investigación de UPN (2021) el periodismo deportivo ha ganado importancia en el mundo, por los eventos deportivos que se realizan a nivel mundial. Muchos medios de comunicación han optado por expandir fronteras y enlazarse al mundo del deporte, como Fox Sports, ESPN, DAZN, Marca, Olé, La Gazzetta dello Sport y L’Equipe, Kicker.

Con el pasar de los años el periodismo deportivo ha evolucionado y se han creado muchos medios de comunicación deportivos para realizar las coberturas de diferentes deportes, equipos de fútbol en Argentina, México y Brasil.

En Argentina el tratamiento del periodismo deportivo no ha variado y se busca dar importancia a los clubes más importantes, Quiroz (2022), da a conocer que, “gran parte de la información se centra en los clubes más populares de Argentina, los cuales, son Boca Juniors y River Plate, aunque existe mayor predominancia de los xeneizes tanto en los medios impresos como virtuales” (p. 17), en menor escala, se encuentran el resto de clubes.

A nivel mundial muchas veces la prensa deportiva habla solo de los equipos más grandes. Quiroz (2023) señala que, en Argentina muchas veces se habla de Boca Juniors por tema comercial, en las transmisiones locales o internacionales los relatores y comentaristas prefieren hablar de las opiniones post partido.

Cada uno de los medios deportivos mantienen su manera de compartir la información a su audiencia, Quiroz (2023) afirmó que, en Brasil los medios presentan información variada de diferentes formas, por ejemplo, el diario O Globo tiene una sección de deporte donde involucra a todas las disciplinas deportivas; en cambio, la Gazeta Esportiva cubre únicamente el fútbol a nivel local e internacional.

En la investigación Quiroz (2020) da a conocer que los medios mexicanos se basan en el fútbol y en los equipos más grandes como América, Chivas de Guadalajara que predominan en la información deportiva, a menor escala están los demás equipos de fútbol y las diferentes disciplinas deportivas. Marca Claro rompe el esquema unificado solo para los equipos grandes y maneja una distribución equitativa de la información y cobertura de eventos deportivos.

1.5.2 Historia del periodismo deportivo en Ecuador

Después de la llegada del periodismo deportivo a países como Argentina; Brasil, Colombia y Estados Unidos, esta profesión llegó a Ecuador, un país que poco a poco iba dando pasos en este ámbito.

El periodismo deportivo en Ecuador tiene una historia que se remonta a principios del siglo XX, En el año 1913 se fundó el diario El Comercio, uno de los periódicos más significativos de nuestro país. Desde su fundación, el diario tomó en cuenta al deporte, dedicándole una sección dentro de sus páginas, convirtiéndose en uno de los principales medios de difusión de noticias deportivas (Borrero, 2023, p. 9).

Ecuador no se quedó atrás y se implementó el periodismo deportivo. Para Costa (2016), el periodismo deportivo llegó de la mano de la comercialización del deporte y del fútbol a inicios del 1949. La Voz de los Andes fue la primera señal de radio que se transmitió en Quito un 25 de diciembre de 1931. Ondas del Pacífico y Radio el Telégrafo se encargaron de la primera cobertura deportiva en el VI Campeonato Sudamericano de Natación, que se disputó en Lima en 1938.

Según lo investigado por Costa (2016), en Quito en el año 1950 se empezó a consolidar el periodismo deportivo como una herramienta comunicativa. Moscoso Cuesta y Alfonso Laso Bermeo iniciaron el periodismo deportivo en la capital. Esto causó que se incrementara el interés por el deporte, la narración y redacción deportiva.

En Ecuador se pudo escuchar por medio de la radio las primeras informaciones deportivas, Borrero (2023) da a conocer que, “en 1951 se fundó la primera emisora de radio que se dedicaría únicamente al deporte, Radio Quito realizaba las transmisiones en vivo de los

partidos y recibir información de relevancia sobre los resultados y las noticias deportivas” (p. 9), esta estación de radio se involucró directamente en el mundo del deporte.

Ecuador sin tener ninguna participación dentro de copas mundo de fútbol, se empezaron a transmitir estos eventos deportivos a través de las emisoras nacionales; Jacinto Landázuri fue el primer periodista ecuatoriano en viajar a un mundial; desarrollado en Chile en el año de 1962, destacando que era muy joven, tenía recién 22 años cuando ya marcó historia; posterior a esto, empezó a viajar a diferentes países para transmitir eventos deportivos como Copa Libertadores, Copa América y diferentes torneos sudamericanos (Maldonado, 2016, p. 15).

Unos de los grandes impulsos para que el periodismo deportivo haya tenido un gran crecimiento, fueron los grandes logros conseguidos en los diferentes deportes. Por ejemplo, la medalla de oro conseguida por el cuencano Jefferson Pérez en las Olimpiadas de 1996 en la disciplina de marcha atlética. También la primera clasificación de Ecuador al mundial Corea-Japón 2002, marcando un antes y un después en el periodismo deportivo ecuatoriano (Costa, 2016, p. 25).

Estos triunfos deportivos no solo generaron un aumento en el interés y la pasión de la población por el deporte, sino que también proporcionaron a los periodistas deportivos la oportunidad de cubrir eventos de gran envergadura como la Copa Libertadores, la Copa América y otros torneos sudamericanos. Estos éxitos deportivos contribuyeron a consolidar la importancia del periodismo deportivo en la narrativa mediática del país y a impulsar el desarrollo de esta profesión en Ecuador.

Actualmente hay medios de comunicación en Ecuador que transmiten solo información deportiva. Según Costa (2016), Radio La Red, Match Deportes, La Deportiva, La Redonda, Súper K 800, Caravana son principales radios deportivas en el país, Mientras que La Jugada, Pateando Tachos, Código Fútbol y Debate Fútbol son programas televisivos deportivos. Bendito Fútbol, Ecuagol, Fútbol Ecuador, Studio Fútbol, El Futbolero, Revista Estadio son los principales medios deportivos digitales.

En la actualidad hay diversos medios de comunicación dedicados exclusivamente al deporte en radio, televisión y plataformas digitales, demostrando el crecimiento y la importancia continua de esta profesión en el país.

1.5.3 Periodismo deportivo en Cuenca

Esta historia es de suma importancia para poder hablar sobre el periodismo deportivo en la ciudad de Cuenca, puesto que Radio La Voz del Tomebamba, mencionada anteriormente,

fue la primera emisora en dedicarse a dar información dentro de este ámbito, sus propietarios los señores Humberto Espinoza y José Heredia, junto a Nelson Pons y el Dr. Andrés Córdova eran quienes comentaban para esta emisora (Maldonado, 2016, p. 19).

En el ámbito local, en la ciudad de Cuenca, se puede mencionar que el periodismo deportivo lleva ya muchos años en la práctica luego de su surgimiento, en la ciudad el periodismo deportivo se da mediante la creación de la Federación Deportiva del Azuay (FDA) en 1924, ya que es entonces cuando se profesionalizó el deporte dentro del país, y esta institución fue la encargada de divulgar el deporte de la ciudad (Álvarez Coronel & Zhañay Quito, 2020, p. 16).

Pese a que dentro de la ciudad se practicaba gran variedad de deportes, desde los primeros años de 1900 hasta 1924 como era el caso del: ajedrez, automovilismo, natación, tenis, boxeo, baloncesto, entre otros, fueron tomados en cuenta muy poco por la prensa, específicamente la prensa gráfica que de alguna manera se interesaba por estos deportes, y esencialmente cubrían por interés personal mas no porque el medio de comunicación lo pedía (Maldonado, 2016, p. 19).

Según Álvarez Coronel y Zhañay Quito (2020), La prensa escrita siempre fue pionera en difundir noticias de ámbito deportivo. Antes de la llegada del fútbol a la ciudad de Cuenca, el baloncesto era uno de los principales deportes que se practicaba en la provincia, varios medios de comunicación transmitían esta disciplina deportiva. El básquetbol era un deporte muy llamativo, por lo cual llenaba los coliseos donde se practicaba este deporte.

En las diferentes instituciones educativas de la ciudad. Se realizan coberturas, entrevistas, notas de los diferentes eventos deportivos. En aquellos tiempos se practicaban campeonatos de fútbol, baloncesto, vóley, todos estos no eran profesionales. Se cubrían esas disciplinas para luego difundirlas en la prensa escrita y en la radio. También existían periódicos estudiantiles donde se redactan noticias para difundirlas en los diferentes colegios.

Posterior a estos acontecimientos mencionados que fueron muy importantes para las primeras incursiones del periodismo deportivo en Cuenca, se da la creación del Círculo de Periodistas Deportivos del Azuay (CPDA) en 1953, esta institución empieza a generar labores importantes en favor del desarrollo del periodismo deportivo en esas épocas, a partir de ese momento los periodistas deportivos que en aquel entonces ejercían su labor, se afilian a esta institución y se empieza a generar mucha más atracción hacia el periodismo deportivo (Álvarez Coronel & Zhañay Quito, 2020, p. 20)

Luego de la creación del CPDA, en 1971 se creó el Club Deportivo Cuenca, esto marcaría un antes y un después en el periodismo deportivo, las coberturas radiales aumentaron de gran manera. Al tener un equipo de fútbol profesional que llevaba el nombre de la ciudad, cautivo

la atención de los habitantes y de los medios de comunicación escritos y radiales (Álvarez Coronel & Zhañay Quito, 2020, p. 21).

Los deportes amateurs en el periodismo deportivo con los años fueron quedando de lado, para Álvarez Coronel & Zhañay Quito (2020), “Poco a poco los intercolegiales como baloncesto, vóley, atletismo fueron quedando de lado y se prestó mucha atención al fútbol, esto marcó historia dejando en segundo plano a las diferentes disciplinas deportivas que se practicaban en la FDA”.

En la actualidad, tanto en los medios radiales y en el único medio escrito, Diario El Mercurio, se prioriza al fútbol profesional y se deja de lado disciplinas como el baloncesto, tenis, tenis de mesa, atletismo, natación, ciclismo, estos deportes pasaron a segundo plano. El periodismo deportivo en la ciudad gira en torno al Club Deportivo Cuenca y en la provincia del Azuay también se incluye al Gualaceo S.C.

1.5.4 Formas de realizar periodismo deportivo

Según Rojas Torrijos (2014) a lo largo de la historia el periodismo ha ido evolucionando. Con la llegada de las nuevas tecnologías se dejó de lado la forma tradicional de hacer periodismo deportivo. La forma tradicional de ejercer esta profesión era que cada medio de comunicación tenía que llevar sus propios micrófonos, grabadoras para poder cubrir un evento deportivo, llevaban sus libretas para poder así hacer anotaciones, pero gracias a la llegada de la tecnología los periodistas tuvieron que adaptarse al nuevo periodismo deportivo.

El periodismo deportivo ha vivido en las últimas décadas un notabilísimo desarrollo en sus estructuras, canales y modos de producir contenidos, y ha cobrado un creciente protagonismo hasta afianzarse en el momento actual como la tipología informativa de mayor alcance social en una buena parte de los países tanto europeos como americanos (Rojas Torrijos, 2014, p. 178).

1.5.5 Periodismo deportivo en la era digital

El florecimiento de esta tipología informativa no solo ha sido numérico; lo ha hecho marcando tendencias, creando un estilo propio, fundamentado en el color, la originalidad y la espectacularidad de sus propuestas, y aportando un nuevo modelo de presentación de las informaciones a través de un lenguaje que es visualmente atractivo y resulta común y accesible para todas las mentalidades (Rojas Torrijos, 2014, p. 178).

La manera de hacer periodismo ha ido evolucionando, Rosero (2020) afirma que, el deporte y la comunicación se han ido adaptando a lo largo del tiempo, las transmisiones deportivas

en radio y televisión en vivo marcaron la forma de hacer coberturas en el mundo del deporte. El internet hizo que las transmisiones migren a diferentes plataformas digitales.

Las plataformas digitales te ayudan en tiempo real donde te ofrecen diferentes características para los usuarios. Para Rosero (2020), "las redes sociales han ganado espacio en el último tiempo con las herramientas que estas redes brindan a los usuarios, convirtiéndolos al mismo tiempo en emisores y receptores de información" (p.3). Las interfaces de las redes sociales se encuentran en evolución día a día.

En la investigación de Cedeño (2021) se da a conocer que el periodista debe ser multifacético es decir, tiene que saber utilizar imágenes, sonidos y texto, actualmente conocidos como contenidos multimedia, para destacar en el mundo digital. En la actualidad, el tema deportivo se reduce a periodismo del mundo del fútbol, dejando de lado los demás deportes.

Rosero (2020) afirma que, la llegada del Internet ha sido unos de los principales actores para las nuevas tecnologías y plataformas digitales, es como así las redes sociales han evolucionado y se han convertido en un medio de información de entretenimiento para el mundo entero.

Con la llegada de nuevas plataformas digitales el mundo se ha visto obligado a evolucionar. Silva (2022) da a conocer que, las nuevas narrativas digitales han modificado varios aspectos en la sociedad y en la vida diaria de las personas que las consumen, esto ha hecho que el periodismo renueve sus ideas para mantenerse vigente y adaptarse al mundo digital.

Según la investigación de Silva (2022) el periodismo deportivo se posiciona como unos de los principales espacios dentro de un medio de comunicación por las tendencias que genera, el interés del usuario por el deporte especialmente el fútbol y la nueva forma de funcionar el periodismo tradicional con la era digital en las diferentes plataformas digitales y así crear contenidos que contienen, imágenes, texto y audio.

1.6 Facebook una nueva plataforma para el uso del periodismo

Las redes sociales en la actualidad son plataformas que se utilizan para diferentes actividades, Ramos (2023) da a conocer que, Facebook ha generado herramientas y características para administrar un medio de comunicación, por ejemplo, esta red social permite publicar y promocionar los contenidos, también se incluye el etiquetado de personas y páginas, publicaciones a futuro y la utilización de anuncios pagados para generar más alcance.

Quiroz (2014) afirma que Facebook es de uso más personal para contactarse con amigos y familiares. A pesar de que esta red se lanzó para el público en 2006, el uso profesional no

solo esté ligado al mundo periodístico, sino también a creadores de contenido de entretenimiento.

Las redes sociales tienen varias características que te ayudan a mejorar el desempeño periodístico. Para Quiroz (2014) Facebook presenta diferentes propiedades para tener efectividad en el periodismo, por ejemplo, los textos periodísticos deben ser cortos de 5 líneas, también se debe incluir fotografías y videos relacionados a la noticia. Estas prácticas digitales te ayudan a generar más interacción en un medio digital.

Con estas características los medios de comunicación buscan que en Facebook la narración periodística permita al usuario poseer una mejor noción de los contenidos periodísticos, puesto que el hipertexto y el material audiovisual, además de las otras herramientas, tienen como finalidad dinamizar la información, concibiendo a la persona como un componente más, de alguna u otra manera, con su participación e interacción con otros miembros, de la información periodística. (Quiroz, 2014)

La red social de Facebook ha evolucionado y el periodismo se ha ido adaptando a la misma plataforma donde se publican noticias mediante texto, audio y video. Esto ayuda a que los contenidos periodísticos llamen la atención de los usuarios.

1.7 Instagram una red social que conecta al periodismo

El periodismo en Instagram es una forma efectiva de llegar a un público más joven y comprometido a través de contenido visual y creativo. Algunas ideas incluyen utilizar historias en vivo para cubrir eventos en tiempo real, crear infografías interactivas para explicar datos, compartir reportajes visuales cortos donde se pueda enganchar al usuario, mostrar contenido detrás de escena, interactuar con la audiencia a través de encuestas y preguntas.

Cada una de las redes sociales tienen su uso, para Caramutti (2020) Instagram es una aplicación para unos exclusivo de imágenes y videos acompañados de una descripción textual. En pocas palabras se busca compartir contenido informativo de manera creativa.

Caramutti (2020) afirma que Instagram conecta a todo el mundo, esta red social permite reaccionar y comentar en las publicaciones tanto a seguidores como a no seguidores. Esta plataforma te permite que con un solo clic puedas publicar el mismo contenido en diferentes redes sociales, también puedes reforzar la conectividad con el uso de hashtags en el contenido compartido.

En consecuencia, los géneros periodísticos y los estilos de redacción cambiaron también, abriendo nuevas posibilidades a la forma de contar las historias. Instagram por su parte, ha

generado nuevos modelos de negocio gracias a las herramientas que posee para captar mejor la atención de su audiencia (Calle, 2022, p. 42).

Instagram facilita la instantaneidad de la noticia, los medios de comunicación utilizan esta plataforma para publicar las portadas de los diarios, como es el caso del Diario Perú 21, así pueden brindarle de manera virtual la noticia del día dándole una perspectiva diferente de cómo pueden recibir la información, enganchándose más con la cuenta del medio de comunicación (Gianelly, 2019, p. 33).

Instagram también tiene diferentes funciones para el periodismo digital. Gianelly (2019) señaló que, esta red social permite al periodista dar la noticia en primera instancia mediante fotografías y videos que se asemejan al titular de la nota. También es la plataforma ideal en el ámbito profesional porque los usuarios se informan de manera inmediata de los hechos que suceden en el mundo mediante la cobertura en periodística por medio de las transmisiones en vivo que ayuda a conectar al usuario con el periodista.

Permite ampliar la información que los medios transmiten acerca de un suceso, en esta característica los medios de comunicación utilizan la plataforma Instagram TV para informar a los usuarios mediante entrevistas o microprogramas, ampliando así la información para poder darle diferentes perspectivas del desarrollo de la noticia al usuario, dándole un uso periodístico a la herramienta IGTV (Gianelly, 2019, p. 35).

En conclusión, el periodismo en Instagram representa una oportunidad valiosa para periodistas y medios de comunicación para llegar a una audiencia más amplia y comprometida a través de contenido visual y creativo. Esta plataforma permite contar historias de manera efectiva, utilizando imágenes, videos y otras herramientas interactivas.

1.8 TikTok una nueva mirada para realizar periodismo

La plataforma TikTok, conocida por la creación de videos cortos, ha surgido como un nuevo espacio para el periodismo en la era digital. Los periodistas están explorando formas creativas de comunicar noticias, contar historias y conectar con audiencias más jóvenes para llamar la atención. TikTok se ha convertido en una plataforma innovadora para el periodismo, donde se ofrecerá nuevas oportunidades para la presentación de noticias y la participación del público.

Con el paso del tiempo varios medios siguieron el mismo campo de adaptación y exploración, en el mismo año de 2019 “Daily Mail” y “USA today” comenzaron la producción de contenido para esa red social y en el 2020 “The Telegraph”, “Huffpost” y la “BBC” también se incluyeron en la lista (Cuji, 2023, p. 19).

El periodismo poco a poco se va incluyendo en nuevas plataformas digitales, Cuji (2023) señalo que, TikTok es una red social que te ayuda a comunicar con libertad creativa, esto genera opinión en la sociedad por su forma de transmitir la noticias en videos cortos sobre todo en públicos jóvenes.

Las noticias digitales exigen un nuevo proceso en su producción, referido tanto a su construcción como a su difusión, para lo cual existen varios recursos dentro de la comunicación digital, que incluso, están siendo desaprovechados o no se están usando en los medios de comunicación (Cují, 2023, p. 35).

En la actualidad, los medios de comunicación tienen la necesidad de adaptarse a las plataformas sociales, Cují (2023) en su investigación menciona que, las noticias en TikTok deben compartirse de manera profesional, es decir informar con claridad y contrastar la información para generar credibilidad al medio de comunicación basándose en las características básicas del periodismo. También hay que adaptarse a las nuevas tendencias en dicha red social.

Más que una oportunidad es una puerta hacia la creatividad, se sabe que TikTok utiliza un formato vertical y su atributo principal es el video que es algo que destaca en el periodismo, medios de comunicación como el Washington Post porque les da la ventaja de ganar más audiencia y conseguir notoriedad (Camacho, 2021, p. 15).

En Ecuador la implementación de la red social TikTok en los medios de comunicación no se ha quedado atrás, Camacho (2021) da a conocer que el Comercio ha optado por experimentar contenidos y migrar del formato horizontal al vertical en la creación de videos. Adaptándose a las nuevas tendencias de las plataformas sociales para llegar a los usuarios más jóvenes. Los medios de comunicación ecuatorianos como Tc Televisión, Ecuavisa, Canal Uno se están sumergiendo en este nuevo mundo, haciendo presencia, no solo presentan noticias, sino que también graban el día a día de los presentadores, camarógrafos, personas reconocidas dentro del set dándoles un toque más divertido y emocionante (Camacho, 2021, p.18).

En conclusión, el periodismo en TikTok está en constante evolución y se ha convertido en un espacio dinámico y atractivo para la publicación de noticias de diferentes ámbitos. La capacidad de contar historias de manera rápida y atractiva, es uno de los aspectos clave que están dando forma al futuro del periodismo en esta plataforma. A medida que TikTok continúa creciendo en popularidad, el periodismo en esta plataforma seguirá siendo un área interesante de desarrollo y experimentación para los profesionales de los medios de comunicación.

1.9 Plan de comunicación una estrategia para proyectos

Un plan de comunicación es un esquema de cómo se comunicará, a los integrantes clave, la información importante del proyecto que vaya surgiendo continuamente. Incluye tanto el plan de comunicación interna como el plan de comunicación externa. El objetivo del plan de comunicación es que el equipo entienda quién debería recibir qué notificaciones y cuándo corresponde poner en tema a los demás integrantes del proyecto. Parte de tus acciones de comunicación implica aclarar qué colaboradores de los canales deben participar y cuándo, con qué frecuencia se deberían comunicar los distintos tipos de datos y quién es responsable por cada uno de los canales (Martins, 2022).

En la comunicación es importante generar una estrategia de comunicación, para Martins (2022) el plan de comunicación puede ayudar a las personas a comprender qué herramientas utilizar, cuándo y a quién contactar con cada herramienta. Un buen plan de comunicación ayuda comunicarse claramente y proyectar de manera correcta un proyecto a realizar por una empresa u organización.

Las plataformas han cambiado mucha la forma de ver de las personas, Content (2019) afirma que, la forma de vender un producto hoy en día no tiene nada que ver con cómo se hacía hace 50 años, ya sea por los avances de la tecnología o simplemente porque la mentalidad de las personas ha cambiado con el tiempo. La elaboración de planes de comunicación y estrategias son importantes para comenzar con un proyecto comunicacional y empresarial.

Los planes o estrategias de comunicación son herramientas de planificación que toman en cuenta aspectos como, objetivos generales, mensajes, acciones a ejecutar, variables indicadoras, instrumentos, plazos de tiempo de ejecución. Así, de manera sistematizada y coherente, la imagen, marca y producto de cierta organización es capaz de llegar, de forma certera, a su público objetivo con el propósito de convertirlos en clientes. (Content, 2019)

1.10 Análisis de contenido por medio del *engagement*

Para Martín (2012) el engagement es una adoración, afición o apoyo incondicional de un usuario a una marca en las redes sociales. Conseguir un nivel de compromiso tan alto por parte de un usuario es algo difícil, pero con arduo trabajo se puede hacer bien las cosas.

Es importante las herramientas que presentan las nuevas tecnologías, según Ballesteros (2018) Las redes sociales tienen diferentes características y botones que te permite interactuar, para generar sensaciones y diferentes comentarios en las nuevas plataformas digitales. El análisis de las redes sociales es importante como variable de estudio,

frecuentemente se utiliza las reacciones de me gusta, compartir y comentar, esto te ayuda a calcular el índice del *engagement* en las diferentes redes sociales.

La opción “Me gusta” es la más frecuente por ser la más sencilla y rápida, implicando algún tipo de aprobación del mensaje que ha captado la atención. La segunda acción más frecuente, compartir, expresa un mayor compromiso y permite también una mayor difusión del mensaje, contribuyendo a su viralidad. Por último, comentar supone una implicación cognitiva más activa e intensa, ya que supone una mayor inversión de tiempo para expresar una opinión (Ballesteros, 2018, p. 114).

Según Ballesteros (2018) el uso de estas funciones digitales está sujeto al momento de publicación, al contenido y formato de los mensajes, y a la participación y comunicación mostrada por el administrador de la página. Las publicaciones enviadas durante los días laborables y en las horas pico parecen generar la mayor participación.

1.11 La influencia del color en la comunicación

Es importante conocer cómo funciona la psicología del color, según Solórzano (2014) los colores son similares a las emociones, y hay tantos colores como emociones que siente una persona; Así, se puede argumentar que los colores provocan diferentes efectos en las personas; que la percepción del color a través del sistema visual evoca emociones similares a escuchar música y finalmente, que gracias a los colores surgen diferentes emociones, tales como: bienestar, paz, tranquilidad, enojo, tristeza; Por tanto, tienen la capacidad de cambiar el estado de ánimo.

Por ejemplo, no es casualidad que Facebook sea color azul, ni que Coca Cola utilice el rojo o que Best Buy elija el amarillo para su logo o que la marca del canal infantil Nickelodeon se haya decidido por la alegría que proyecta el color naranja; en otras palabras, las grandes marcas conocen estas pautas y las utilizan a la hora de crear sus logos (Solórzano, 2014, p. 10).

El color tiene un papel muy importante en la creación de contenidos digitales, Ramírez (2023) afirma que, la psicología del color ha adquirido un papel muy relevante en el ámbito del diseño y la comunicación. El uso correcto del color puede desempeñar un papel importante a la hora de provocar una respuesta genuina de la audiencia, transmitiendo emociones y reflejando conceptos que pueden considerarse complejos o abstractos.

A lo largo del tiempo el ser humano se ha tomado el tiempo para observar y estudiar la relación de los colores con las emociones; y es que los colores tienen la capacidad de

estimular al ser humano repercutiendo así en sus acciones. Las emociones que produce cada color son:

Rojo: amor, energía, pasión, poder, fuerza y calor.

Amarillo: brillo, júbilo, alegría y felicidad.

Azul: seguridad, integridad, tranquilidad, confianza, inteligencia y paz.

Blanco: frescura, pureza, inocencia, elegancia y limpieza.

Negro: elegancia, drama, protección y clase

Verde: naturaleza, dinero, frescura y novedad.

Morado: espiritualidad, lujo, nobleza, realeza y ambición.

Naranja: éxito, amistad, valor y confianza (León, 2021).

Capítulo II

EL IMPACTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEPORTIVOS DIGITALES Y SU ESTRATEGIA EN REDES SOCIALES

Es importante realizar análisis de diferentes medios de comunicación para así conocer diferentes perspectivas y puntos de vista sobre un mismo tema, lo que puede ayudar a tener una comprensión más completa y objetiva. También nos ayuda a conocer la variedad de información para tomar decisiones que ayuden a mejorar el contenido deportivo que consumen los usuarios.

Se analiza diferentes medios de comunicación en redes sociales, los cuales han marcado diferentes hechos a lo largo de su funcionamiento. En el ámbito nacional se analizará a StudioFutbol y D'Rabona.

StudioFutbol es un diario digital deportivo que presenta noticias deportivas acompañadas de análisis de datos y se ha ido adaptando a las diferentes plataformas digitales. En Facebook tiene 231.762 seguidores, en Instagram 70 mil seguidores y en TikTok llegan a los 50 mil seguidores. Es importante analizar este medio por los contenidos presentados y las diferentes formas para adaptarse al consumo que requiere cada uno de los usuarios.

D'Rabona es un medio digital deportivo donde se realiza análisis, historias, perfiles, deportes, es decir busca transmitir la información deportiva de maneras diferentes para llamar la atención, más que hoy en día las personas que consumen información deportiva les atrae la información que contiene datos concretos sobre sus deportes favoritos. También es un medio que busca ser claro y concreto al momento de realizar sus noticias, esto hace que el usuario se informe de manera clara y concisa. En Facebook tiene 42 mil seguidores, en Instagram 3.546 seguidores y en TikTok llegan a los 3.052 seguidores.

Como su lema lo dice buscan “una mirada diferente, una pasión en común”. Analizaré este medio por su manera única y diferente de informar a la gente. Siempre buscan crear información que los usuarios quieren conocer, además de contar historias interesantes del deporte.

La Gambeta es un medio digital mexicano, este medio posee 5 millones de seguidores en Facebook, en Instagram 824 mil seguidores y en TikTok 4 millones. Se eligió este medio como análisis porque presenta contenidos multimedia como fotografías, videos y textos, su información se basa en noticias del fútbol, también realizan vídeos de datos muy interesantes de jugadores, alineaciones de diferentes equipos que el hincha espera ver en el fútbol y noticias que llaman la atención de los usuarios. Es decir, presentan un contenido variado de noticias con historias del fútbol que no muchas personas conocen.

Diario Olé es un medio deportivo argentino transmite su información por medio de las redes sociales, Facebook, TikTok e Instagram; busca enlazar directamente su cuenta de Facebook hacia su página web para así ampliar la noticia. Es una manera de enganchar al público que quiere conocer más sobre la información deportiva por este motivo he elegido analizar este medio de comunicación.

En su cuenta de Facebook tiene 6 millones de seguidores, en Instagram 2,4 millones y en TikTok 2,1 millones de usuarios que siguen este medio digital que consumen su contenido. Es interesante la forma de llevar la información de este diario ya que en cada una de las diferentes redes sociales ha buscado adaptarse a los diferentes lenguajes y algoritmos para llegar así a cada uno de los usuarios.

Para realizar este análisis se simulará una semana durante el 17 de abril al 13 de mayo del 2023, es decir se observó 10 publicaciones diarias en Facebook, Instagram y TikTok de la siguiente manera:

Tabla 1

Planificación de análisis de contenido en medios deportivos

Fechas de análisis	# de publicaciones diarias
Lunes 17 de abril - viernes y 21 de abril	10 publicaciones en Facebook, Instagram y TikTok
Martes 25 de abril - sábado 29 de abril	10 publicaciones en Facebook, Instagram y TikTok
Miércoles 3 de mayo - domingo 7 de mayo	10 publicaciones en Facebook, Instagram y TikTok
Jueves 11 de mayo	10 publicaciones en Facebook, Instagram y TikTok

Nota. Fuente: Autoría propia

2.1 StudioFutbol: el primer diario digital de fútbol del Ecuador

Es un medio de comunicación deportivo digital se encuentra en las plataformas de Facebook, Instagram y TikTok, aquí presenta diferentes informaciones sobre el mundo deportivo, donde se centran especialmente en el fútbol.

En Instagram y Facebook presentan infografías que se adaptan a los diferentes formatos y en TikTok son videos cortos para llamar la atención del público adaptándose al algoritmo de esta red social. A continuación, un análisis de los contenidos presentados por este medio de comunicación:

En la red social de Facebook de StudioFutbol se puede observar que la LigaPro Bet593 es el contenido más consumido, la información es presentada mediante infografías. Lo que menos se consume es el fútbol internacional. También presenta diferentes temáticas deportivas que hacen noticia en dicho medio.

Tabla 2

Contenidos e interacciones de la página de Facebook de StudioFutbol

Contenido	Temática	Engagement	Interacciones	Total de Publicaciones	Red Social
Infografías e imágenes	LigaPro Bet593	20,371	3.0353	31 publicaciones	Facebook
Infografías e imágenes	Fútbol internacional	3,988	5.943	11 publicaciones	Facebook
Infografías e imágenes	Fútbol europeo	5,486	8.174	7 publicaciones	Facebook
Infografías e imágenes	Fútbol ecuatoriano	7,096	10.573	3 publicaciones	Facebook
Infografías e imágenes	Selección ecuatoriana	17,714	26.395	15 publicaciones	Facebook

Nota. Fuente: Autoría propia

Se puede decir que la información tiene más acogida dependiendo del tema que genera expectativas en la gente, por ejemplo, un día puede causar impacto la selección ecuatoriana

de fútbol, mientras que en otro momento lo hará la Copa Libertadores. La información deportiva depende de logros y momentos.

Es una red social que no publica muchos videos por lo que no se puede analizar de manera detenida el alcance puede generar un contenido audiovisual, en Facebook solo se han publicado 3 videos y eso da un 0,9% de *engagement* que representa a 1.425 participaciones entre los usuarios.

Tabla 3

Videos publicados en la página de Facebook de StudioFutbol y sus interacciones

Contenido	Temática	<i>Engagement</i>	Interacciones	Total de Publicaciones	Red Social
Video	LigaPro Bet593	0,494	736	2 publicaciones	Facebook
Video	Fútbol internacional	0,462	689	1 publicación	Facebook

Nota. Fuente: Autoría propia

En conclusión, la red social de StudioFutbol prefieren utilizar como herramienta multimedia la infografía para presentar las diferentes noticias, mientras que al video lo utilizan muy poco como recurso noticioso.

En Instagram StudioFutbol realiza publicaciones de los once ideales de cada fecha de la Liga Pro. En estas publicaciones se presentan los nombres, posiciones, al mejor Dt de la fecha y clubes de los jugadores que forman parte de los equipos seleccionados. Además, se incluyen datos relevantes que llaman la atención de los seguidores de la Liga Pro.

Tabla 4

Análisis de Engagement en la red social de Instagram de StudioFutbol

Contenido	Temática	<i>Engagement</i>	Interacciones	Total de Publicaciones	Red Social
Infografías e imágenes	LigaPro Bet593	11,913	8.101	21 publicaciones	Instagram

Infografías e imágenes	Barcelona Sporting Club	1,738	1.182	2 publicaciones	Instagram
Infografías e imágenes	Fútbol internacional	8,561	5.822	7 publicaciones	Instagram
Infografías e imágenes	Fútbol europeo	9,480	6.447	8 publicaciones	Instagram
Infografías e imágenes	Selección ecuatoriana	18,754	26.395	15 publicaciones	Instagram

Nota. Fuente: Autoría propia

En otros casos se utiliza *hashtags* como: "#sub17", "#Brasil" y "#Ecuador", lo cual facilita la organización dentro de la red social. Las infografías son herramientas muy útiles para mostrar datos de una manera visualmente atractiva y fácil de entender. En ellas, se pueden incluir tablas de posiciones, estadísticas de los jugadores, comparaciones entre equipos y jugadores, y otros datos relevantes. También se pueden utilizar gráficos y diagramas para resaltar tendencias y patrones en el desempeño de los equipos.

Se observa que los videos cortos en diferentes temáticas del fútbol tienen un nivel de *engagement* variado. En el fútbol internacional con un 1,13 y Liga Pro Bet593 con un 3,72 de interacción por los usuarios respectivamente en comparación con los otros formatos como Barcelona Sporting Club presenta un 0,32 de participación de los usuarios. Esto indica que estos temas específicos pueden generar más interacción y atención por parte de los usuarios en las redes sociales. Por lo cual también se deberá emplear *hashtags* en la información para organizarla de mejor manera.

Tabla 5

Análisis de Engagement de los videos de Instagram de StudioFutbol

Contenido	Temática	Engagement	Interacciones	Total de Publicaciones	Red Social
Video	LigaPro Bet593	3,729	2.536	6 publicaciones	Instagram
Video	Barcelona	0,323	220	1 publicación	Instagram

	Sporting Club				
Video	Fútbol internacional	1,130	769	3 publicaciones	Instagram
Video	Selección ecuatoriana	2,563	1.743	2 publicaciones	Instagram

Nota. Fuente: Autoría propia

Este medio busca adaptarse a las nuevas tendencias de consumo de contenido, por ello, crean contenidos en formato vertical tanto para Facebook, Instagram y TikTok. Entre estos contenidos se encuentran ilustraciones que cuentan los hechos más relevantes del mundo deportivo, con el fin de atraer la atención de los usuarios en las redes sociales y generar mayor interacción.

StudioFutbol en TikTok publica diferentes declaraciones de jugadores, noticias más importantes, hechos importantes que suceden en el mundo del fútbol que es el deporte que más noticias presenta este medio. En esta red social no se publica mucho contenido, pero aun así tiene una gran interacción por parte de su público deportivo.

Tabla 6

Temáticas deportivas presentadas en TikTok por StudioFutbol

Contenido	Temática	Engagement	Interacciones	Total de Publicaciones	Red Social
Video	Aucas	10,446	6.581	1 publicación	TikTok
Video	Barcelona Sporting Club	18,120	11.416	5 publicaciones	TikTok
Video	Emelec	5,439	3.427	1 publicación	TikTok
Video	Fútbol internacional	196,026	123.486	4 publicaciones	TikTok
Video	Selección ecuatoriana	122,478	123.486	4 publicaciones	TikTok

Nota. Fuente: Autoría propia

En el tema de fútbol internacional y selección ecuatoriana vemos que las reacciones (me gustas, comentarios, compartidos y favoritos) durante el mes analizado está por encima del número total de seguidores (63.000 seguidores en StudioFutbol), por lo que el engagement supera el número de seguidores.

2.2 D´rabona medio deportivo de análisis, *scouting*¹ y perfiles en el mundo del deporte

D´rabona ofrece una experiencia de usuario agradable y fácil de navegar, así como si su diseño es atractivo y coherente, este medio utiliza los colores blanco, naranja y negro. Cuando se combinan el naranja y el blanco, se puede obtener una paleta de colores vibrante y atractiva que evoca sensaciones de vitalidad y limpieza al mismo tiempo. Esta combinación se puede utilizar en diferentes contextos, como en deportes y negocios, para transmitir un mensaje de energía y frescura. Mientras que el color negro busca mostrar elegancia en su publicación. En conclusión, los colores que utiliza este medio digital son atractivos y elegantes para la vista del usuario.

Es un medio de comunicación digital donde se basa directamente en el fútbol, en sus diferentes redes sociales como Facebook, Instagram, TikTok, la información se basa en entrevistas, declaraciones de jugadores y resultados de partidos que se realizan a nivel nacional e internacional.

Los usuarios pueden acceder a todas las publicaciones que lo incluyen, lo que facilita la búsqueda de contenido específico y la exploración de temas de interés. En este medio se encontró diferentes *hashtags* cómo #LigaProBet593, #Emelec, #Ecuador, #LaTri, #FIFA, #Sub20, cada uno representa un torneo de fútbol diferente, tanto en Facebook e Instagram se utilizó etiquetas relevantes para informar.

¹ Scouting: es la práctica en el deporte de observar, evaluar y analizar a jugadores o equipos con el objetivo de identificar su talento, fortalezas y debilidades.

Tabla 7*Análisis de contenido del medio deportivo D´rabona en su red social Facebook*

Contenido	Temática	Engagement	Interacciones	Total de Publicaciones	Red Social
Infografías e imágenes	LigaPro Bet593	2,360	590	8 publicaciones	Facebook
Infografías e imágenes	Fútbol internacional	0,047	12	1 publicación	Facebook
Infografías e imágenes	Selección ecuatoriana	0,577	144	5 publicaciones	Facebook
Infografías e imágenes	Selección ecuatoriana	0,474	118	1 publicación	Facebook

Nota. Fuente: Autoría propia

Las publicaciones que más interacción tiene en la red social de Facebook es del tema LigaPro Bet593, es decir la información que más consumen los usuarios. Mientras que en Instagram la temática que más reacciones y comentarios obtuvo es la selección ecuatoriana de fútbol, se ve como en dos redes sociales diferentes llega a cambiar la información más consumida. En Instagram utiliza el mismo contenido publicado en Facebook es decir enlazan ambas informaciones para estas dos redes sociales solo terminan adaptando el formato y cambiando el texto y hashtags que acompañan a dichas infografías. En esta red social priman temas como LigaPro, Barcelona, fútbol ecuatoriano cada uno presenta diferentes reacciones por parte de los usuarios.

Tabla 8*D´rabona y sus diferentes contenidos multimedia publicados en Instagram*

Contenido	Temática	Engagement	Interacciones	Total de Publicaciones	Red Social
Infografías e imágenes	LigaPro Bet593	4,212	149	8 publicaciones	Instagram
Infografías e imágenes	Fútbol internacional	2,855	101	3 publicaciones	Instagram
Infografías e imágenes	Selección ecuatoriana	6,446	228	7 publicaciones	Instagram
Infografías e imágenes	Fútbol ecuatoriano	0,650	23	2 publicaciones	Instagram

Nota. Fuente: Autoría propia

En los días 29 de abril, 7 y 11 de mayo no se publicó información deportiva por lo cual no se pudo hacer el análisis respectivo. Hay que resaltar que en esta red social que busca cambiar el mundo periodístico con un análisis deportivo profundo, sus publicaciones no son regulares y en pocas veces llegan a las 10 publicaciones por días.

D´rabona no tiene contenidos actualizados en la red social de TikTok por lo cual no se pudo analizar esta red social y sacar una conclusión de la información publicada en la red social que fue creada para transmitir información mediante videos verticales.

En conclusión, D´rabona es un medio digital que a pesar de publicar poco contenido informativo ha logrado crecer su audiencia. Presenta información variada donde cuenta estadísticas, historias y novedades deportivas que suceden en el día a día del mundo del deporte.

2.3 Las últimas novedades deportivas de todo el mundo en La Gambeta

En la red social Facebook de la Gambeta los temas que se han publicado son los siguientes: Serie A - Italia, Premier League, Mundial Sub 20, Fútbol Internacional, Fútbol español, Messi, Bundesliga-Alemania. Estos temas se dividen en videos e infografías. En las fotografías el tema más consumido son las publicaciones del fútbol español, aquí se utilizan etiquetas cómo #Vinicius Jr., #RealMadrid, #ChampionsLeague, #CopaDelRey #laliga, #Atlético y #Barça, las

cuales nos ayudan a que la información esté más organizada al momento de que un usuario busque noticias deportivas. Mientras que las noticias que menos consumidas son de la Bundesliga de Alemania.

Tabla 9

La Gambeta y sus contenidos deportivos en su red social de Facebook

Contenido	Temática	Engagement	Interacciones	Total de Publicaciones	Red Social
Infografías e imágenes	Bundesliga Alemania	0,424	21.665	3 publicaciones	Facebook
Infografías e imágenes	Fútbol español	8,053	410.749	23 publicaciones	Facebook
Infografías e imágenes	Serie A - Italia	1,404	71.622	3 publicaciones	Facebook
Infografías e imágenes	Fútbol internacional	2,513	128.172	8 publicaciones	Facebook
Infografías e imágenes	Premier League	2,645	134.939	13 publicaciones	Facebook
Infografías e imágenes	Messi	2,077	105.974	5 publicaciones	Facebook

Nota. Fuente: Autoría propia

En la red social de Facebook encontramos temas como: fútbol español y fútbol internacional, entre otros temas del mundo del deporte que se dividen en varias publicaciones diarias, en dicho medio se observa entre 8 a 10 publicaciones por día, donde destacan las infografías.

Tabla 10

Desempeño de los videos informativos compartido por La Gambeta en Facebook

Contenido	Temática	Engagement	Interacciones	Total de Publicaciones	Red Social
Video	Fútbol español	1,083	55.239	5 publicaciones	Facebook
Video	Fútbol internacional	3,675	187.473	8 publicaciones	Facebook

Nota. Fuente: Autoría propia

La Gambeta ha identificado correctamente los temas más populares entre su audiencia en Facebook, centrándose en el fútbol español, fútbol internacional y figuras destacadas como Messi. Además, el uso de videos para presentar noticias y contenido relacionado con el fútbol, también ha resultado efectivo en términos de *engagement*. Sin embargo, podrían considerar explorar estrategias para aumentar el interés en la Bundesliga de Alemania, ya que es el tema menos consumido.

En Instagram, La gambeta presenta infografías simples donde dan a conocer gráficos con datos estadísticos, contrataciones, declaraciones, noticias deportivas. En Instagram es usual utilizar fotos para llegar a su público y están más dirigidas a jóvenes que utilizan esta red social, por lo cual el medio crea fotos informativas claras y concisas con información que llama la atención del usuario, también complementan la información con datos sobre partidos y jugadores.

En la página de Instagram de La Gambeta encontramos temas similares a los de su red social de Facebook es decir los temas que se publican en una plataforma digital son adaptados a los diferentes formatos digitales. En Instagram encontramos infografías y *reels* esta red social presenta una gran interacción por parte de los usuarios con diferentes temas que se puede observar en la siguiente tabla:

Tabla 11*Instagram una plataforma donde comparte información deportiva La Gambeta*

Contenido	Temática	Engagement	Interacciones	Total de Publicaciones	Red Social
Infografías e imágenes	Fútbol español	55,709	465.176	21 publicaciones	Instagram
Infografías e imágenes	Serie A - Italia	7,763	64.823	4 publicaciones	Instagram
Infografías e imágenes	Fútbol internacional	40,113	334.947	14 publicaciones	Instagram
Infografías e imágenes	Premier League	43,678	364.725	17 publicaciones	Instagram
Infografías e imágenes	Messi	18,194	151.923	5 publicaciones	Instagram

Nota. Fuente: Autoría propia

En la red social de Instagram también publican videos para enganchar a su público objetivo, en estos *reels* se encuentra diferentes temas noticiosos que los presentaremos a continuación:

Tabla 12*El video una herramienta de comunicación deportiva por parte de La Gambeta*

Contenido	Temática	Engagement	Interacciones	Total de Publicaciones	Red Social
Video	Fútbol español	1,940	16.201	1 publicaciones	Instagram
Video	Fútbol internacional	6,349	53.018	5 publicaciones	Instagram
Video	Messi	2,541	21.222	1 publicaciones	Instagram

Nota. Fuente: Autoría propia

La gambeta utiliza varias etiquetas relevantes del fútbol de España, por ejemplo, #Vinicius Jr., #RealMadrid, #ChampionsLeague, #CopaDelRey, #laliga, #Atlético y #Barça.

En Instagram, se enfocan en la creación de infografías simples que presentan datos estadísticos de noticias deportivas y temas relacionados con el fútbol español, la Serie A de Italia, el fútbol internacional, Premier League y sobre Lionel Messi. La Gambeta también utiliza videos en forma de *reels* en Instagram para mantener el interés de su audiencia es decir este medio de comunicación digital adapta su contenido a las características y preferencias de su público objetivo.

En TikTok presenta videos cortos en forma vertical acompañados de textos que buscan mezclar los tres colores que utiliza el medio, imágenes de jugadores, entrenadores, y el audio se da a conocer noticias o historias que pocos medios informan sobre diferentes referentes del fútbol mundial un resumen del contenido analizado a continuación: En TikTok solo presentan 13 videos en el periodo analizado, es decir deberían implementar más videos en esta red sobre todo videos cortos para que el usuario consumidor no se canse y consuma toda la información.

Tabla 13

Impacto que genera los videos publicados por La Gambeta en TikTok

Contenido	Temática	Engagement	Interacciones	Total de Publicaciones	Red Social
Video	Novedades del fútbol internacional	24,523	1.128.064	13 publicaciones	TikTok

Nota. Fuente: Autoría propia

La Gambeta tiene diferentes temas populares en sus plataformas de redes sociales, como Facebook, Instagram y TikTok, centrándose en el fútbol español, el fútbol internacional y jugadores destacados como Lionel Messi, esto ha hecho que su *engagement* crezca de manera rápida. Utilizan infografías y videos en Facebook, siendo estos últimos especialmente efectivos, pero la Bundesliga de Alemania es el tema menos popular. En Instagram, adaptan su contenido a formatos visuales y en TikTok, aunque han generado un alto *engagement* con videos, hay diferentes oportunidades para diversificar dicho contenido.

Es decir, este medio de comunicación en su red social Facebook crea contenido como imágenes y videos, lo cual estas mismas la adapta a Instagram y TikTok para así llegar a más

público y que usuarios de todas las edades consuman su contenido, es decir La Gambeta se adapta a las nuevas plataformas digitales y necesidades de las personas que los consumen.

2.4 Diario Olé, medio de comunicación líder en Argentina

En la red social Facebook este Diario Olé presenta diferentes publicaciones multimedia como infografías que se enfoca en el deporte de su país, pero también abarca temas internacionales, a diferencia de los medios analizados anteriormente hacen el uso de las imágenes que las complementan con texto a continuación los diferentes temas noticiosos:

Tabla 14

Análisis de los contenidos deportivos publicados en la cuenta de Facebook de Diario Olé

Contenido	Temática	Engagement	Interacciones	Total de Publicaciones	Red Social
Infografías e imágenes	Boca vs River	0,739	40.870	4 publicaciones	Facebook
Infografías e imágenes	Copa Libertadores	1,208	61.643	8 publicaciones	Facebook
Infografías e imágenes	Fútbol español	0,550	28.082	4 publicaciones o	Facebook
Infografías e imágenes	Fútbol internacional	2,326	118.653	20 publicaciones	Facebook
Infografías e imágenes	Liga de Argentina	2,470	125.974	12 publicaciones	Facebook
Infografías e imágenes	Messi	0,256	13.073	4 publicaciones	Facebook

Infografías e imágenes	Mundial Sub 20	0,776	38.619	3 publicaciones	Facebook
Infografías e imágenes	Serie A - Italia	0,033	1.639	3 publicaciones	Facebook
Infografías e imágenes	Premier League	0,551	28.132	4 publicaciones	Facebook

Nota. Fuente: Autoría propia

En la información deportiva buscan publicar resultados, el día a día de equipos de fútbol, la vida detrás de las canchas de los futbolistas, declaraciones polémicas, entrevistas, palabras de jugadores y entrenadores, al publicar estos datos siempre lo hacen con una frase emblemática que dijo cada uno de los personajes del fútbol.

En Facebook uno de los temas que más resaltó en el análisis fue la Liga Profesional de Argentina y el fútbol internacional que engloba todas las ligas del mundo, ambas temáticas tienen un 2% de interacción de sus usuarios parece un porcentaje muy bajo, pero cabe recordar que este medio digital tiene 5 millones de seguidores. Es decir, de esos 5 millones de personas reaccionan 120 mil usuarios.

Los temas que con menos participación del público fueron Serie A de Italia e información relacionada con Messi, esto se debe a que en el mundo del deporte las publicaciones varían según impacto mediático. Es decir, un día puede ser noticia el tema de Lionel Messi y otro sobre el Real Madrid.

En Instagram este diario se adaptó al lenguaje multimedia y presenta fotografías acompañadas de texto, imágenes y su logo. Presenta información corta y concisa sobre los hechos que suceden en el mundo del fútbol, buscan acoplar la información para los más jóvenes para que sea más precisa y vaya directo a lo que se busca a continuación un análisis detallado:

Tabla 15

Contenido deportivo analizado de Diario Olé en Instagram

Contenido	Temática	Engagement	Interacciones	Total de Publicaciones	Red Social
Infografías e imágenes	Clásico argentino: Boca vs River	11,800	283.204	8 publicaciones	Instagram
Infografías e imágenes	Boxeo	0,654	15.708	1 publicación	Instagram
Infografías e imágenes	Copa Libertadores	7,676	184.247	7 publicaciones	Instagram
Infografías e imágenes	Fútbol español	0,16 5	3.967	1 publicación	Instagram
Infografías e imágenes	Fútbol ecuatoriano	0,100	2.417	1 publicación	Instagram
Infografías e imágenes	Fútbol europeo	10,357	248.576	12 publicaciones	Instagram
Infografías e imágenes	Fútbol internacional	6,791	163.006	7 publicaciones	Instagram
Infografías e imágenes	Liga de Argentina	11,694	280.675	14 publicaciones	Instagram
Infografías e imágenes	Mundial Sub 20	1,390	33.373	2 publicaciones	Instagram
Infografías e imágenes	Premier League	3,014	72.338	4 publicaciones	Instagram

Nota. Fuente: Autoría propia

A lo largo del análisis semanal realizado en Diario Olé encontramos solo una publicación de un deporte que no hace referencia al mundo futbolístico. Vemos como en el deporte el fútbol está por encima de diferentes disciplinas en los medios de comunicación. Esta publicación hace referencia al Boxeo donde habla sobre qué peleas te hacen ganar más dinero.

Este medio de comunicación en Instagram también utiliza videos cortos a continuación un análisis del mismo:

Tabla 16

El video una forma de comunicación deportiva por parte de Diario Olé

Contenido	Temática	Engagement	Interacciones	Total de Publicaciones	Red Social
Video	Boca vs River	4,448	106.773	2 publicaciones	Instagram
Video	Copa Libertadores	3,897	93.530	2 publicaciones	Instagram
Video	Fútbol ecuatoriano	0,073	1.767	1 publicación	Instagram
Video	Fútbol europeo	0,081	1.964	1 publicación	Instagram
Video	Fútbol internacional	1,040	24.969	7 publicaciones	Instagram
Video	Liga de Argentina	1,479	35.519	2 publicaciones	Instagram
Video	Mundial Sub 20	0,0365	876	1 publicación	Instagram

Nota. Fuente: Autoría propia

En sus historias han implementado trivias del fútbol y hacen preguntas sobre entrenadores, jugadores esto hace que el público también participe de paso puedan informarse y ganar concurso. También utilizan las historias para promocionar sus diferentes segmentos como podcast, entrevistas que presenta en otras plataformas.

Diario Olé no se quedó atrás y migró a TikTok, en la misma busca presentar videos cortos donde informan sobre historias de jugadores, datos de estadios, entrenadores y personas relacionadas al deporte, resultados de partidos a continuación un pequeño análisis.

Tabla 17

Análisis de los contenidos publicados en TikTok de Diario Olé

Contenido	Temática	Engagement	Interacciones	Total de Publicaciones	Red Social
Video	Boca vs River	17,524	350.661	11 publicaciones	TikTok
Video	Copa Libertadores	0,243	4.865	2 publicaciones	TikTok
Video	Messi	0,138	2.764	1 publicación	TikTok
Video	Premier League	0,009	183	1 publicación	TikTok
Video	Fútbol internacional	1,161	23.249	7 publicaciones	TikTok
Video	Liga Profesional de Argentina	1,345	26.917	3 publicaciones	TikTok

Nota. Fuente: Autoría propia

Es una manera diferente informar por esta red social, en este medio vemos como publican las reacciones de los hinchas a goles, festejos de las mascotas, sucesos virales de partidos, pero cabe recalcar que todos los videos son en formato vertical y son cortos, pero con información valiosa para el público.

TikTok el diario busca ser un poco más informal, ya que presenta videos cortos y de entretenimiento como la vida de jugadores, declaraciones polémicas, memes, invasiones a canchas, jugadas que cautivaron al público, reacciones positivas y negativas de las personas que influyen en el fútbol. Estos son los contenidos que presenta en TikTok este medio digital.

2.5 Puntos principales a tomar en cuenta luego del análisis de contenido

Después de analizar los diferentes medios de comunicación (Diario Olé, La Gambeta, D'rabona y StudioFutbol) se puede decir que los temas que más impactan en las redes sociales dependen del momento deportivo es decir un día el tema de Messi puede llamar la atención, mientras que en otro momento la Copa Libertadores llama la atención de los usuarios. En pocas palabras la información deportiva se basa en lo que sucede cada hora en el mundo del deporte, ya que puede llegar a variar.

Al momento de analizar dichos medios de comunicación se puede encontrar diferentes resultados como en la red social de TikTok el contenido que más cautiva a los usuarios son los vídeos cortos que no superen un minuto, son los que más interacciones han tenido en el período analizado.

Todos los medios deportivos analizados utilizan la infografía como información multimedia, es decir la acompañan de imágenes y texto. Los videos son poco utilizados, sobre todo, dichos medios buscan adaptarse a las nuevas plataformas y generar información deportiva en los mismos.

Tanto StudioFutbol, D'rabona, Diario Olé y La Gambeta utilizan los *hashtags* (#), para ampliar el alcance de tus publicaciones y conectarse con una audiencia más amplia que comparte intereses similares. Es importante no abusar de las etiquetas y utilizarlos de manera significativa y relevante para el contenido que estás compartiendo. También te ayuda a encontrar temas de interés de los usuarios que buscan un contenido en específico.

La Gambeta como Diario Olé medios de comunicación internacionales han implementado estrategias efectivas en redes sociales, adaptándose a las características y preferencias de sus audiencias. La adaptación, diversificación y exploración continua son clave para mantener y aumentar la participación de la audiencia en el cambiante mundo de los medios digitales, esto dos medios dan tienen más alcance en la red social de Instagram porque la misma fue creada para la publicación de imágenes.

D'rabona presenta un análisis detallado y un diseño atractivo de comunicar sus noticias sobre todo sus temáticas son muy llamativas. Como medio de comunicación deportivo cuentan historias, análisis deportivos, crónicas sobre el fútbol. Su red social de TikTok presenta una falta de contenidos noticiosos y podría ser una oportunidad perdida para llegar a una audiencia más amplia, especialmente considerando la popularidad de esta plataforma entre los jóvenes.

StudioFutbol muestra una estrategia sólida al centrarse en temas relevantes, utilizar formatos visuales efectivos y adaptarse a las tendencias de consumo de contenido. La exploración

continúa de nuevas oportunidades, especialmente en el ámbito de videos en Facebook, puede contribuir aún más al crecimiento y la retención de la audiencia.

En el análisis de medios de comunicación deportiva, se destaca la importancia de la adaptabilidad, la creatividad y la comprensión de las tendencias actuales en las redes sociales. Los medios exitosos no solo siguen de cerca los eventos deportivos, sino que también interpretan de manera efectiva los intereses cambiantes de su audiencia. La preferencia por el contenido visual, especialmente a través de infografías y videos cortos, subraya la necesidad de presentar información de manera atractiva y accesible. Además, el uso estratégico de hashtags para ampliar el alcance demuestra ser una práctica valiosa para conectar con audiencias específicas.

Capítulo III

1. UN PLAN INTEGRAL PARA POTENCIAR LA COMUNICACIÓN DE UN MEDIO DEPORTIVO EN REDES SOCIALES.

Este plan de comunicación brinda un enfoque y estructura para aprovechar al máximo un medio deportivo en redes sociales. Esto nos ayuda a establecer metas claras para dirigir tus esfuerzos de manera más efectiva y lograr que el medio de comunicación que tiene como nombre "RutaSports", para que así crezca y sea el favorito de los usuarios. También se podrá conocer de mejor manera a la audiencia y las estrategias para llegar a ellos y motivarlos con la información deportiva presentada.

1.1 Nombre:

"RutaSports" sugiere un enfoque dinámico y activo hacia el mundo del deporte. "Ruta" puede asociarse con caminos, trayectorias o rutas, lo que implica movimiento y dirección. Al unirlo con "Sports", se crea la imagen de un viaje apasionante a través del vasto panorama deportivo. Este nombre podría simbolizar la idea de que el medio de comunicación está comprometido en llevar a su audiencia a través de un recorrido emocionante, explorando diversas disciplinas, historias y eventos deportivos.

1.2 Objetivos:

- Incrementar el número de seguidores y *engagement* en las plataformas, para lograr dicho objetivo se deberá presentar información que cautive a los usuarios.
- Ofrecer contenido deportivo de calidad para mantener a los usuarios interesados y motivados a interactuar, es decir se realizará publicaciones deportivas con información clara y concisa utilizando los diferentes contenidos multimedia (Texto, imagen y audio)

1.3 Misión de RutaSports:

En RutaSports nos dedicamos a ser la fuente de información deportiva más confiable y apasionante en las redes sociales. Nuestra misión es ofrecer a los aficionados a los deportes una experiencia única, brindándoles noticias, análisis y contenido exclusivo que inspire su pasión por el deporte. Nos esforzamos por ser un referente en la cobertura deportiva, manteniendo altos estándares de integridad, imparcialidad y profesionalismo en todo momento.

1.4 Visión de RutaSports:

En RutaSports, aspiramos a convertirnos en el principal destino en las redes sociales para los amantes del deporte, ofreciendo una plataforma integral que va más allá de las noticias convencionales. Nos visualizamos como un espacio donde la comunidad deportiva encuentra inspiración, conocimiento y entretenimiento. Buscamos innovar constantemente en la forma en que presentamos el contenido deportivo, aprovechando las últimas tecnologías y tendencias para ofrecer experiencias únicas.

1.5 Audiencia a la que va dirigido el medio de comunicación deportivo

La audiencia a la que se va a llegar como medio de comunicación es a las personas que les gusta el deporte estas pueden ser niños, jóvenes y personas adultas, por lo cual se debe adaptar la información a las plataformas de Instagram, TikTok y Facebook, ya que cada una de ellas tiene su audiencia preferida. La ubicación de este medio será local, nacional e internacional por la gran expansión que tienen las redes sociales.

1.6 La relevancia de transmitir la información de manera efectiva

Son elementos claves dentro de un plan de comunicación que se transmiten a través de diferentes canales para lograr los objetivos de comunicación de una organización, empresa o proyecto. Estos mensajes están diseñados para transmitir información específica y estratégica a la audiencia objetiva. El objetivo es compartir noticias deportivas actuales y relevantes en el ámbito local, nacional e internacional. En estos contenidos se presentarán en historias de jugadores, deportistas, eventos deportivos, datos deportivos de jugadas, amonestaciones, goles, palabra de entrenadores y directivos de un club.

Se realizará entrevistas para así poder hablar de eventos deportivos, hechos que engloban en el deporte, historias detrás de un deportista entre otros temas donde se podrá conocer diferentes temas que van relacionados con el deporte.

1.7 Canales en donde se compartirá la información deportiva

Para publicar información noticiosa deportiva se necesita diferentes canales, los cuales deberán adaptarse a los diferentes contenidos multimedia y el consumo de cada uno de sus diferentes usuarios:

Facebook: publicaciones diarias de noticias deportivas que están distribuidas de la siguiente manera:

- **Videos:** Serán presentados de distintas maneras donde se dé a conocer noticias relevantes como entrevistas, notas curiosas sobre los diferentes deportes y jugadores y sobre todo información que tome relevancia alrededor del día y de la semana.
- **Imágenes e infografías:** Se basarán en presentar datos de jugadores, partidos y resultados de los diferentes deportes, también se dará a conocer declaraciones de dirigentes, jugadores, y directores técnicos.
- **Transmisiones en vivo de eventos importantes:** Se realizará la cobertura de diferentes eventos y noticias deportivas como rueda de prensa de deportistas, directivos y directores técnicos, esta información se llevará a cabo en directo desde el lugar de los hechos, también se busca transmitir partidos de fútbol.

Instagram:

- **Historias:** se busca publicar historias de contenidos, historias con contenido detrás de cámaras y resúmenes de eventos, encuestas deportivas
- **Imágenes e infografías:** También se generarán infografías con información relevante de entrevistas, jugadores, datos de partidos, *reels* con *highlights* y jugadas destacadas.
- **Videos:** se realizará videos cortos (*reels*), sobre entrevistas o declaraciones polémicas de jugadores, directivos y directores técnicos, jugadas destacadas del partido y resumen de los resultados. También se producirán videos con las noticias más importantes del día.

TikTok:

- **Videos:** Se realizará publicaciones diarias de videos de corta duración con retos, recopilación de jugadas y curiosidades deportivas y noticias del que suceden en el mundo del deporte, reacciones de partidos y jugadas polémicas.

1.8 Calendario:

Las publicaciones se realizarán de lunes a viernes en las plataformas de Facebook, Instagram y TikTok en diferentes horarios:

- Mañanas de 9 am - 11 am donde las personas a menudo revisan las redes sociales al comenzar su día, para enterarse de las novedades deportivas.
- Mediodía de 1 pm a 3pm, muchas personas consultan sus redes sociales durante la hora del almuerzo.
- Noches de 7 pm a 9 am, después del trabajo y la cena, la actividad en redes sociales puede aumentar, no es recomendable publicar muy noche porque se pierde audiencia.

- Publicaciones en vivo en Facebook durante eventos deportivos importantes, esto ayudará a los usuarios que estén informados sobre el mundo del deporte.
- Las publicaciones deportivas no tienen un horario específico para la publicación debido a que dependen mucho de los hechos que suceden dentro del ámbito deportivo.

3.9 Presupuesto:

Se deberá invertir en publicidad en redes sociales para aumentar el alcance y la interacción. También se buscará implementar herramientas de análisis de datos para así generar contenidos que llamen la atención del usuario.

Inversión en herramientas de monitoreo y análisis para medir la efectividad de la estrategia de comunicación.

3.10 Evaluación y seguimiento:

- Análisis de métricas de interacción y seguidores en las plataformas, mediante aplicaciones, y datos que nos brindan Facebook, Instagram y TikTok.
- Evaluación de la efectividad de la inversión publicitaria en redes sociales, se podría comparar los datos obtenidos antes y después de la campaña para saber si fue efectiva o no.

3.11 Análisis Foda

Fortalezas:

- **Contenido diverso y atractivo:** RutaSports ofrece contenido deportivo variado y atractivo en sus plataformas de Facebook, Instagram y TikTok la información presentada para los usuarios será: noticias, resúmenes de partidos y entrevistas, historias de jugadores, análisis de datos y encuestas.
- **Presencia en múltiples plataformas:** La presencia en Facebook, Instagram y TikTok permite llegar a una audiencia más amplia y diversificada, es decir Facebook tiene una audiencia específica, mientras que las otras plataformas buscan llamar la atención a un público objetivo que son los jóvenes.
- **Alianzas con deportistas, equipos de fútbol y otros medios de comunicación:** Esto ayuda a que la credibilidad de medio de comunicación crezca y vuelve atractivo al contenido deportivo de RutaSports. Hacer alianzas con diferentes medios de comunicación te puede ayudar a crear otro tipo de información que le agrade al público amante del deporte.

Oportunidades:

- **Tendencias en Redes Sociales:** La rápida adaptación a las tendencias en redes sociales, como desafíos, encuestas, trivias, contenido deportivo que agrade y que quiera conocer el usuario puede aumentar la visibilidad y la participación.
- **Expansión de contenido en TikTok:** Dada la popularidad creciente de TikTok, RutaSports puede aprovechar esta plataforma para llegar a una audiencia más joven y activa, donde se podrá crear videos cortos que llamen la atención y no cansen a los usuarios de esta red social.
- **Eventos deportivos en tiempo real:** Transmitir eventos deportivos en vivo como: partidos de fútbol, deportes en diferentes disciplinas y torneos amateurs. También se puede proporcionar cobertura en tiempo real de presentación de torneos a nivel de Cuenca y Azuay en sus diferentes deportes, esto ayuda a generar interacción y atracción de nuevos seguidores.

Debilidades:

- **Dependencia de plataformas externas:** RutaSports depende en gran medida de las políticas y algoritmos de las plataformas de redes sociales, lo que puede afectar la visibilidad del contenido, esto quiere decir que siempre se dependerá del almacenamiento de la red social, el cual en algún momento se puede llegar a perder todo el contenido y presentar nuevas políticas para sus usuarios.
- **Limitaciones de recursos:** La falta de recursos, personal para la realización de las noticias y presupuesto para implementar equipos y plataformas digitales que faciliten y mejoren la cobertura deportiva esto limita la capacidad de producción y promoción de contenido.
- **Competencia en el espacio deportivo:** La competencia siempre está presente, sobre todo con otros medios deportivos en redes sociales que ya están consolidados y esto llega a dificultar la captación de audiencia.

Amenazas:

- **Cambios frecuentes de Redes Sociales:** Alteraciones en los algoritmos de Facebook, Instagram o TikTok pueden afectar la visibilidad del contenido de RutaSports, ya que cada uno de estos medios se van adaptando a las nuevas tendencias y tecnologías.
- **Crisis de reputación:** Cualquier controversia o malentendido puede afectar negativamente la reputación de RutaSports en las redes sociales, sobre todo

el manejo de la información se debe llevar de la mejor manera posible y consultar con fuentes directas y confiables.

- **Competencia intensa:** La competencia con otros medios deportivos en redes sociales hace que el medio de comunicación RutaSports Llegue a perder de seguidores y la disminuya del alcance informativo. Por lo cual se debe trabajar arduamente para poder ser el centro de atención de los consumidores de deportes.

3.12 Financiamiento:

- **Publicidad y patrocinio:** La publicidad y los patrocinios son esenciales para los medios deportivos. Colaborar con marcas deportivas o comerciales te ayuda a que tengas un mejor ingreso económico para cubrir ingresos y egresos del medio de comunicación.
- **Suscripciones y contenido *premium*:** Es importante hacer que los usuarios formen parte y colaboren con RutaSports para esto se ofrece contenido *premium* a través de suscripciones mensuales o anuales puede generar ingresos recurrentes y mejorar la sostenibilidad financiera. También se les puede ofrecer un espacio para que interactúen y den sus puntos de vista sobre los deportes.
- **Colaboraciones con marcas deportivas:** Colaborar con marcas deportivas, otros medios deportivos para la creación de contenido deportivo ayudan a que se pueda generar ingresos y fortalecer asociaciones a largo plazo.

3.13 Público objetivo:

Definir un público objetivo es crucial para el éxito de un medio deportivo digital como RutaSports en plataformas como Facebook, Instagram y TikTok. Esta es una propuesta de público objetivo basada en la naturaleza de un medio deportivo:

- Facebook e Instagram: Jóvenes y adultos de 18 a 65 años, interesados en noticias deportivas sobre sus equipos favoritos y de los diferentes deportes.
- TikTok: Jóvenes de 16 a 24 años, ávidos consumidores de contenido rápido y dinámico.
- Personas interesadas en deportes populares como fútbol, baloncesto, tenis, atletismo, etc.
- Enfocarse en tendencias deportivas, desafíos y contenido divertido relacionado con deportes, para llegar al público joven que consume dicha red social.

3.14 Competencia de diferentes medios deportivos digitales

Es importante tener en cuenta el tema de la competencia de medios de comunicación nacionales e internacionales que puede llegar a tener RutaSports de competencia en la red social de Facebook, Instagram y TikTok para así ajustar las estrategias a continuación te presentamos las diferentes competencias que tendrá este medio deportivo:

Tabla 18

Competencia Facebook

Cuenta	Seguidores
StudioFutbol	274.000
Diario Olé	6.000.000
Segmento Fútbol	212.000
La Gambeta	5.600.000
Marca90ec	136.000.000

Nota. Fuente: Autoría propia

Tabla 19

Competencia en Instagram

Cuenta	Seguidores
@studiofutbolweb	75.500
@diario.ole	2.900.000
@segmentofutbolecc	83.500
@lagambetasports	1.000.000
@marca90ec	94.200.000

Nota. Fuente: Autoría propia

Tabla 20

Competencia en TikTok

Cuenta	Seguidores
@studiofutbol	108.800.000
@diario.ole	2.400.000
@segmentofutbolecc	25.700
@lagambetasports	5.200.000

@marca_90	30.000
-----------	--------

Nota. Fuente: Autoría propia

3.15 Matriz de mando del plan

Es importante para saber porque permite al medio deportivo digital evaluar su rendimiento desde diversas perspectivas, asegurando que se aborden tanto los aspectos financieros como los relacionados con la satisfacción del usuario, la eficiencia operativa y el desarrollo interno.

Tabla 21

Matriz de mando de plan Facebook

Objetivo	Audiencia	Estrategia	Tácticas	Indicador	Medios	Proveedor	Frecuencia de publicaciones
Aumentar la visibilidad y participación del usuario	Niños, jóvenes y adultos amantes del deporte	Desarrollo de contenido interactivo	Infografías, videos en vivo, trivias y encuestas.	Aumento del 20% de visitas mensuales	Imágenes, videos y encuestas	Equipo de diseño	Publicaciones diarias

Nota. Fuente: Autoría propia

Tabla 22

Matriz de mando de plan Instagram

Objetivo	Audiencia	Estrategia	Tácticas	Indicador	Medios	Proveedor	Frecuencia de publicaciones
Adaptar el contenido para dicha red social y el usuario.	Seguidores de equipos y amantes de los deportes.	Crear contenidos estéticos y coherentes para la audiencia.	Utilizar historias, hashtags e infografías	Aumento del 15% de seguidores mensuales.	Imágenes, infografías, historias y videos cortos.	Diseñador gráfico, fotógrafo y editor.	Diarias

Nota. Fuente: Autoría propia

Tabla 23

Matriz de mando de plan TikTok

Objetivo	Audiencia	Estrategia	Tácticas	Indicador	Medios	Proveedor	Frecuencia de publicaciones
Generar contenido acorde al mundo del deporte y al público objetivo	Jóvenes interesados en la información deportiva	Realizar videos cortos acordes a las noticias que presente el mundo del deporte	Crear contenido corto del mundo deportivo que llame la atención del usuario	Alcanzar 1 millón de visitas mensuales	Videos cortos, con la utilización de voz en off y música	Editor y diseñador grafico	Publicaciones diarias

Nota. Fuente: Autoría propia

Conclusiones

Durante la ejecución de este proyecto de titulación se ha dirigido cada actividad de manera correcta con los objetivos establecidos. El objetivo general ha consistido en la creación de un medio deportivo digital para Facebook, Instagram y TikTok. Los objetivos específicos incluyen la revisión teórica, análisis de cuatro medios de comunicación, que son los siguientes: D'rabona, StudioFutbol, La Gambeta y Diario Olé, para poder conocer el manejo de la información deportiva y los contenidos que más causaron impacto en las redes sociales. Luego se procede a la elaboración de un plan de comunicación para la creación del medio de comunicación que tiene como nombre RutaSports.

Luego de llevar a cabo cada una de las actividades planificadas para cumplir con los objetivos de este trabajo, se puede afirmar que:

- Se pudo evidenciar que el periodismo deportivo en redes sociales es la nueva forma de comunicar a las personas que utilizan las diferentes plataformas digitales y redes sociales, es decir si se informa de manera clara y concisa se puede llegar a diferentes usuarios y la credibilidad y transparencia del medio de comunicación crezca.
- Al revisar la parte teórica se observó que el periodismo deportivo a lo largo del tiempo ha ido evolucionando, es decir la comunicación comenzó mediante la prensa escrita, luego por radio y televisión. Gracias a la llegada de las nuevas plataformas digitales, la información deportiva se lleva de diferentes maneras, hoy en día se puede transmitir directos, publicar imágenes, videos en las diferentes redes sociales como: Facebook, Instagram y TikTok.
- Se analizó cuatro medios de comunicación que son los siguientes: D'rabona, StudioFutbol, La Gambeta y Diario Olé, se utilizó el análisis de *engagement* que nos ayuda a ver la interacción de las publicaciones de dichos medios de comunicación en Facebook, Instagram y TikTok, donde se observó el alcance de las diferentes temáticas deportivas que sucede a diario en el mundo del deporte.
- El objetivo principal del análisis de contenido se centró en observar los contenidos que causan más impacto en las redes sociales, para luego así implementar herramientas de comunicación lleguen a ser más efectivas tanto a la hora de comunicar mediante las redes sociales. Entre los contenidos que generan más interacción están las infografías y los videos cortos.
- Con el plan de comunicación se busca tener una guía para poder así crear un medio de comunicación deportivo, ya que nos permitirá guiarnos y tener los objetivos claros y los contenidos a publicar después conocer la información que más impacta a los usuarios mediante un análisis de contenido.

- Con todo lo anterior podemos decir que las redes sociales en la actualidad han tomado un papel importante para las personas, así como para los medios de comunicación y esto ayuda a que tanto periodista como personas en general tenga que irse adaptando a la llegada de nuevas plataformas digitales donde se puede consumir la información de manera instantánea.

Recomendaciones

- Realizar un análisis detallado y comparativo de los medios deportivos D'rabona, StudioFutbol, La Gambeta y Diario Olé ayuda a examinar no sólo el tipo de contenido que publican, sino también la frecuencia, la interacción con los usuarios y las estrategias de compromiso. Para luego considerar que un medio de comunicación en la actualidad debe publicar contenido en la diversidad de plataformas, ya que cada una se adapta a las audiencias específicas.
- Potenciar el uso de todas las plataformas digitales, redes sociales y las diferentes tecnologías para integrar efectivamente el contenido multimedia, como imágenes y videos, y así crear estrategias creativas y atractivas para aprovechar las características específicas de cada una de las redes sociales.
- Desarrollar un plan de comunicación detallado que incluya estrategias específicas para cada plataforma (Facebook, Instagram y TikTok), para la creación de un medio deportivo digital define claramente los objetivos del medio de comunicación deportivo y cómo se medirán los resultados, su financiamiento y las diferentes ventajas y desventajas.

Referencias

- Álvarez Coronel, J. P., & Zhañay Quito, J. F. (2020). *Análisis de la práctica profesional del periodismo deportivo en medios de Cuenca* [Tesis de pregrado, Universidad de Cuenca]. Repositorio Institucional Universidad de Cuenca. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/33651>
- Balarezo, M., & Llivichuzca, D. (2015). *Las redes sociales como nueva opción de promoción de las microempresas en la ciudad de Cuenca* [Tesis de pregrado, Universidad de Cuenca]. [dspace.ucuenca. http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/23958/1/REDES%20SOCIALES.pdf](http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/23958/1/REDES%20SOCIALES.pdf)
- Ballesteros, C. (2018). El índice de engagement en redes sociales, una medición emergente en la Comunicación académica y organizacional. *22(102)*, 3, 96-124. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/34069>
- Bejarano, Z. L., Limones, V. S., & Mosquera, F. M. (2020). Redes Sociales y Periodismo Ciudadano: Investigación Documental. *Journal of Science and Research*, 5(1), 149–164. <https://revistas.utb.edu.ec/index.php/sr/article/view/761>
- Beveridge, C., & Lauron, S. (2023). *160+ estadísticas de redes sociales para tener éxito en 2023*. Hootsuite Blog. <https://blog.hootsuite.com/es/125-estadisticas-de-redes-sociales/>
- Borrero, J. (2023). *Periodismo deportivo en la formación académica de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica De Babahoyo en el año 2020* [Tesis de pregrado, Universidad Técnica De Babahoyo]. [dspace.utb. http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/14458/E-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000740.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/14458/E-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000740.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Calle, G. (2022). *Uso de Instagram como plataforma para la difusión de contenido periodístico: Caso EIBúho.pe y Diario EP. Arequipa - 2022*. Repositorio UNSA. <https://repositorio.unsa.edu.pe/items/8e8fb92d-b917-47ad-9898-253dc424abeb>
- Camacho, A. M. (2021). *Plataforma de Tik Tok como herramienta publicitaria en Medios De Comunicación del Ecuador 2020*. Universidad Técnica De Babahoyo. <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/9816/E-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000385.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cándale, C. V. (2017). Las características de las redes sociales y las posibilidades de expresión abiertas por ellas. La comunicación de los jóvenes españoles en Facebook, Twitter e Instagram. *Dialnet*, 8, 20.

- <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6319192>
- Caramutti, G. (2020). *La Importancia de Instagram como medio de comunicación*. Repositorio de Tesis USAT. https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/3707/1/TIB_CaramuttiFriasGianella.pdf
- Cedeño, F. (2021). *Análisis del Periodismo Deportivo Digital en la Transmisión de Contenidos en el Medio Social YouTube, año 2021*. [Tesis pregrado, Universidad Técnica de Babahoyo Extensión Quevedo]. dspace, UTB. <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/11000/E-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000535.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Content, R. R. (2019). Qué es un plan de comunicación y cómo elaborar uno efectivo para tu proyecto. <https://rockcontent.com/es/blog/estrategias-de-comunicacion/>
- Costa, D. (2016). *Exploración de las causas por la escasa profundidad e investigación en el Periodismo Deportivo de Ecuador* [Tesis de pregrado, Universidad San Francisco de Quito-USFQ]. repositorio usfq. <https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/6086/1/128824.pdf>
- Cuji, F. P. (2023). *Análisis de la producción de noticias de los medios de comunicación cuencanos en la red social Tik Tok*. Repositorio Universidad Católica de Cuenca. <https://dspace.ucacue.edu.ec/bitstream/ucacue/13939/1/13BT-2023-CICS-2.%20TESIS%20FRANKLIN%20CUJI.pdf>
- De Vita, R. (2018). *El periodismo deportivo en la era digital: Caso del Sitio Oficial de la Copa Argentina* [Tesis de Pregrado, Universidad Abierta Interamericana]. UAI. <https://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC125959.pdf>
- Doctrina Qualitas. (2022, April 27). *Periodismo Deportivo: Historia*. Estudiar Periodismo Online. Retrieved June 11, 2023, from <https://estudiarperiodismoonline.com/periodismo-deportivo/#ftoc-heading-8>
- Gonzales, L. (2010). *Análisis sobre el uso de Instagram como herramienta publicitaria en el mercado venezolano* [Tesis de pregrado, Universidad Católica Andrés Bello]. UCAB. <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/Febrero%202018/AAT3420.pdf>
- Galeano, S. (2023). *Cuáles son las redes sociales con más usuarios del mundo (2023)*. Marketing 4 Ecommerce. <https://marketing4ecommerce.net/cuales-redes-sociales-con-mas-usuarios-mundo-ranking/>

- Gianelly, M. R. (2019). *Uso de Instagram como herramienta periodística en el Diario Perú 21* – 2019. repositorio bausate. <https://repositorio.bausate.edu.pe/handle/20.500.14229/215>
- Hütt Herrera, H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. *Reflexiones*, 91(2), 121-128. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/reflexiones/article/view/1513>
- Iglesias, F. & Romero J. (2020). *Uso de la red social Facebook por parte de los periodistas deportivos, Trujillo 2020*. [Tesis de pregrado, Universidad Privada Antenor Orrego - UPAO]. ALICIA. <https://repositorio.upao.edu.pe/handle/20.500.12759/7142>
- Jima, C. (2013). *Utilización de las redes sociales en el contexto del periodismo deportivo radial* [Tesis de pregrado, Universidad de Cuenca]. Repositorio Institucional Universidad de Cuenca. <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/4207/1/Tesis.pdf>
- León, G. (2021). *Psicología del color aplicada al Marketing Digital*. <https://www.mailclick.com.mx/psicologia-del-color-aplicada-al-marketing-digital/>
- López, López, A. M. (2021). Primeros apuntes de la historia del periodismo deportivo en Argentina. *DOCPLAYER*. <https://docplayer.es/21197648-Primeros-apuntes-de-la-historia-del-periodismo-deportivo-en-argentina.html>
- Maldonado, J. S. (2016). *Proyecto de producción y realización del programa deportivo radial: "Deporte Expreso"* [Tesis de pregrado, universidad de Cuenca]. Repositorio Institucional Universidad de Cuenca. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/27042/1/Trabajo%20de%20Titulaci%C3%B3n.pdf>
- Martín, V. (2012). *Cómo conseguir engagement con tus seguidores* [mensaje en un blog]. victormartín. <https://victormartinp.com/como-conseguir-engagement-con-tus-seguidores/>
- Martins, J. (2022). *Qué es un plan de comunicación y cómo elaborar uno efectivo para tu proyecto*. <https://asana.com/es/resources/communication-plan>
- Moscoso González, C. F., & Calle González, M. F. (2021). *Plan estratégico de comunicación digital para incrementar el interés y posicionamiento del canal digital Cronos Tv de la ciudad de Azogues* [Tesis de postgrado, Universidad Politécnica Salesiana-UPS]. Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana. <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/21187>
- Muñoz, V. (2020). *Redes sociales: evolución e influencia en la sociedad española* [Tesis de pregrado, Universidad de Sevilla]. idUS. <https://idus.us.es/handle/11441/10574>

- Quiroz, R. (2014). Las redes sociales como herramientas del periodismo digital. *revista cultura*, 28, 279-303. https://www.revistacultura.com.pe/revistas/RCU_28_1_las-redes-sociales-como-herramientas-del-periodismo-digital.pdf
- Quiroz, L. E. (2023). *Análisis comparativo sobre el tratamiento del periodismo deportivo en cuatro países: Argentina, Brasil, México y Perú* [Trabajo de investigación previo al grado de bachiller, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. Repositorio de Tesis USAT. https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/5739/1/TIB_QuirozPortalLuis.pdf
- Ramírez, E. (2023). Análisis de la Identidad Visual Corporativa de los Medios Periodísticos Digitales de Manabí. <http://repositorio.sangregorio.edu.ec/bitstream/123456789/3320/1/MA-COMDIG-2023-018.pdf>
- Ramos, H. (2023). *La red social Facebook y su influencia en el periodismo comunicativo en la parroquia San José de Ancon de la provincia de Santa Elena* [Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil]. Repositorio Institucional Universidad de Guayaquil. <https://repositorio.ug.edu.ec/server/api/core/bitstreams/43ef37b6-c915-4e9d-aa99-4f08896914f3/content>
- Rojas Torrijos, J. L. (2014). Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro. *Dialnet*, 4, 177-190. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6068722>
- Rosero, O. (2020). *Comunicación digital y cobertura periodística en redes sociales del Club Deportivo Macará*. [Tesis de pregrado, Univerisdad Técnica de Ambato]. Repositorio Universidad Técnica de Ambato. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/31284/1/BJCS-CS-596.pdf>
- Saona, V. (2022). *El rol del periodismo deportivo en el Mundial de Qatar 2022* [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Babayo]. dspace.utb. <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/12487/E-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000718.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Toukoumidis, Á. T., De Santis, A., & Rojas Torrijos, J. L. (2023). *Periodismo deportivo en Iberoamérica*. idUS. <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/148287/Periodismo%20deportivo%20en%20Iberoam%c3%a9rica.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Terrádez Álvarez, N. (2020). *Tik Tok: Una Exploración Sobre La Difusión Estereotipos Sociales* [Tesis de pregrado, Universidad de Valladolid - UVa]. UVadoc. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/42968>
- Torres Lozano, N. (2010). *Periodismo deportivo qué ha pasado en las dos últimas décadas*

- [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Javeriana]. Bibliotecas Javeriana.
<https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/5430>
- Silva, D. (2022). *Canales digitales: La nueva apuesta del periodismo deportivo* [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio Universidad Técnica de Ambato. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/34616/1/BJCS-CS-643.pdf>
- Solórzano, A. (2014). Efecto del color en la publicidad para estimular las ventas. http://repositorio.uees.edu.ec/bitstream/123456789/341/1/paper%20%20ALEXANDR A_SOLORZANO_RIZZO.pdf
- UPN. (2021). *¿Qué es el periodismo deportivo?* Blogs UPN. <https://blogs.upn.edu.pe/comunicaciones/2021/10/25/que-es-el-periodismo-deportivo/>
- Zea Maridueña, A. G. (2019). El Rol de la red social Instagram como herramienta publicitaria para tiendas de ropa masculina en la ciudad de guayaquil. *Dialnet*, (12). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=851206>

Anexos

Anexo A: Logo de Ruta Sports



Anexo B: Gráfico sobre goleadores de LigaPro



Anexo C: Gráfico sobre asendidos futbol femenino



Anexo D: Gráfico sobre la de LigaPro



Anexo E: Gráfico sobre declaraciones de Joe Armas



Anexo F: Gráfico sobre Copa America 2024



Anexo G: Análisis StudioFutbol Facebook

StudioFutbol Facebook																	
Link	Fecha	Formato de contenido	Temática	Etiquetas Si/No	Me gustan	Me encanta	Me divierte	Me asombra	Me entristece	Me importa	Me enoja	Comentarios	Compartir	Total	Engagement	Medio	Número de seguidores
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10167959271545232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	17/4/23	Imagen	LigaPro Bet593	No utiliza	6	1	2	0	0	0	0	0	0	10	0,01	Studio Futbol	149.000
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10167959040345232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	17/4/23	Imagen	LigaPro Bet593	No utiliza	229	8	19	0	1	0	3	11	9	343	0,23		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10167960502320232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	17/4/23	Imagen	Selección ecuatoriana de fútbol	No utiliza	411	97	2	0	0	2	0	14	7	623	0,42		

https://www.facebook.com/photo/?fbid=10167958706925232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	17/4/23	Infografía	Futbol internacional	Si utiliza	1.000	69	1	0	1	2	0	12	235	1.966	1,32			
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10167958973455232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	17/4/23	Infografía	LigaPro Bet593	No utiliza	182	10	10	8	1	10	0	3	42	5	527	0,35		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10167958404040232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	17/4/23	Infografía	LigaPro Bet593	No utiliza	914	60	16	0	1	1	0	3	194	30	2.072	1,39		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10167958249455232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	17/4/23	Infografía	LigaPro Bet593	No utiliza	24	1	10	0	0	0	0	0	5	0	57	0,04		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10167958249450232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	17/4/23	Infografía	LigaPro Bet593	No utiliza	57	0	48	0	0	0	2	34	3	264	0,18			
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10167958191610232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	17/4/23	Infografía	LigaPro Bet593	No utiliza	192	1	39	0	0	0	2	61	4	501	0,34			

https://www.facebook.com/photo/?fbid=10167957864990232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	17/4/23	Infografía	Selección ecuatoriana de fútbol	Si utiliza	349	47	1	1	0	0	0	10	42	600	0,40
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10167973387105232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	21/4/23	Imagen	LigaPro Bet593	Si utiliza	38	1	1	0	0	0	0	1	1	48	0,03
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10167973378420232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	21/4/23	Imagen	LigaPro Bet593	Si utiliza	548	47	13	0	0	0	2	73	15	972	0,65
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10167972949210232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	21/4/23	Infografía	Fútbol europeo	No utiliza	1.600	349	41	5	7	7	3	81	67	2.691	1,81
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10167974204840232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	21/4/23	Infografía	LigaPro Bet593	No utiliza	407	2	14	3	54	0	2	36	3	648	0,43
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10167973586230232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	21/4/23	Infografía	LigaPro Bet593	No utiliza	272	0	63	2	2	0	3	38	4	523	0,35

https://www.facebook.com/photo/?fbid=10167973095985232&set=pb.100064605287409.-2207520000	21/4/23	Infografía	LigaPro Bet593	No utiliza	4.400	338	69	8	21	6	26	82	881	173	9.998	6,71
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10167972935480232&set=pb.100064605287409.-2207520000	21/4/23	Infografía	LigaPro Bet593	No utiliza	127	10	0	0			0	0	1	9	176	0,12
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10167973036600232&set=pb.100064605287409.-2207520000	21/4/23	Infografía	Selección ecuatoriana de fútbol	Si utiliza	176	26	0	0		0	0	0	12	15	310	0,21
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10167972781585232&set=pb.100064605287409.-2207520000	21/4/23	Infografía	Selección ecuatoriana de fútbol	No utiliza	480	724	0	0		0	2	0	90	58	1.987	1,33
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10167972756240232&set=pb.100064605287409.-2207520000	21/4/23	Infografía	Selección ecuatoriana de fútbol	No utiliza	43	8	0	0		0	0	0	0	1	57	0,04
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10167986922975232&set=pb.100064605287409.-2207520000	25/4/23	Imagen	LigaPro Bet593	No utiliza	907	124	3	0		0	2	0	13	5	1.144	0,77

https://www.facebook.com/photo/?fbid=10167988374970232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	25/4/23	Infografía	LigaPro Bet593	No utiliza	36	1	1	1	0	0	0	0	0	40	0,03	
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10167988271315232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	25/4/23	Infografía	LigaPro Bet593	No utiliza	1.300	16	25	8	22	24	1	7	417	30	3.474	2,33
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10167987977290232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	25/4/23	Infografía	LigaPro Bet593	No utiliza	238	31	8	0	0	1	0	9	2	332	0,22	
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10167987698805232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	25/4/23	Infografía	LigaPro Bet593	No utiliza	220	31	8	0	0	1	0	9	2	314	0,21	
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10167987264025232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	25/4/23	Infografía	LigaPro Bet593	No utiliza	258	34	4	1	0	1	0	163	2	969	0,65	
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10167986861870232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	25/4/23	Infografía	LigaPro Bet593	No utiliza	159	0	13	3	2	12	0	27	85	17	772	0,52
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10167986576965232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	25/4/23	Infografía	LigaPro Bet593	No utiliza	27	1	0	0	0	0	0	0	1	32	0,02	

https://www.facebook.com/photo/?fbid=10167988446000232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	25/4/23	Infografía	Selección ecuatoriana de fútbol	No utiliza	1.300	163	14	3	1	0	1	113	94	2.317	1,55
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10167987491570232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	25/4/23	Infografía	Selección ecuatoriana de fútbol	No utiliza	1.900	174	209	3	0	5	1	206	44	3.368	2,26
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10168005216860232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	29/4/23	Imagen	Fútbol europeo	No utiliza	693	108	0	0	0	1	0	2	6	864	0,58
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10168001545050232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	29/4/23	Imagen	Fútbol europeo	Si utiliza	325	3	2	13	120	0	0	10	27	617	0,41
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10168001418460232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	29/4/23	Imagen	Fútbol europeo	No utiliza	655	82	1	0	0	0	0	3	2	782	0,52
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10168001246800232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	29/4/23	Imagen	Fútbol europeo	No utiliza	1.600	259	0	0	0	8	0	5	15	2.021	1,36

https://www.facebook.com/photo/?fbid=10168003153800232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	29/4/23	Imagen	Fútbol Internacional	No utiliza	856	96	6	0	0	1	0	21	4	1.088	0,73
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10168002657690232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	29/4/23	Imagen	LigaPro Bet593	No utiliza	111	9	13	0	0	1	0	4	3	166	0,11
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10168001593355232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	29/4/23	Infografía	Fútbol europeo	No utiliza	728	119	6	8	11	6	0	32	21	1.125	0,75
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10168006132545232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	29/4/23	Video corto	LigaPro Bet593	No utiliza	95	0	0	0	0	0	0	3	0	107	0,07
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10168003039855232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	29/4/23	Video corto	LigaPro Bet593	No utiliza	405	12	51	2	1	0	1	32	4	629	0,42

https://www.facebook.com/photo/?fbid=10168002908415232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	29/4/23	Video corto	Fútbol Internacional	No utiliza	346	52	11	0	0	1	0	60	6	689	0,46
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10168018662505232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	3/5/23	Imagen	Fútbol europeo	No utiliza	52	15	1	0	0	1	0	0	0	74	0,05
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10168018578315232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	3/5/23	Imagen	Fútbol Internacional	No utiliza	551	126	16 0	0	0	3	1	44	13	1.134	0,76
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10168017702570232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	3/5/23	Imagen	Fútbol Internacional	No utiliza	296	36	46	0	7	1	6	45	8	624	0,42
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10168017622715232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	3/5/23	Imagen	Fútbol Internacional	No utiliza	171	6	39	0	2	2	4	28	4	362	0,24

https://www.facebook.com/photo/?fbid=10168017410560232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	3/5/23	Infografía	Fútbol Internacional	No utiliza	29	5	12	0	0	0	0	4	2	73	0,05		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10168017269720232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	3/5/23	Infografía	Fútbol Internacional	No utiliza	17	2	5	0	0	0	0	0	1	29	0,02		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10168016958490232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	3/5/23	Infografía	Fútbol Internacional	No utiliza	43	7	0	0	0	0	0	0	0	52	0,03		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10168016931840232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	3/5/23	Infografía	Fútbol Internacional	No utiliza	270	47	40	2	2	0	1	30	10	541	0,36		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10168017085675232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	3/5/23	Infografía	Selección ecuatoriana de fútbol	Si utiliza	123	9	1	0	0	0	0	7	30	269	0,18		

https://www.facebook.com/photo/?fbid=10168016748740232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	3/5/23	Infografía	Selección ecuatoriana	No utiliza	1.100	172	3	2	0	1	0	21	37	1.545	1,04
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10168033469030232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	7/5/23	Imagen	Selección ecuatoriana de fútbol	No utiliza	7.900	2.100	47	11	1	86	2	202	103	12.004	8,06
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10168032868780232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	07/5/23	Imagen	Selección ecuatoriana de fútbol	No utiliza	472	7	14	5	5	0	109	48	17	915	0,61
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10168032496700232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	07/5/23	Imagen	Fútbol ecuatoriano	No utiliza	8.600	321	67	7	1	16	0	191	187	10.552	7,08
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10168033822720232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	07/5/23	Imagen	LigaPro Bet593	No utiliza	1.100	253	37	4	0	19	2	98	129	2.354	1,58
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10168033409575232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	07/5/23	Imagen	LigaPro Bet593	No utiliza	239	3	75	3	8	1	7	30	3	488	0,33

https://www.facebook.com/photo/?fbid=10168033469030232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	07/5/23	Imagen	Selección ecuatoria	No utiliza	7.900	2.100	47	11	1	86	2	202	103	12.004	8,06		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10168032868780232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	07/5/23	Imagen	Selección ecuatoria	No utiliza	472	7	14	5	5	0	109	48	17	915	0,61		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10168033640840232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	07/5/23	Infografía	Fútbol ecuatoria no	No utiliza	2	4	0	0	0	1	0	0	1	12	0,01		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10168033640835232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	07/5/23	Infografía	Fútbol ecuatoria no	No utiliza	2	2	0	0	0	1	0	0	1	10	0,01		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10168034059140232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	07/5/23	Infografía	LigaPro Bet593	No utiliza	254	4	0	0	0	0	0	0	12	301	0,20		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=1016803222570232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	11/5/23	Infografía	LigaPro Bet593	No utiliza	273	25	27	1	0	1	0	15	8	429	0,29		

https://www.facebook.com/photo/?fbid=10168052761525232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	11/5/23	Imagen	Selección ecuatoria	No utiliza	1.100	853	3	0	0	54	2	10	18	2.399	1,61			
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10168052985925232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	11/5/23	Imagen	Fútbol internacional	No utiliza	19	1	0	0	0	0	0	1	0	24	0,02			
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10168052985920232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	11/5/23	Imagen	Fútbol internacional	No utiliza	39	4	0	0	0	0	0	0	2	51	0,03			
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10168054567725232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	11/5/23	Imagen	LigaPro Bet593	No utiliza	465	15	27	5	3	6	3	68	165	17	1.645	1,10		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10168054214290232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	11/5/23	Imagen	LigaPro Bet593	No utiliza	194	4	0	1	0	1	0	4	2	225	0,15			
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10168053789985232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	11/5/23	Imagen	LigaPro Bet593	No utiliza	234	23	0	0	0	1	1	3	0	279	0,19			

https://www.facebook.com/photo/?fbid=10168053388200232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	11/5/23	Imagen	LigaPro Bet593	No utiliza	345	266	15	80	1	0	1	11	9	907	0,61		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10168052761525232&set=pb.100064605287409.-2207520000.x	11/5/23	Imagen	Selección ecuatoriana de fútbol	No utiliza	1.100	853	3	0	0	54	2	10	18	2.399	1,61		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10168054606190232&set=pb.100064605287409.-2207520000.	11/5/23	Infografía	LigaPro Bet593	Si utiliza	208	6	27	2	3	0	14	13	5	344	0,23		
													Total	2.743	1,84		

Anexo H: Análisis StudioFutbol Instagram

StudioFutbol Instagram										
Link	Fecha	Formato de contenido	Temáticas	Etiquetas Si/No	Me gustas	Comentarios	Total	Engagement	Medio de comunicación	Seguidores
https://www.instagram.com/p/CrJfFcNrLBS/	17/4/23	Imagen	Liga Pro Bet593	No utiliza	345	1	349	0,51	Studio Futbol	
https://www.instagram.com/p/CrJIDduviSW/	17/4/23	Imagen	Liga Pro Bet593	No utiliza	787	15	847	1,25		
https://www.instagram.com/p/CrJ67vtLLmx/	17/4/23	Imagen	Selección ecuatoriana de fútbol	No utiliza	136	0	136	0,20		
https://www.instagram.com/p/CrJNF61LCzz/	17/4/23	Infografía	Barcelona Sporting Club	No utiliza	687	17	755	1,1		

https://www.instagram.com/p/CrJdRJmjrjA5/	17/4/23	Infografía	Barcelona Sporting Club	Si utiliza	351	19	427	0,6		
https://www.instagram.com/p/CrJWUJDLY5q/	17/4/23	Infografía	Fútbol Internacional	Si utiliza	548	1	552	0,81		
https://www.instagram.com/p/CrJqv3QvpeZ/	17/4/23	Infografía	Liga Pro Bet593	Si utiliza	179	1	183	0,27		
https://www.instagram.com/p/CrJg7miN4rw/	17/4/23	Video	Barcelona Sporting Club	Si utiliza	220	0	220	0,32		
https://www.instagram.com/p/CrJiGoktKkP/	17/4/23	Video	Liga Pro Bet593	Si utiliza	770	23	862	1,27		
https://www.instagram.com/p/CrJiS0PN4LH/	17/4/23	Video	Liga Pro Bet593	Si utiliza	232	4	248	0,36		
https://www.instagram.com/p/CrVlshqLQQ1/?igshid=MzRIO	21/4/3	Imagen	Fútbol Europeo	No utiliza	366	1	370	0,5	Studio Futbol	68000

DBiNWFIZA==										
https://www.instagram.com/p/CrUkriGs29F/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	21/4/3	Imagen	Liga Pro Bet593	No utiliza	163	0	163	0,24		
https://www.instagram.com/p/CrWa3SWPwsC/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	21/4/3	Imagen	Liga Pro Bet593	No utiliza	471	17	539	0,79		
https://www.instagram.com/p/CrWGHAstlIQ/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	21/4/3	Imagen	selección ecuatoriana de fútbol	Si utiliza	5.842	61	6.086	8,95		
https://www.instagram.com/p/CrUV8-cMy_x/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	21/4/3	Imagen	selección ecuatoriana de fútbol	No utiliza	974	4	990	1,46		
https://www.instagram.com/reel/CrVzsnwAhZK/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	21/4/3	Video	Selección ecuatoriana de	No utiliza	1.350	27	1.458	2,14		

IODBiNWFIZA==			fútbol							
https://www.instagram.com/reel/CrWaAPVsj78/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	21/4/3	Video	Liga Pro Bet593	No utiliza	1.045	1	1.049	1,54		
https://www.instagram.com/reel/CrWbjvdOJ0I/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	21/4/3	Video	Liga Pro Bet593	No utiliza	216	0	216	0,32		
https://www.instagram.com/reel/CrV1Dlpvh7e/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	21/4/3	Video corto(reel)	Liga Pro Bet593	No utiliza	35	0	35	0,05		
https://www.instagram.com/p/Crd4UndLsDJ/?igshid=MzRIONDBiNWFIZA%3D%3D	25/4/23	Imagen	Liga Pro Bet593	No utiliza	254	1	258	0,38		
https://www.instagram.com/p/Cre0eblsXAK/?igshid=MzRIO	25/4/23	Infografía	Liga Pro Bet593	Si utiliza	118	0	118	0,17		

DBiNWFIZA==										
https://www.instagram.com/p/CrewpJjsXU4/?igshid=MzRIO DBiNWFIZA==	25/4/23	Infografía	Liga Pro Bet593	No utiliza	785	7	813	1,20		
https://www.instagram.com/p/CrejX2AMcYy/?igshid=MzRIO DBiNWFIZA==	25/4/23	Infografía	Liga Pro Bet593	No utiliza	81	0	81	0,12		
https://www.instagram.com/p/CreYxIPLHP-/?igshid=MzRIO DBiNWFIZA==	25/4/23	Infografía	Liga Pro Bet593	No utiliza	107	1	111	0,16		
https://www.instagram.com/p/CreHjSQvngh/?igshid=MzRIO DBiNWFIZA==	25/4/23	Infografía	Liga Pro Bet593	No utiliza	196	17	264	0,39		
https://www.instagram.com/reel/CreA01CLnR6/?igshid=MzR	25/4/23	Video	Liga Pro Bet593	Si utiliza	328	0	328	0,48		

 ODBiNWFIZA%3D%3D										
https://www.instagram.com/reel/Crd_17LL4Vp/?igshid=MzRIODBiNWFIZA%3D%3D	25/4/23	Video	Liga Pro Bet593	No utiliza	118	2	126	0,19		
https://www.instagram.com/reel/CreFyJdsAHy/?igshid=MzRIODBiNWFIZA%3D%3D	25/4/23	Video corto(reel)	Selección ecuatoriana de fútbol	Si utiliza	285	0	285	0,42		
https://www.instagram.com/p/Crn0gpnLXaH/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	29/4/23	Imagen	Fútbol europeo	No utiliza	777	1	781	1,1		
https://www.instagram.com/p/Crn-D3BrFG4/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	29/4/23	Imagen	Fútbol europeo	No utiliza	2.154	0	2.154	3,2		
https://www.instagram.com/p/	29/4/23	Imagen	Fútbol europeo	No utiliza	883	0	883	1,3		

CroFCx8LBS- /?igshid=MzRIODBiNWFIZA==										
https://www.instagram.com/p/CroKLjFLj_e/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	29/4/23	Imagen	Fútbol europeo	No utiliza	954	2	962	1,4		
https://www.instagram.com/p/Cro9tWMMDVs/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	29/4/23	Imagen	Fútbol Internacional	No utiliza	594	3	606	0,89		
https://www.instagram.com/p/Croz5ssrvju/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	29/4/23	Imagen	LigaPro Bet593	No utiliza	372	2	380	0,56		
https://www.instagram.com/p/CroMHiDrZZT/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	29/4/23	Infografía	Fútbol europeo	No utiliza	577	0	577	0,8		
https://www.instagram.com/reel/CrpOz-	29/4/23	Video	LigaPro Bet593	No utiliza	255	3	267	0,39		

ALkex/?igshid=MzRIODBiNW FIZA==										
https://www.instagram.com/p/ CryoQBKpe_U/?igshid=MzRI ODBiNWFIZA==	3/5/23	Imagen	Fútbol Internacional	No utiliza	156	2	164	0,24		
https://www.instagram.com/p/ Cryq_f3J1FC/?igshid=MzRIO DBiNWFIZA==	3/5/23	Imagen	Fútbol Internacional	No utiliza	107	1	111	0,16		
https://www.instagram.com/p/ CryND1fsGYP/?igshid=MzRIO DBiNWFIZA==	3/5/23	Infografía	Fútbol europeo	No utiliza	340	1	344	0,5		
https://www.instagram.com/p/ CryOST7MgUi/?igshid=MzRIO DBiNWFIZA==	3/5/23	Infografía	Fútbol Internacional	Si utiliza	53	0	53	0,08		
https://www.instagram.com/re el/CryU44SL9hd/?igshid=MzRI	3/5/23	Video	Fútbol europeo	No utiliza	348	7	376	0,6		

ODBiNWFIZA==										
https://www.instagram.com/reel/CryrtDsNxWM/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	3/5/23	Video	Fútbol Internacional	Si utiliza	2.892	10	2.932	4,31		
https://www.instagram.com/reel/CrygEITuRpK/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	3/5/23	Video	Fútbol Internacional	No utiliza	485	2	493	0,73		
https://www.instagram.com/reel/CryrtDsNxWM/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	3/5/23	Video	Fútbol Internacional	No utiliza	154	0	154	0,23		
https://www.instagram.com/reel/CrymoXhgk4k/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	3/5/23	Video	Fútbol Internacional	No utiliza	122	0	122	0,18		
https://www.instagram.com/p/Cr83wugLHZU/?igshid=MzRI	07/5/23	Imagen	Fútbol Internacional	No utiliza	1.380	6	1.404	2,06		

ODBiNWFIZA==										
https://www.instagram.com/p/Cr9YF1kriWx/?igshid=MzRIO DBiNWFIZA==	07/5/23	Imagen	LigaPro Bet593	No utiliza	0	0	0	0,00		
https://www.instagram.com/p/Cr9n8DdMXOO/?igshid=MzRI ODBiNWFIZA==	07/5/23	Imagen	LigaPro Bet593	No utiliza	963	4	979	1,44		
https://www.instagram.com/p/Cr9aUgNMgRd/?igshid=MzRI ODBiNWFIZA==	07/5/23	Imagen	Selección ecuatoriana de fútbol	No utiliza	3.402	3	3.414	5,02		
https://www.instagram.com/p/Cr8tkbqLnH9/?igshid=MzRIO DBiNWFIZA==	07/5/23	Infografía	LigaPro Bet593	No utiliza	618	3	630	0,93		
https://www.instagram.com/p/Cr9wTWPMugT/?igshid=MzRI	07/5/23	Infografía	LigaPro Bet593	No utiliza	315	1	319	0,47		

ODBiNWFIZA==										
https://www.instagram.com/p/Cr9g8Ces7rk/?igshid=MzRIO DBiNWFIZA==	07/5/23	Infografía	Selección ecuatoriana de fútbol	No utiliza	2.111	4	2.127	3,13		
https://www.instagram.com/reel/Cr9JCoAMeZR/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	07/5/23	Video	LigaPro Bet593	No utiliza	471	7	499	0,73		
https://www.instagram.com/p/CsMksxbv3GW/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	11/5/23	Imagen	LigaPro Bet593	No utiliza	134	0	134	0,20		
https://www.instagram.com/p/CsM199_LBBq/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	11/5/23	Imagen	LigaPro Bet593	No utiliza	304	1	308	0,45		
https://www.instagram.com/p/CsNF69vsOVa/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	11/5/23	Imagen	LigaPro Bet593	Si utiliza	269	8	301	0,44		

ODBiNWFIZA==										
https://www.instagram.com/p/CsNHdOosaQM/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	11/5/23	Infografía	LigaPro Bet593	No utiliza	226	1	230	0,34		
						Total	39.573	58,20		

Anexo I: Análisis StudioFutbol TikTok

StudioFutbol TikTok

Link	Fecha	Formato contenido	Temática	Etiquetas Si/No	Me gusta	Comentarios	Compartir	Favoritos	Total	Engagement	Medio	Seguidores
https://www.tiktok.com/@studiofutbolweb/video/72230544814	17/4/23	Video	Barcelona Sporting Club	Si utiliza	980	16	3	25	1.052	1,67	Studio Futbol	63.000

18702086												
https://www.tiktok.com/@studiofutbolweb/video/7223061420852727045	17/4/23	Video	Barcelona Sporting Club	Si utiliza	5.323	644	50	190	7.972	12,65		
https://www.tiktok.com/@studiofutbolweb/video/7223177871152516357	17/4/23	Video	Barcelona Sporting Club	Si utiliza	71	1	2	1	76	0,12		
https://www.tiktok.com/@studiofutbolweb/video/7223124216323886341	17/4/23	Video	Emelec	Si utiliza	2.795	117	251	154	3.427	5,44		
https://www.tiktok.com/@studiofutbolweb/video/7223238160409578758	17/4/23	Video	Selección ecuatoriana	Si utiliza	1.254	12	3	53	1.317	2,09		
https://www.tiktok.com/@studiofutbolweb/video/7223238160409578758	17/4/23	Video	Selección ecuatoriana	Si utiliza	3.626	45	11	116	3.841	6,10		

/video/7223241853129297158												
https://www.tiktok.com/@studiofutbolweb/video/7224532439027256581	21/4/23	Video	Fútbol internacional	Si utiliza	101.900	1.751	2.333	6.273	111.639	177,20		
https://www.tiktok.com/@studiofutbolweb/video/7224600580117794053	21/4/23	Video	Fútbol internacional	Si utiliza	7.966	43	24	285	8.221	13,05		
https://www.tiktok.com/@studiofutbolweb/video/7224624533741767942	21/4/23	Video	Fútbol internacional	Si utiliza	3.206	27	2	117	3.344	5,31		
https://www.tiktok.com/@studiofutbolweb/video/7227570807747153158	29/4/23	Video	Selección ecuatoriana	Si utiliza	19.100	118	112	952	19.866	31,53		
https://www.tiktok.com/@studiofutbolweb/video/7227570807747153158	29/4/23	Video	Selección ecuatoriana	Si utiliza	50.500	204	430	2.430	52.139	82,76		

/video/7227536877669207302												
https://www.tiktok.com/@studiofutbolweb/video/7228982686172368134	3/5/23	Video	Fútbol internacional	Si utiliza	265	6	1	11	292	0,46		
https://www.tiktok.com/@studiofutbolweb/video/7230627197432745221	07/5/23	Video	Aucas	Si utiliza	6.196	75	61	218	6.581	10,45	Studio Futbol	63000
https://www.tiktok.com/@studiofutbolweb/video/7230638030866894085	07/5/23	Video	Barcelona Sporting Club	Si utiliza	374	3	0	10	389	0,62		
https://www.tiktok.com/@studiofutbolweb/video/7232801692176157957	13/5/23	Video	Barcelona Sporting Club	Si utiliza	1.823	23	3	46	1.928	3,06		
									Total	77.161,75	122,48	

Anexo J: Análisis D´rabona Facebook

D´rabona Facebook																		
Link	Fecha	Formato contenido	Temática	Etiquetas Si/No	Me gusta	Me encanta	Me divierte	Me asombra	Me entristece	Me importa	Me enoja	Comentarios	Compartir	Total	Engagement	Medio de comunicación	Número de seguidores	
https://www.facebook.com/photo?fbid=684684430330382&set=a.497338075731686	17/4/23	Infografía	Fútbol Internacion al	Si utiliza	7	1	0	0	0	0	0	0	1	11,80	0,05	Drabona	25.000	
https://www.facebook.com/photo/?fbid=684538980344927&set=a.497338075731686	17/4/23	Infografía	LigaPro Bet593	No utiliza	130	2	18	0	0	0	0	15	6	235,20	0,94			
https://www.facebook.com/photo?fbid=684672336998258&set=a.497338075731686	17/4/23	Infografía	LigaPro Bet593	No utiliza	51	1	11	1	2	0	1	7	7	123,10	0,49			

https://www.facebook.com/photo?fbid=684876790311146&set=a.497338075731686	17/4/23	Imagen	Selección ecuatoriana	No utiliza	10	1	0	0	0	0	0	0	0	11,30	0,05		
https://www.facebook.com/photo?fbid=684876856977806&set=a.497338075731686	17/4/23	Infografía	Selección ecuatoriana	No utiliza	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1,00	0,00		
https://www.facebook.com/photo?fbid=684912810307544&set=a.497338075731686	17/4/23	Imagen	Selección ecuatoriana	No utiliza	71	10	0	0	0	2	0	0	9	118,50	0,47		
https://www.facebook.com/photo?fbid=687612603370898&set=a.497338075731686	21/4/23	Infografía	LigaPro Bet593	No utiliza	75	5	2	2	0	0	2	9	3	136,20	0,54		
https://www.facebook.com/photo?fbid=687801733351985&set=a.497338075731686	21/4/23	Infografía	LigaPro Bet593	Si utiliza	16	1	0	0	0	0	0	0	3	27,80	0,11		

https://www.facebook.com/photo?fbid=690225023109656&set=a.497338075731686	25/4/23	Infografía	LigaPro Bet593	No utiliza	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00	0,00		
https://www.facebook.com/photo?fbid=690225053109653&set=a.497338075731686	25/4/23	Infografía	LigaPro Bet593	No utiliza	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00	0,00		
https://www.facebook.com/photo?fbid=690373453094813&set=a.497338075731686	25/4/23	Infografía	LigaPro Bet593	No utiliza	28	0	8	1	0	0	1	2	2	55,50	0,22		
https://www.facebook.com/photo?fbid=690460626419429&set=a.497338075731686	25/4/23	Infografía	LigaPro Bet593	No utiliza	11	1	0	0	0	0	0	0	0	12,30	0,05		
https://www.facebook.com/photo?fbid=690356169763208&set=a.497338075731686	25/4/23	Infografía	Selección ecuatoriana	No utiliza	34	4	0	0	0	0	0	1	1	46,70	0,19		

https://www.facebook.com/photo?fbid=696013892530769&set=a.497338075731686	3/5/23	Infografía	Selección ecuatoriana	No utiliza	32	4	0	0	0	0	0	0	5	54,70	0,22		
https://www.facebook.com/photo?fbid=696034639195361&set=a.497338075731686	3/5/23	Infografía	Selección ecuatoriana	No utiliza	24	4	0	0	0	1	0	0	0	30,70	0,12		
29/04 NO HAY PUBLICACIONES													Total	864,80	3,46		

Anexo K: Análisis D´Rabona Instagram

Análisis D´Rabona Instagram										
Link	Fecha	Formato de contenido	Temáticas y mensajes	Etiquetas Si/No	Me gustan	comentarios	Total	Engagement	Medio de comunicación	Número de seguidores
https://www.instagram.com/p/CrKXrqIOFpb/	17/4/23	Imagen	Selección ecuatoriana	Si utiliza	111	0	111	3,14	Drabona	3537
https://www.instagram.com/p/CrKQluYugPK/	17/4/23	Imagen	Selección ecuatoriana	Si utiliza	16	0	16	0,45		
https://www.instagram.com/p/CrJLyWlqIFv/	17/4/23	Infografía	Fútbol Internacional	Si utiliza	6	19	82	2,32		
https://www.instagram.com/p/CrJi4nrAf85/	17/4/23	Imagen	Fútbol Internacional	Si utiliza	12	0	12	0,34		
https://www.instagram.com/p/CrJB-BxgzXk/	17/4/23	Infografía	LigaPro Bet593	No utiliza	60	0	60	1,70		
https://www.instagram.com/p/CrJf0aVgHV0/	17/4/23	Infografía	LigaPro Bet593	No utiliza	11	0	11	0,31		
https://www.instagram.com/p/CrTbugKALxS/	21/4/23	Infografía	Selección ecuatoriana	Si utiliza	12	0	12	0,34		
https://www.instagram.com/p/CrTtG9fArRc/	21/4/23	Infografía	Fútbol ecuatoriano	Si utiliza	12	0	12	0,34		
https://www.instagram.com/p/CrTkMgjAilh/	21/4/23	Imagen	LigaPro Bet593	No utiliza	13	0	13	0,37		
https://www.instagram.com/p/CrTwsTARMA/	21/4/23	Infografía	LigaPro Bet593	Si utiliza	6	0	6	0,17		
https://www.instagram.com/p/CrUMySsA7a0/	21/4/23	Infografía	LigaPro Bet593	No utiliza	10	0	10	0,28		

https://www.instagram.com/p/CrUiaG7ASpc/	21/4/23	Infografía	LigaPro Bet593	Si utiliza	9	0	9	0,25		
https://www.instagram.com/p/CreLZoYuj7X/	25/4/23	Infografía	Selección ecuatoriana	No utiliza	35	0	35	0,99		
https://www.instagram.com/p/CreLGbqANTM/	25/4/23	Infografía	Fútbol ecuatoriano	Si utiliza	11	0	11	0,31		
https://www.instagram.com/p/Crd2nMTuInC/	25/4/23	Infografía	Fútbol Internacional	Si utiliza	7	0	7	0,20		
https://www.instagram.com/p/CrePahVgpiE/	25/4/23	Infografía	LigaPro Bet593	Si utiliza	31	0	31	0,88		
https://www.instagram.com/p/CroLk_dOP8e/	29/4/23	Imagen	Selección ecuatoriana	No utiliza	22	0	22	0,62		
https://www.instagram.com/p/CroyzrGuvBn/	29/4/23	Infografía	LigaPro Bet593	No utiliza	9	0	9	0,25		
https://www.instagram.com/p/CrysXXugNVk/	3/5/23	Imagen	Selección ecuatoriana	Si utiliza	13	0	13	0,37		
https://www.instagram.com/p/CrywaWpupZL/	3/5/23	Imagen	Selección ecuatoriana	Si utiliza	19	0	19	0,54		
							Total	501	14,16	

Anexo M: Análisis La Gambeta Facebook

La Gambeta Facebook																	
Link	Fecha	Formato de contenido	Temáticas	Etiquetas Si/ No	Me gusta	Me encanta	Me divierte	Me asombra	Me entristece	Me importa	Me enoja	Comentarios	Compartir	Total	Engagement	Medio de comunicación	Número de seguidores
https://www.facebook.com/photo/?fbid=761964638835981&set=pb.100050673540986.-2207520000	17/4/23	Infografía	Bundesliga	Si utiliza	8.700	1.300	133	54	98	29	2	592	104	13.517	0,27	La Gambeta	5.100.000
https://www.facebook.com/photo/?fbid=761852218847223&set=pb.10	17/4/23	Infografía	Fútbol español	Si utiliza	7.700	1.500	5.600	47	5	55	62	1.500	480	24.295	0,48		

https://www.facebook.com/photo/?fbid=761880408844404&set=pb.100050673540986-2207520000.	17/4/23	Infografía	Fútbol español	Si utiliza	3.200	86	623	73	853	10	21	255	40	6.312	0,12		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=761924548839990&set=pb.100050673540986-2207520000.	17/4/23	Infografía	Fútbol español	Si utiliza	6.000	3.800	1.300	25	22	177	9	566	305	16.171	0,32		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=761988272166951&set=pb.100050673540986-2207520000.	17/4/23	Infografía	Fútbol español	Si utiliza	4.400	812	1.100	50	12	40	26	1.100	1.200	15.560	0,31		

https://www.facebook.com/photo/?fbid=762028725496239&set=pb.100050673540986-2207520000	17/4/23	Infografía	Fútbol español	Si utiliza	1.300	444	40	1	0	17	2	25	24	2.139	0,04		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=761889642176814&set=pb.100050673540986-2207520000	17/4/23	Infografía	Premier League	Si utiliza	5.400	1.600	28	3	1	86	1	119	135	8.598	0,17		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=761824335516678&set=pb.100050673540986-2207520000	17/4/23	Infografía	Fútbol Internacional	Si utiliza	5.100	848	2.700	23	8	35	94	1.200	173	15.075	0,30		
https://www.facebook.com/LaGamb	17/4/23	Video	Fútbol español		4.000	638	12	12	3	30	1	46	0	5.096	0,10		

etaSports/videos/919153295999768				Si utiliza													
https://www.facebook.com/LaGambetaSports/videos/967949807704404	17/4/23	Video	Fútbol español	Si utiliza	6.000	807	46	20	8	27	2	65	0	7.446	0,15		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=764110711954707&set=pb.100050673540986.-2207520000.	21/4/23	Infografía	Serie A Italia	Si utiliza	3.000	588	17	18	2	20	3	54	48	4.232	0,08		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=764157535283358&set=pb.100050673540986.-2207520000.	21/4/23	Infografía	Premier League	Si utiliza	3.400	599	677	32	55	15	8	149	133	6.195	0,12		

https://www.facebook.com/photo/?fbid=764227251943053&set=pb.100050673540986.-2207520000.	21/4/23	Infografía	Premier League	Si utiliza	9.300	2.000	58	40	5	46	0	268	270	14.121	0,28		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=764124695286642&set=pb.100050673540986.-2207520000.	21/4/23	Infografía	Messi	Si utiliza	16.000	3.800	3.000	23	1	153	5	1.200	320	30.732	0,60		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=764147541951024&set=pb.100050673540986.-2207520000.	21/4/23	Infografía	Messi	Si utiliza	6.600	1.000	1.300	5	5	43	2	381	79	11.341	0,22		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=764147541951024&set=pb.100050673540986.-2207520000.	21/4/23	Infografía	Messi		14.000	7.500	5.100	27	7	441	27	1.300		35.818	0,70		

bid=764276311938147&set=pb.100050673540986.-2207520000.				Si utiliza													
https://www.facebook.com/photo/?fbid=764027785296333&set=pb.100050673540986.-2207520000.	21/4/23	Infografía	Fútbol Internacional	Si utiliza	13.000	4.800	72	5	6	184	2	14	275	20.638	0,40		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=764060188626426&set=pb.100050673540986.-2207520000.	21/4/23	Infografía	Fútbol Internacional	Si utiliza	1.300	32	203	5	7	2	6	113	19	2.130	0,04		
https://www.facebook.com/watch/?v=585117486720170	21/4/23	Video	Fútbol español	Si utiliza	10.000	1.600	47	38	4	63	2	63	723	15.078	0,30		

https://www.facebook.com/LaGambetaSports/videos/1282033112744830	21/4/23	Video	Fútbol Internacional	Si utiliza	1.400	55	103	2	0	5	0	10	0	1.646	0,03		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=766319835067128&set=pb.100050673540986.-2207520000.	25/4/23	Infografía	Fútbol español	Si utiliza	2.300	274	381	22	12	10	2	152	35	3.908	0,08		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=766324565066655&set=pb.100050673540986.-2207520000.	25/4/23	Infografía	Fútbol español	Si utiliza	7.100	1.000	5.500	13	17	46	76	1.800	481	24.097	0,47		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=7663329750	25/4/23	Infografía	Fútbol español	Si utiliza	18.000	4.800	1.000	1.500	134	140	92	1.400	1.600	39.376	0,77		

https://www.facebook.com/photo/?fbid=766345811731197&set=pb.100050673540986-2207520000	25/4/23	Infografía	Fútbol español	Si utiliza	4.900	743	5.800	113	228	46	77	1.200	768	20.911	0,41		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=766386551727123&set=pb.100050673540986-2207520000	25/4/23	Infografía	Fútbol español	Si utiliza	10.000	3.700	3.600	27	11	161	12	669	546	24.028	0,47		
https://www.facebook.com/LaGambetaSports/videos/633088631483687	25/4/23	Infografía	Fútbol español	Si utiliza	6.700	911	41	25	3	38	4	65		8.297	0,16		

https://www.facebook.com/photo/?fbid=766256338406811&set=pb.100050673540986.-2207520000.	25/4/23	Infografía	Premier League	Si utiliza	5.700	560	909	60	52	24	0	212	208	9.278	0,18		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=766286911737087&set=pb.100050673540986.-2207520000.	25/4/23	Infografía	Fútbol Internacional	Si utiliza	3.800	549	657	54	16	20	53	214	126	6.802	0,13		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=766306801735098&set=pb.100050673540986.-2207520000.	25/4/23	Infografía	Fútbol Internacional	Si utiliza	6.100	88	161	961	153	14	71	432	174	10.475	0,21		
https://www.facebook.com/LaGamb	25/4/23	Video	Fútbol Internacional	Si utiliza	11.000	2.100	36	35	0	87	3	206	0	14.784	0,29		

etaSports/videos/608477287862453																	
https://www.facebook.com/photo/?fbid=768566154842496&set=pb.100050673540986-2207520000_	29/4/23	Infografía	Fútbol español	Si utiliza	3.600	687	701	5	0	30	0	99	31	5.891	0,12		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=768596991506079&set=pb.100050673540986-2207520000_	29/4/23	Infografía	Fútbol español	Si utiliza	23.000	6.300	3.500	24	9	363	37	1.000	586	42.083	0,83		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=768607691505009&set=pb.100050673540986-2207520000_	29/4/23	Infografía	Fútbol español	Si utiliza	4.200	1.000	543	11	2	49	6	319	79	7.805	0,15		

https://www.facebook.com/photo/?fbid=768629728169472&set=pb.100050673540986-2207520000.	29/4/23	Infografía	Fútbol español	Si utiliza	6.300	1.300	1.500	14	4	107	6	500	151	12.513	0,25		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=768631708169274&set=pb.100050673540986-2207520000.	29/4/23	Infografía	Fútbol español	Si utiliza	1.900	449	292	6	21	1	1	191	42	3.780	0,07		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=768687091497069&set=pb.100050673540986-2207520000.	29/4/23	Infografía	Fútbol español	Si utiliza	31.000	9.600	489	62	49	341	4	702	1.500	52.789	1,04		

https://www.facebook.com/photo/?fbid=768692264829885&set=pb.100050673540986.-2207520000.	29/4/23	Infografía	Fútbol español	Si utiliza	8.600	3.300	320	9	3	458	9	216	160	15.414	0,30		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=768697348162710&set=pb.100050673540986.-2207520000.	29/4/23	Infografía	Fútbol español	Si utiliza	13.000	3.300	134	22	4	115	1	652	287	21.275	0,42		
https://www.facebook.com/LaGambetaSports/videos/5974962412622445	29/4/23	Infografía	Fútbol Internacional	Si utiliza	5.900	1.900	28	10	1	64	2	38		8.671	0,17		
https://www.facebook.com/LaGambetaSports/videos/	29/4/23	Video	Fútbol Internacional	Si utiliza	3.700	509	18	12	30	24	2	69	0	4.749	0,09		

973981926932209																	
https://www.facebook.com/photo/?fbid=770963027936142&set=pb.100050673540986.-2207520000.	3/5/23	Infografía	Fútbol español	Si utiliza	13.000	3.900	474	27	16	216	12	314	389	21.655	0,42		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=771096891256089&set=pb.100050673540986.-2207520000.	3/5/23	Infografía	Fútbol español	Si utiliza	4.100	849	1.000	37	50	35	21	497	436	10.110	0,20		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=771052901260488&set=pb.100050673540986.-2207520000.	3/5/23	Infografía	Premier League	Si utiliza	7.800	860	519	93	1.300	33	29	494	162	13.743	0,27		

https://www.facebook.com/photo/?fbid=771079764591135&set=pb.100050673540986.-2207520000.	3/5/23	Infografía	Premier League	Si utiliza	6.700	1.700	29	14	0	44	3	176	160	10.300	0,20		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=771086337923811&set=pb.100050673540986.-2207520000.	3/5/23	Infografía	Premier League	Si utiliza	2.400	536	10	3	6	10	2	36	22	3.359	0,07		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=770931294605982&set=pb.100050673540986.-2207520000.	3/5/23	Infografía	Messi	Si utiliza	6.300	1.600	908	35	14	63	3	547	354	13.063	0,26		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=770931294605982&set=pb.100050673540986.-2207520000.	3/5/23	Infografía	Messi		7.600	295	2.000	136	273	28	26	676	386	15.021	0,29		

bid=771030341262744&set=pb.100050673540986.-2207520000.				Si utiliza													
https://www.facebook.com/photo/?fbid=770997704599341&set=pb.100050673540986.-2207520000.	3/5/23	Infografía	Fútbol Internacional	Si utiliza	11.000	3.300	19	8	0	83	0	60	415	17.142	0,34		
https://www.facebook.com/LaGambetaSports/videos/782525976868312	3/5/23	Video	Fútbol español	Si utiliza	12.000	1.200	109	39	11	52	2	98	0	14.234	0,28		
https://www.facebook.com/LaGambetaSports/videos/962136114806027	3/5/23	Video	Fútbol Internacional	Si utiliza	6.700	819	22	29	8	29	3	48	0	8.083	0,16		

https://www.facebook.com/photo/?fbid=773444497687995&set=pb.100050673540986.-2207520000.	7/5/23	Infografía	Bundesliga	Si utiliza	4.100	861	7	20	2	21	1	92	49	5.832	0,11		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=773459331019845&set=pb.100050673540986.-2207520000.	07/5/23	Infografía	Fútbol español	Si utiliza	15.000	4.400	2.500	10	2	247	12	663	319	27.893	0,55		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=773364044362707&set=pb.100050673540986.-2207520000.	07/5/23	Infografía	Serie A Italia	Si utiliza	22.000	4.600	22	1	0	118	1	55	269	29.348	0,01		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=7733684043	07/5/23	Infografía	Serie A Italia	Si utiliza	5.100	1.300	10	4	0	46	0	13	45	7.087	0,14		

https://www.facebook.com/photo/?fbid=773403801025398&set=pb.100050673540986.-2207520000	07/5/23	Infografía	Premier League	Si utiliza	5.500	1.000	45	8	22	28	1	79	56	7.446	0,15		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=773389597693485&set=pb.100050673540986.-2207520000	07/5/23	Infografía	Fútbol Internacional	Si utiliza	16.000	3.500	187	0	2	80	2	140	567	23.444	0,46		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=773480374351074&set=pb.100050673540986.-2207520000	07/5/23	Infografía	Fútbol Internacional	Si utiliza	16.000	4.100	56	22	1	166	2	131	454	23.796	0,47		

0050673540986.- 2207520000.																	
https://www.facebook.com/LaGambetaSports/videos/160217293671976	07/5/23	Video	Fútbol español	Si utiliza	10.000	1.800	109	17	1	82	7	189	0	13.386	0,26		
https://www.facebook.com/LaGambetaSports/videos/962136114806027	07/5/23	Video	Fútbol Internacional	Si utiliza	6.700	819	22	29	8	29	3	48	0	8.083	0,16		
https://www.facebook.com/LaGambetaSports/videos/1453412418820093	07/5/23	Video	Fútbol Internacional	Si utiliza	16.000	4.600	161	35	6	221	9	204	0	23.392	0,46		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=7768612906	11/5/23	Infografía	Bundesliga	Si utiliza	1.600	271	25	23	12	11	4	52	16	2.316	0,05		

79649&set=pb.100050673540986.-2207520000.																	
https://www.facebook.com/photo/?fbid=776950140670764&set=pb.100050673540986.-2207520000.	11/5/23	Infografía	Fútbol español	Si utiliza	2.400	481	632	10	7	13	3	120	39	4.447	0,09		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=776962814002830&set=pb.100050673540986.-2207520000.	11/5/23	Infografía	Serie A Italia	Si utiliza	19.000	3.700	202	101	1.700	122	20	418	857	30.956	0,61		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=776865434012568&set=pb.100050673540986.-2207520000.	11/5/23	Infografía	Premier League	Si utiliza	1.400	16	28	160	14	0	11 7	28	14	2.035	0,04		

https://www.facebook.com/photo/?fbid=776882614010850&set=pb.100050673540986.-2207520000.	11/5/23	Infografía	Premier League	Si utiliza	11.000	2.200	1.400	9	2	63	3	221	99	16.885	0,33		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=776885434010568&set=pb.100050673540986.-2207520000.	11/5/23	Infografía	Premier League	Si utiliza	7.100	67	522	89	1.500	5	14	242	122	11.019	0,22		
facebook.com/photo/?fbid=776903797342065&set=pb.100050673540986.-2207520000.	11/5/23	Infografía	Premier League	Si utiliza	5.100	39	49	181	3.400	5	2	132	188	10.417	0,20		
facebook.com/photo/?fbid=776927	11/5/23	Infografía	Premier League		7.400	90	431	137	9.100	10	11	405	467	21.535	0,42		

334006378&set=pb.100050673540986.-2207520000.				Si utiliza													
https://www.facebook.com/LaGambetaSports/videos/6079235625517836	11/5/23	Video	Fútbol Internacional	Si utiliza	8.700	1.300	102	39	4	43	6	43	0	10.820	0,21		
https://www.facebook.com/LaGambetaSports/videos/753728459630489	11/5/23	Video	Fútbol Internacional	Si utiliza	4.300	667	28	11	2	24	0	45	0	5.435	0,11		
														Total	1.005.348	19,14	

Anexo N: Análisis La Gambeta Facebook

La Gambeta Instagram

Link	Fecha	Formato de contenido	Temática	Etiquetas Si/No	Me gusta	Comentarios	Total	Engagement	Medio de comunicación	Número de Seguidores
https://www.instagram.com/p/CrJYu6rrxWt/	17/4/23	Infografía	Fútbol español	Si utiliza	15.705	53	15.917	1,91	La Gambeta	835000
https://www.instagram.com/p/CrJmUp_rNhs/	17/4/23	Infografía	Fútbol español	Si utiliza	28.085	213	28.937	3,47		
https://www.instagram.com/p/CrJ7NkNrzyr/	17/4/23	Infografía	Fútbol español	Si utiliza	26.853	464	28.709	3,44		
https://www.instagram.com/p/CrKIIHsNMbk/	17/4/23	Infografía	Fútbol español	Si utiliza	11.947	20	12.027	1,44		
https://www.instagram.com/p/CrJsnFJrZ6D/	17/4/23	Infografía	Fútbol Internacional	Si utiliza	8.930	24	9.026	1,08		
https://www.instagram.com/p/CrJzNPBrqBf/	17/4/23	Infografía	Fútbol Internacional	Si utiliza	37.453	220	38.333	4,59		
https://www.instagram.com/p/CrKOPthNa0I/	17/4/23	Infografía	Fútbol Internacional	Si utiliza	40.385	203	41.197	4,93		
https://www.instagram.com/p/CrJbQD_Lzhe/	17/4/23	Infografía	Premier League	Si utiliza	9.419	9	9.455	1,13		

https://www.instagram.com/p/CrJmgyOLANv/	17/4/23	Infografía	Premier League	Si utiliza	12.858	38	13.010	1,56		
https://www.instagram.com/p/CrJruDoLSqJ/	17/4/23	Infografía	Premier League	Si utiliza	19.400	26	19.504	2,34		
https://www.instagram.com/p/CrTcmnvsZ1H/	21/4/23	Infografía	Fútbol Internacional	Si utiliza	25.379	19	25.455	3,05		
https://www.instagram.com/p/CrUIESdJj_c/	21/4/23	Infografía	Fútbol Internacional	Si utiliza	2.866	26	2.970	0,36		
https://www.instagram.com/p/CrT4VWBLR_q/	21/4/23	Infografía	Messi	Si utiliza	22.878	36	23.022	2,76		
https://www.instagram.com/p/CrUAKhnLE8r/	21/4/23	Infografía	Messi	Si utiliza	9.296	166	9.960	1,19		
https://www.instagram.com/p/CrTIAFNstsN/	21/4/23	Infografía	Premier League	Si utiliza	17.171	56	17.395	2,08		
https://www.instagram.com/p/CrUDPd4J6Z_/	21/4/23	Infografía	Premier League	Si utiliza	48.454	122	48.942	5,86		
https://www.instagram.com/p/CrUcB8ENHr_/	21/4/23	Infografía	Premier League	Si utiliza	30.864	74	31.160	3,73		
https://www.instagram.com/p/CrT0UV0LxEj/	21/4/23	Infografía	SerieA - Italia	Si utiliza	1.350	27	1.458	0,17		
https://www.instagram.com/p/CrTko00gSSH/	21/4/23	Video corto (Reel)	Fútbol español	Si utiliza	16.037	41	16.201	1,94		
https://www.instagram.com/p/CrUY3xXgxaB/	21/4/23	Video corto(reel)	Fútbol Internacional	Si utiliza	5.917	51	6.121	0,73		
https://www.instagram.com/p/CreCmWtLydh/	25/4/23	Infografía	Fútbol español	Si utiliza	18.230	80	18.550	2,22		
https://www.instagram.com/p/CreEFx8LtKY/	25/4/23	Infografía	Fútbol español	Si utiliza	31.364	339	32.720	3,92		

https://www.instagram.com/p/CreGTRBr58W/	25/4/23	Infografía	Fútbol español	Si utiliza	34.214	287	35.362	4,23		
https://www.instagram.com/p/CreenRsriYv/	25/4/23	Infografía	Fútbol español	Si utiliza	16.007	48	16.199	1,94		
https://www.instagram.com/p/CreJqc8LJE6/	25/4/23	Infografía	Fútbol español	Si utiliza	13.302	183	14.034	1,68		
https://www.instagram.com/p/CreVKUMJJOo/	25/4/23	Infografía	Fútbol español	Si utiliza	35.309	188	36.061	4,32		
https://www.instagram.com/p/Crd5AEprHAW/	25/4/23	Infografía	Fútbol Internacional	Si utiliza	30.511	244	31.487	3,77		
https://www.instagram.com/p/Crdw6P1LE8g/	25/4/23	Infografía	Premier League	Si utiliza	15.904	50	16.104	1,93		
https://www.instagram.com/p/Crd_NI9rpZE/	25/4/23	Infografía	SerieA - Italia	Si utiliza	28.039	149	28.635	3,43		
https://www.instagram.com/p/Crd1fOqAwcX/	25/4/23	Video corto(reel)	Fútbol Internacional	Si utiliza	29.361	111	29.805	3,57		
https://www.instagram.com/p/CroEgtEstk1/	29/4/23	Infografía	Fútbol español	Si utiliza	12.195	19	12.271	1,47		
https://www.instagram.com/p/CroLprztaqy/	29/4/23	Infografía	Fútbol español	Si utiliza	21.753	61	21.997	2,63		
https://www.instagram.com/p/CroOtf2Laql/	29/4/23	Infografía	Fútbol español	Si utiliza	16.969	85	17.309	2,07		
https://www.instagram.com/p/CroVYEgMeyB/	29/4/23	Infografía	Fútbol español	Si utiliza	7.663	53	7.875	0,94		
https://www.instagram.com/p/CroVzpgpVrY/	29/4/23	Infografía	Fútbol español	Si utiliza	18.537	98	18.929	2,27		
https://www.instagram.com/p/CromT7VrTUR/	29/4/23	Infografía	Fútbol español	Si utiliza	39.966	118	40.438	4,84		
https://www.instagram.com/p/CrooMxcLaNY/	29/4/23	Infografía	Fútbol español	Si utiliza	10.399	14	10.455	1,25		
https://www.instagram.com/p/CropcrJpzVv/	29/4/23	Infografía	Fútbol español	Si utiliza	29.483	228	30.395	3,64		

https://www.instagram.com/p/CroyBxFJE_4/	29/4/23	Video corto(reel)	Fútbol Internacional	Si utiliza	2.456	15	2.516	0,30		
https://www.instagram.com/p/CryadKOrEnK/	29/4/23	Infografía	Fútbol español	Si utiliza	25.437	111	25.881	3,10		
https://www.instagram.com/p/CryiaU0tlab/	3/5/23	Infografía	Fútbol Internacional	Si utiliza	18.405	21	18.489	2,21		
https://www.instagram.com/p/CryzIYUuUKQ/	3/5/23	Infografía	Fútbol Internacional	Si utiliza	1.840	5	1.860	0,22		
https://www.instagram.com/p/CryTh_s0ak/	3/5/23	Infografía	Messi	Si utiliza	34.014	282	35.142	4,21		
https://www.instagram.com/p/CryqtNqpERo/	3/5/23	Infografía	Messi	Si utiliza	32.474	149	33.070	3,96		
https://www.instagram.com/p/CryxRUPLGOI/	3/5/23	Infografía	Premier League	Si utiliza	29.759	154	30.375	3,64		
https://www.instagram.com/p/Cry5HHQrEei/	3/5/23	Infografía	Premier League	Si utiliza	14.356	39	14.512	1,74		
https://www.instagram.com/p/Cry7FNyOHlu/	3/5/23	Infografía	Premier League	Si utiliza	8.830	13	8.882	1,06		
https://www.instagram.com/p/CrygYiPpF5L/	3/5/23	Video corto(reel)	Fútbol Internacional	Si utiliza	7.863	199	8.659	1,04		
https://www.instagram.com/p/CryjiHgpxSn/	3/5/23	Video corto(reel)	Messi	Si utiliza	18.670	638	21.222	2,54		
https://www.instagram.com/p/Cr8piOHP9OK/	3/5/23	Infografía	Fútbol español	Si utiliza	19.905	35	20.045	2,40		
https://www.instagram.com/p/Cr9F7-JJjnd/	7/5/23	Infografía	Fútbol español	Si utiliza	20.565	125	21.065	2,52		

https://www.instagram.com/p/Cr8helOADwt/	07/5/23	Infografía	Fútbol Internacional	Si utiliza	16.552	77	16.860	2,02		
https://www.instagram.com/p/Cr8yfJHJVXL/	07/5/23	Infografía	Fútbol Internacional	Si utiliza	35.914	68	36.186	4,33		
https://www.instagram.com/p/Cr8_qWzp2Hd/	07/5/23	Infografía	Fútbol Internacional	Si utiliza	20.245	47	20.433	2,45		
https://www.instagram.com/p/Cr9MiLlrODN/	07/5/23	Infografía	Fútbol Internacional	Si utiliza	20.322	46	20.506	2,46		
https://www.instagram.com/p/Cr82l7Wp5lS/	07/5/23	Infografía	Premier League	Si utiliza	8.736	20	8.816	1,06		
https://www.instagram.com/p/Cr8sfO_rdqL/	07/5/23	Infografía	SerieA - Italia	Si utiliza	20.759	8	20.791	2,49		
https://www.instagram.com/p/Cr8tZmnOfmd/	07/5/23	Infografía	SerieA - Italia	Si utiliza	13.919	5	13.939	1,67		
https://www.instagram.com/p/Cr8vmJKJ43M/	07/5/23	Video corto(reel)	Fútbol Internacional	Si utiliza	5.829	22	5.917	0,71		
https://www.instagram.com/p/CsMFdSaMWAd/	07/5/23	Infografía	Fútbol Internacional	Si utiliza	8.462	11	8.506	1,02		
https://www.instagram.com/p/CsMbELCJwzb/	11/5/23	Infografía	Fútbol Internacional	Si utiliza	27.029	64	27.285	3,27		
https://www.instagram.com/p/CsMeXiUst4c/	11/5/23	Infografía	Fútbol Internacional	Si utiliza	36.342	3	36.354	4,35		

https://www.instagram.com/p/CsMfguCp6ii/	11/5/23	Infografía	Messi	Si utiliza	49.105	406	50.729	6,08		
https://www.instagram.com/p/CsMGNnMOUYe/	11/5/23	Infografía	Premier League	Si utiliza	14.787	25	14.887	1,78		
https://www.instagram.com/p/CsMKxbOsCn4/	11/5/23	Infografía	Premier League	Si utiliza	16.361	8	16.393	1,96		
https://www.instagram.com/p/CsMLSGiN3wG/	11/5/23	Infografía	Premier League	Si utiliza	29.218	98	29.610	3,55		
https://www.instagram.com/p/CsMQIMArGLx/	11/5/23	Infografía	Premier League	Si utiliza	29.391	105	29.811	3,57		
https://www.instagram.com/p/CsMVlyKJ1_v/	11/5/23	Infografía	Premier League	Si utiliza	42.487	1	42.491	5,09		
https://www.instagram.com/p/CsMq9K6sIFe/	11/5/23	Infografía	Premier League	Si utiliza	13.160	52	13.368	1,60		
						Total	90.441	10,83		

Anexo O: Análisis La Gambeta TikTok

Análisis La Gambeta TikTok													
Link	Fecha	Formato de contenido	Temática	Etiquetas Si/No	Me gusta	Comentarios	Compartir	Favoritos	Total	Engagement	Medio	Seguidores	
https://www.tiktok.com/@lagambetasports/video/7223051933219654918?lang=es	17/4/23	Video	Novedades Fútbol internacional	Si utiliza	21.000	86	7	695	21.521	0,47	La Gambeta	4600000	
https://www.tiktok.com/@lagambetasports/video/7223230424695213318?lang=es	17/4/23	Video	Novedades Fútbol internacional	Si utiliza	93.400	322	73	3.529	95.607	2,08			
https://www.tiktok.com/@lagambetasports/video/7224548699051953413?lang=es	21/4/23	Video	Novedades Fútbol internacional	Si utiliza	45.100	112	42	1.764	46.010	1,00			
https://www.tiktok.com/@lagambetasports/video/7224666330887097605	21/4/23	Video	Novedades Fútbol internacional	Si utiliza	114.000	775	137	6.300	118.744	2,58			

https://www.tiktok.com/@lagambet/asports/video/7226027863646997766	25/4/23	Video	Novedades Fútbol internacional	Si utiliza	453.600	1.327	363	28.400	466.190	10,13		
https://www.tiktok.com/@lagambet/asports/video/7226153557316177158	25/4/23	Video	Novedades Fútbol Internacional	Si utiliza	55.100	220	39	2.191	56.547	1,23		
https://www.tiktok.com/@lagambet/asports/video/7227605732898688262	29/4/23	Video	Novedades Fútbol internacional	Si utiliza	19.700	153	37	614	20.484	0,45		
https://www.tiktok.com/@diario.ole/video/7228935527607667974?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7198671305066546694	03/5/23	Video	Novedades Fútbol internacional	Si utiliza	71.100	946	20	4.578	76.039	1,65		
https://www.tiktok.com/@lagambet/asports/video/7229120340805373189	03/5/23	Video	Novedades Fútbol internacional	Si utiliza	164.800	990	12	7.806	170.718	3,71		
https://www.tiktok.com/@lagambet/asports/video/7230482444858838277	07/5/23	Video	Novedades Fútbol internacional	Si utiliza	6.247	39	1	165	6.445	0,14		

https://www.tiktok.com/@lagambetasports/video/7230574960656272645	07/5/23	Video	Novedades Fútbol internacional	Si utiliza	24.400	331	60	1.058	26.019	0,57			
https://www.tiktok.com/@lagambetasports/video/7232798202993347846	11/5/23	Video	Novedades Fútbol internacional	Si utiliza	23.300	66	1	713	23.743	0,52			
									Total	1.128.064	24,52		

Anexo P: Análisis Diario Olé Facebook

Diario Olé Facebook																	
Link	Fecha	Formato de contenido	Temáticas	Etiquetas Si/ No	Me gusta	Me encanta	Me divierte	Me asombra	Me entristece	Me importa	Me enoja	Comentarios	Compartir	Total	Engagement	Medio de comunicación	Número de seguidores
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161329614262878&set=pb.100050259619426.-2207520000	17/4/23	Infografía	Clásico argentino: Boca vs River	No utiliza	10.00	387	3.800	152	7	23	31	2.60	983	29.21	0,57		

https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161329393307878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	17/4/23	Infografía	Fútbol español	No utiliza	1.300	146	506	12	5	4	13	936	229	6.690	0,13		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161329225067878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	17/4/23	Infografía	Fútbol Internacional	No utiliza	7.400	489	9.000	21	8	28	15	1.80	112	26.53	0,52		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161329234962878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	17/4/23	Infografía	Liga Profesional de Argentina	No utiliza	125	5	1	1	0	0	0	23	40	366	0,01		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161329308497878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	17/4/23	Infografía	Liga Profesional de Argentina	No utiliza	7.900	780	271	2	0	30	2	215	110	10.53	0,21		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161329316757878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	17/4/23	Infografía	Liga Profesional de Argentina	No utiliza	6.600	702	4.800	10	2	45	35	2.40	83	23.29	0,46		

https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161329439152878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	17/4/23	Infografía	Liga Profesional de Argentina	No utiliza	1.200	168	4	1	9	12	0	42	17	1.680	0,03		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161329527787878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	17/4/23	Infografía	Liga Profesional de Argentina	No utiliza	10.00	1.000	213	4	0	34	4	341	160	13.54	0,27		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161329614262878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	17/4/23	Infografía	Liga Profesional de Argentina	No utiliza	10.00	387	3.800	152	7	23	31	2.60	983	29.21	0,57		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161329587437878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	17/4/23	Infografía	Mundial Sub 20	No utiliza	17.00	3.700	164	5	0	116	6	644	1.20	28.97	0,57		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161339195497878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	21/4/23	Infografía	Copa Libertadores	No utiliza	3.600	421	1.500	42	1	10	1	560	63	8.488	0,17		

https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161339208462878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	21/4/23	Infografía	Copa Libertadores	No utiliza	9.600	2.700	359	10	78	0	0	1.50	0	748	22.26	0,44		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161339111117878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	21/4/23	Infografía	Fútbol Internacional	No utiliza	188	94	19	0	0	5	0	3	3	363	0,01			
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161339111347878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	21/4/23	Infografía	Fútbol Internacional	No utiliza	51	9	12	0	0	0	0	1	0	81	0,00			
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161339111357878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	21/4/23	Infografía	Fútbol Internacional	No utiliza	72	11	13	0	0	0	0	0	0	102	0,00			
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161339111472878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	21/4/23	Infografía	Fútbol Internacional	No utiliza	78	19	10	0	0	0	0	0	0	115	0,00			

https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161339176772878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	21/4/23	Infografía	Fútbol Internacional	No utiliza	11.00	1.600	2.300	18	0	48	3	2.40	0	321	26.66	0,52		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161339047087878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	21/4/23	Infografía	Mundial Sub 20	No utiliza	509	28	84	4	0	0	1	164	49	1.481	0,03			
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161338984852878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	21/4/23	Infografía	Premier League	No utiliza	55	5	0	0	0	0	0	2	2	77	0,00			
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161338984857878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	21/4/23	Infografía	Premier League	No utiliza	39	12	0	0	0	0	0	0	0	55	0,00			
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161348704912878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	25/4/23	Infografía	Fútbol español	No utiliza	2.300	274	381	22	12	10	2	152	35	3.908	0,08			

https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161348869672878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	25/4/23	Infografía	Fútbol Internacional	No utiliza	1.300	47	2.100	30	107	9	11	832	177	8.020	0,16		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161348973982878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	25/4/23	Infografía	Fútbol Internacional	No utiliza	2.800	300	3.100	15	1	14	5	1.30	104	12.52	0,25		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161349146197878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	25/4/23	Infografía	Fútbol Internacional	No utiliza	5.400	68	409	19	6	7	0	197	27	6.907	0,14		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161349203002878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	25/4/23	Infografía	Fútbol Internacional	No utiliza	1.000	40	183	1	6	3	5	347	12	2.721	0,05		
https://www.facebook.com/LaGambetaSports/videos/608477287862453	25/4/23	Infografía	Fútbol Internacional	No utiliza	7.800	934	91	5	0	38	3	134	53	9.914	0,19		

https://www.facebook.com/photo/?fbid=766324565066655&set=pb.100050673540986.-2207520000.	25/4/23	Infografía	Liga Profesional de Argentina	No utiliza	1.200	42	743	56	71	2	16	815	90	5.909	0,12		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161348750177878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	25/4/23	Infografía	Liga Profesional de Argentina	No utiliza	6.600	1.200	7.100	38	4	54	4	3.30	396	31.41	0,62		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161348930432878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	25/4/23	Infografía	Liga Profesional de Argentina	No utiliza	2.300	42	403	9	1	0	0	203	37	3.794	0,07		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161348788562878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	25/4/23	Infografía	Premier League	No utiliza	1.000	31	305	2	5	4	5	177	4	2.150	0,04		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161359756307878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	29/4/23	Infografía	Clásico argentino: Boca vs River	No utiliza	1.400	243	170	3	1	11	2	330	42	3.412	0,07	Diario Olé	5.100.000

https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161359438837878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	29/4/23	Infografía	Fútbol Internacional	No utiliza	37	11	0	0	0	0	0	0	0	51	0,00		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161359439172878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	29/4/23	Infografía	Fútbol Internacional	No utiliza	68	25	1	0	0	0	0	6	2	133	0,00		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161359694797878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	29/4/23	Infografía	Fútbol Internacional	No utiliza	1.500	11	30	3	2	2	0	22	12	1.690	0,03		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161359819902878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	29/4/23	Infografía	Fútbol Internacional	No utiliza	2.400	339	10	6	0	11	0	38	63	3.251	0,06		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161359287292878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	29/4/23	Infografía	Liga Profesional de Argentina	No utiliza	1.100	103	75	3	0	4	0	246	30	2.423	0,05		

https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161359314667878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	29/4/23	Infografía	Liga Profesional de Argentina	No utiliza	259	21	38	0	0	0	0	46	9	547	0,01			
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161359360322878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	29/4/23	Infografía	Liga Profesional de Argentina	No utiliza	450	22	3	0	0	1	0	22	41	715	0,01			
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161359535987878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	29/4/23	Infografía	Premier League	No utiliza	1.100	63	14	7	1	4	0	43	32	1.500	0,03			
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161359792952878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	29/4/23	Infografía	Premier League	No utiliza	1.900	117	9	13	0	4	1	77	29	2.499	0,05			
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161370801577878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	3/5/23	Infografía	Copa Libertadores	No utiliza	3.000	105	4.000	27	10	12	51	1.700	0	351	16.10	0,32		

https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161370825727878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	3/5/23	Infografía	Copa Libertadores	No utiliza	3.300	271	142	5	0	7	5	390	65	5.635	0,11		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161370866277878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	3/5/23	Infografía	Copa Libertadores	No utiliza	122	3	353	0	0	0	1	35	16	747	0,01		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161370866282878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	3/5/23	Infografía	Copa Libertadores	No utiliza	122	2	226	0	0	0	2	41	15	615	0,01		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161370952452878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	3/5/23	Infografía	Copa Libertadores	No utiliza	1.200	16	1.200	39	22	6	26	691	63	5.773	0,11		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161371397857878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	3/5/23	Infografía	Copa Libertadores	No utiliza	664	7	196	1	3	0	9	268	6	2.019	0,04		

https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161371516202878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	3/5/23	Infografía	Fútbol Internacional	No utiliza	664	43	13	0	0	1	0	8	3	780	0,02		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161371087982878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	3/5/23	Infografía	Messi	No utiliza	787	85	159	10	5	9	8	333	16	2.522	0,05		
facebook.com/photo/?fbid=10161371444927878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	3/5/23	Infografía	Messi	No utiliza	873	20	146	9	1	4	3	272	21	2.261	0,04		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161371414657878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	3/5/23	Infografía	Mundial Sub 20	No utiliza	2.300	190	1.000	8	1	6	11	1.20	166	9.166	0,18		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161381673497878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	7/5/23	Infografía	Clásico argentino: Boca vs River	No utiliza	1.600	267	16	3	0	7	1	192	161	3.314	0,06		

https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161381779742878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	07/5/23	Infografía	Clásico argentino: Boca vs River	No utiliza	2.400	363	232	7	1	10	2	262	200	4.928	0,10		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161381834552878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	07/5/23	Infografía	Fútbol español	No utiliza	11.00	1.400	721	7	1	80	2	749	191	17.48	0,34		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161381828382878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	07/5/23	Infografía	Fútbol Internacional	No utiliza	2.000	69	3.700	20	2	11	8	1.70 0	198	14.08	0,28		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161381855147878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	07/5/23	Infografía	Fútbol Internacional	No utiliza	27	5	0	0	0	0	0	1	1	41	0,00		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161381855232878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	07/5/23	Infografía	Fútbol Internacional	No utiliza	17	1	30	0	0	0	0	1	3	69	0,00		

https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161382084847878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	07/5/23	Infografía	Liga Profesional de Argentina	No utiliza	494	4	334	33	27	1	6	367	22	2.534	0,05		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161381634247878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	07/5/23	Infografía	SerieA - Italia	No utiliza	44	8	0	0	0	0	0	0	2	61	0,00		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161381634332878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	07/5/23	Infografía	SerieA - Italia	No utiliza	65	12	0	0	0	0	0	1	0	85	0,00		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161381813492878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	07/5/23	Infografía	SerieA - Italia	No utiliza	1.100	33	7	1	0	0	0	68	35	1.547	0,03		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161398071827878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	11/5/23	Infografía	Fútbol Internacional	No utiliza	2.100	402	23	13	0	25	2	189	327	4.611	0,09		

https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161398046187878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	11/5/23	Infografía	Messi	No utiliza	2.300	478	267	1	0	35	4	270	37	4.511	0,09		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161398186957878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	11/5/23	Infografía	Messi	No utiliza	1.200	263	453	0	0	11	3	388	35	3.781	0,07		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161397947592878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	11/5/23	Infografía	Premier League	No utiliza	15	0	0	0	0	0	0	0	1	19	0,00		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161397947597878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	11/5/23	Infografía	Premier League	No utiliza	5	0	0	0	0	0	0	0	0	5	0,00		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161397947607878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	11/5/23	Infografía	Premier League	No utiliza	8	0	0	0	1	0	0	0	0	9	0,00		

https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161398353132878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	11/5/23	Infografía	Premier League	No utiliza	2.100	315	91	2	0	13	2	129	9	3.192	0,06			
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161398377862878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	11/5/23	Infografía	Premier League	No utiliza	2.600	36	3.400	79	399	4	6	2.00	0	205	16.01	0,31		
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161398383602878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	11/5/23	Infografía	Premier League	No utiliza	1.100	99	10	0	1	7	2	34	27	1.486	0,03			
https://www.facebook.com/photo/?fbid=10161398245072878&set=pb.100050259619426.-2207520000.	11/5/23	Infografía	Premier League	No utiliza	880	22	16	0	0	1	0	44	6	1.126	0,02			
														Total	457.743	8,98		

Anexo Q: Análisis Diario Olé Instagram

Diario Olé Instagram										
Link	Fecha	Formato de contenido	Temática	Etiquetas Si/No	Me gustas	Comentarios	Total	Engagement	Medio	Seguidores
https://www.instagram.com/p/CrJuLgMu39h/	17/4/23	Infografía	Boxeo	No utiliza	15.132	144	15.708	0,65	Diario Olé	2400000
https://www.instagram.com/p/CrJuhQ-v-VS/	17/4/23	Infografía	Fútbol Europeo	No utiliza	21.639	457	23.467	0,98		
https://www.instagram.com/p/CrJ00JluuD5/	17/4/23	Infografía	Fútbol Europeo	No utiliza	20.009	232	20.937	0,87		
https://www.instagram.com/p/CrJvQK_uFbK/	17/4/23	Infografía	Liga Profesional de Argentina	No utiliza	3.437	26	3.541	0,15		
https://www.instagram.com/p/CrJxowbO_ET/	17/4/23	Infografía	Liga Profesional de Argentina	No utiliza	18.894	103	19.306	0,80		

https://www.instagram.com/p/CrJx864vxqe/	17/4/23	Infografía	Liga Profesional de Argentina	No utiliza	16.230	95	16.610	0,69		
https://www.instagram.com/p/CrJ3NL2uR24/	17/4/23	Infografía	Liga Profesional de Argentina	No utiliza	11.053	50	11.253	0,47		
https://www.instagram.com/p/CrJ6iyQulJc/	17/4/23	Infografía	Liga Profesional de Argentina	No utiliza	18.834	141	19.398	0,81		
https://www.instagram.com/p/CrJuToSA_t2/	17/4/23	Video corto	Fútbol Ecuatoriano	No utiliza	1.603	41	1.767	0,07		
https://www.instagram.com/p/CrJxt4Zg13w/	17/4/23	Video corto	Fútbol Europeo	No utiliza	1.864	25	1.964	0,08		
https://www.instagram.com/p/CrTPWEEvswW/	21/4/23	Infografía	Copa Libertadores	No utiliza	32.672	182	33.400	1,39		
https://www.instagram.com/p/CrS7fbcOAKg/	21/4/23	Infografía	Fútbol Ecuatoriano	No utiliza	2.253	41	2.417	0,10		
https://www.instagram.com/p/CrS7bvTtOLQ/	21/4/23	Infografía	Fútbol Europeo	No utiliza	3.092	19	3.168	0,13		

https://www.instagram.com/p/CrTBCszsTfP/	21/4/23	Infografía	Fútbol Europeo	No utiliza	38.880	142	39.448	1,64		
https://www.instagram.com/p/CrTJbhMOdiE/	21/4/23	Infografía	Liga Profesional de Argentina	No utiliza	76.005	153	76.617	3,19		
https://www.instagram.com/p/CrTFnmyoM_a/	21/4/23	Infografía	Mundial Sub 20	No utiliza	10.912	7	10.940	0,46		
https://www.instagram.com/p/CrTRzEMMXvt/	21/4/23	Infografía	Mundial Sub 20	No utiliza	21.773	165	22.433	0,93		
https://www.instagram.com/p/CrTQenyuODY/	21/4/23	Video corto(reel)	Copa Libertadores	No utiliza	43.939	859	47.375	1,97		
https://www.instagram.com/p/CrTONJquRPZ/	21/4/23	Video corto(reel)	Liga Profesional de Argentina	No utiliza	22.953	428	24.665	1,03		
https://www.instagram.com/p/CrTJfgiqQL8/	21/4/23	Video corto(reel)	Mundial Sub 20	No utiliza	848	7	876	0,04		
https://www.instagram.com/p/CrdlkuhuL8S/	25/4/23	Infografía	Copa Libertadores	No utiliza	3.101	63	3.353	0,14		
https://www.instagram.com/p/CrdSxPct3EC/	25/4/23	Infografía	Fútbol Europeo	No utiliza	16.400	118	16.872	0,70		

https://www.instagram.com/p/CrdXdbUNcsD/	25/4/23	Infografía	Fútbol Europeo	No utiliza	23.072	280	24.192	1,01		
https://www.instagram.com/p/Crd eM3yuxUy/	25/4/23	Infografía	Fútbol Europeo	No utiliza	19.508	389	21.064	0,88		
https://www.instagram.com/p/Crd oeZxNGIo/	25/4/23	Infografía	Fútbol Europeo	No utiliza	39.695	201	40.499	1,69		
https://www.instagram.com/p/Crd MKOItLHM/	25/4/23	Infografía	Liga Profesional de Argentina	No utiliza	28.241	285	29.381	1,22		
https://www.instagram.com/p/Crd QF7ctUM0/	25/4/23	Infografía	Liga Profesional de Argentina	No utiliza	39.527	810	42.767	1,78		
https://www.instagram.com/p/Crd Z93ktX2e/	25/4/23	Infografía	Liga Profesional de Argentina	No utiliza	41.324	104	41.740	1,74		
https://www.instagram.com/p/Crd ep-BA5Xg/	25/4/23	Video corto(reel)	Liga Profesional de Argentina	No utiliza	2.878	86	3.222	0,13		

https://www.instagram.com/p/CrdlO7aATJo/	25/4/23	Video corto(reel)	Liga Profesional de Argentina	No utiliza	7.112	130	7.632	0,32		
https://www.instagram.com/p/CrnyXpCOBGz/	29/4/23	Infografía	Fútbol Europeo	No utiliza	16.132	107	16.560	0,69		
https://www.instagram.com/p/Crny0oivu8Wl/	29/4/23	Infografía	Fútbol Europeo	No utiliza	8.631	40	8.791	0,37		
https://www.instagram.com/p/Crny9q5auM_5/	29/4/23	Infografía	Fútbol Europeo	No utiliza	17.337	61	17.581	0,73		
https://www.instagram.com/p/CroDK-RNOvC/	29/4/23	Infografía	Fútbol europeo	No utiliza	15.757	60	15.997	0,67		
https://www.instagram.com/p/Crnkrnk_pguHNN/	29/4/23	Infografía	Liga Profesional de Argentina	No utiliza	3.253	164	3.909	0,16		
https://www.instagram.com/p/Crnm0-Cok7_/	29/4/23	Infografía	Liga Profesional de Argentina	No utiliza	4.179	64	4.435	0,18		
https://www.instagram.com/p/CrnyoiusINKE/	29/4/23	Infografía	Liga Profesional de Argentina	No utiliza	4.813	55	5.033	0,21		

https://www.instagram.com/p/CrntICjtr0i/	29/4/23	Infografía	Liga Profesional de Argentina	No utiliza	6.549	34	6.685	0,28		
https://www.instagram.com/p/CroA7ljucUq/	29/4/23	Infografía	Liga Profesional de Argentina	No utiliza	31.114	241	32.078	1,34		
https://www.instagram.com/p/Crx2V7dsKYT/	29/4/23	Infografía	Copa Libertadores	No utiliza	28.416	902	32.024	1,33		
https://www.instagram.com/p/Crx3zqNMFD/	3/5/23	Infografía	Copa Libertadores	No utiliza	13.068	229	13.984	0,58		
https://www.instagram.com/p/Crx5q9ktXfS/	3/5/23	Infografía	Copa Libertadores	No utiliza	47.794	1.206	52.618	2,19		
https://www.instagram.com/p/Crx-iQvMx0g/	3/5/23	Infografía	Copa Libertadores	No utiliza	29.334	507	31.362	1,31		
https://www.instagram.com/p/CryWN-5O960/	3/5/23	Infografía	Copa Libertadores	No utiliza	16.154	338	17.506	0,73		
https://www.instagram.com/p/Crx0xifMwPo/	3/5/23	Infografía	Fútbol internacional	No utiliza	6.634	288	7.786	0,32		
https://www.instagram.com/p/CryF17fsKxw/	3/5/23	Infografía	fútbol internacional	No utiliza	15.875	148	16.467	0,69		

https://www.instagram.com/p/CryXM0MMDrG/	3/5/23	Infografía	Fútbol internacional	No utiliza	24.646	133	25.178	1,05		
https://www.instagram.com/p/CryZUSIsUTy/	3/5/23	Infografía	Fútbol internacional	No utiliza	43.106	322	44.394	1,85		
https://www.instagram.com/p/CryBLuRq0WN/	3/5/23	Video corto(reel)	Copa Libertadores	No utiliza	43.531	656	46.155	1,92		
https://www.instagram.com/p/Cr9XSCMtpR_/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	3/5/23	Infografía	Clásico argentino: Boca vs River	No utiliza	13.142	173	13.834	0,58		
https://www.instagram.com/p/Cr9XelitBSm/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	7/5/23	Infografía	Clásico argentino: Boca vs River	No utiliza	11.880	432	13.608	0,57		
https://www.instagram.com/p/Cr9YHbLARyw/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	07/5/23	Infografía	Clásico argentino: Boca vs River	No utiliza	29.664	1.348	35.056	1,46		
https://www.instagram.com/p/Cr9Yp0rPsv6/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	07/5/23	Infografía	Clásico argentino: Boca vs River	No utiliza	23.237	273	24.329	1,01		

https://www.instagram.com/p/Cr9ZM0nN5Pc/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	07/5/23	Infografía	Clásico argentino: Boca vs River	No utiliza	57.809	994	61.785	2,57		
https://www.instagram.com/p/Cr9Z1VAtWtl/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	07/5/23	Infografía	Clásico argentino: Boca vs River	No utiliza	63.776	2.053	71.988	3,00		
https://www.instagram.com/p/Cr9Z-RwNgds/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	07/5/23	Infografía	Clásico argentino: Boca vs River	No utiliza	48.666	989	52.622	2,19		
https://www.instagram.com/p/Cr9aVMINId4/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	07/5/23	Infografía	Clásico argentino: Boca vs River	No utiliza	5.954	1.007	9.982	0,42		
https://www.instagram.com/reel/Cr9Xdixgu09/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	07/5/23	Video corto(reel)	Clásico argentino: Boca vs River	No utiliza	37.794	407	39.422	1,64		
https://www.instagram.com/reel/Cr9ZC-tASux/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	07/5/23	Video corto(reel)	Clásico argentino: Boca vs River	No utiliza	60.951	1.600	67.351	2,81		

https://www.instagram.com/p/CsL68YwtJ-z/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	07/5/23	Infografía	Fútbol español	No utiliza	3.843	31	3.967	0,17		
https://www.instagram.com/p/CsLrrhsggJ/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	11/5/23	Infografía	Fútbol internacional	No utiliza	23.760	194	24.536	1,02		
https://www.instagram.com/p/CsLyW4GuWOq/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	11/5/23	Infografía	Fútbol internacional	No utiliza	23.633	111	24.077	1,00		
https://www.instagram.com/p/CsL0H_YOI62/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	11/5/23	Infografía	Fútbol internacional	No utiliza	19.860	177	20.568	0,86		
https://www.instagram.com/p/CsL-5cPuspt/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	11/5/23	Infografía	Premier League	No utiliza	9.628	41	9.792	0,41		
https://www.instagram.com/p/CsLMFBm4ufAu/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	11/5/23	Infografía	Premier League	No utiliza	9.830	38	9.982	0,42		

https://www.instagram.com/p/CsMGRUAuDw0/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	11/5/23	Infografía	Premier League	No utiliza	36.560	920	40.240	1,68		
https://www.instagram.com/p/CsMGtzeunc4/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	11/5/23	Infografía	Premier League	No utiliza	12.112	53	12.324	0,51		
https://www.instagram.com/reel/CsLup2GA7WG/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	11/5/23	Video corto(reel)	Fútbol internacional	No utiliza	6.060	143	6.632	0,28		
https://www.instagram.com/reel/CsL5rIVA2du/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==	11/05	Video corto(reel)	Fútbol internacional	No utiliza	15.973	591	18.337	0,76		
						Total	1.584.987	66,04		

Anexo R: Análisis de Diario Olé TikTok

Diario Olé TikTok											
Link	Fecha	Formato de contenido	Temática	Etiquetas Si/No	Me gustas	Comentarios	Compartir	Favoritos	Total	Engagement	Medio
https://www.tiktok.com/@diario.ole/video/7223103009230720262?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7198671305066546694	17/4/23	Video	Fútbol Internacional	Si utiliza	883	4	9	27	910	0,05	
https://www.tiktok.com/@diario.ole/video/7223126587313573126?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7198671305066546694	17/4/23	Video	Fútbol Internacional	Si utiliza	161	6	3	4	188	0,01	

https://www.tiktok.com/@diario.ole/video/7223182272747408646?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7198671305066546694	17/4/23	Video	Fútbol Internacional	Si utiliza	175	2	1	5	185	0,01	
https://www.tiktok.com/@diario.ole/video/7224162912842026245?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7198671305066546694	21/4/23	Video	Fútbol Internacional	Si utiliza	13.600	850	259	651	17.292	0,86	
https://www.tiktok.com/@diario.ole/video/7224257005307841797?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7198671305066546694	21/4/23	Video	Fútbol Internacional	Si utiliza	3.395	23	19	164	3.538	0,18	
https://www.tiktok.com/@diario.ole/video/7226030796748885254?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7198671305066546694	25/4/23	Video	Clásico argentino: Boca vs River	Si utiliza	477	21	5	8	566	0,03	Diario Olé
https://www.tiktok.com/@diario.ole/video/7226055123393367302?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7198671305066546694	25/4/23	Video	Fútbol internacional	Si utiliza	175	1	7	14	186	0,01	

https://www.tiktok.com/@diario.ole/video/7226020071171476742?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7198671305066546694	25/4/23	Video	Premier League	Si utiliza	178	1	0	4	183	0,01
https://www.tiktok.com/@diario.ole/video/7227562554653019398?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7198671305066546694	29/4/23	Video	Clásico argentino: Boca vs River	Si utiliza	14.700	69	25	415	15.092	0,75
https://www.tiktok.com/@diario.ole/video/7227636117124697350?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7198671305066546694	29/4/23	Video	Clásico argentino: Boca vs River	Si utiliza	12.800	79	178	365	13.296	0,66
https://www.tiktok.com/@diario.ole/video/7227668967647644934?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7198671305066546694	29/4/23	Video	Clásico argentino: Boca vs River	Si utiliza	4.204	26	250	241	4.493	0,22
https://www.tiktok.com/@diario.ole/video/7227689550284328197?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7198671305066546694	29/4/23	Video	Clásico argentino: Boca vs River	Si utiliza	42.200	958	1.153	1.920	47.089	2,35

https://www.tiktok.com/@diario.ole/video/7227575838743530757?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7198671305066546694	29/4/23	Video	Liga Profesional de Argentina	Si utiliza	15.000	789	858	596	18.734	0,94
https://www.tiktok.com/@diario.ole/video/7227628399890681093?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7198671305066546694	29/4/23	Video	Liga Profesional de Argentina	Si utiliza	851	107	25	26	1.298	0,06
https://www.tiktok.com/@diario.ole/video/7227619070437297414?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7198671305066546694	29/4/23	Video	Messi	Si utiliza	1.984	4	3	45	2.013	0,10
https://www.tiktok.com/@diario.ole/video/7228935527607667974?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7198671305066546694	03/5/23	Video	Copa Libertadores	Si utiliza	2.697	12	20	86	2.777	0,14
https://www.tiktok.com/@diario.ole/video/7228967519766252806?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7198671305066546694	03/5/23	Video	Copa Libertadores	Si utiliza	1.989	20	12	55	2.089	0,10

https://www.tiktok.com/@diario.ole/video/7229161217246514438?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7198671305066546694	03/5/23	Video	Liga Profesional de Argentina	Si utiliza	6.434	97	33	189	6.886	0,34	
https://www.tiktok.com/@diario.ole/video/7230526063854554373?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7198671305066546694	07/5/23	Video	Clásico argentino: Boca vs River	Si utiliza	21.800	74	136	1.259	22.479	1,12	
https://www.tiktok.com/@diario.ole/video/7230542798469057798?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7198671305066546694	07/5/23	Video	Clásico argentino: Boca vs River	Si utiliza	39.300	211	2.53	3	2.134	41.944	2,10
https://www.tiktok.com/@diario.ole/video/7230556931579055365?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7198671305066546694	07/5/23	Video	Clásico argentino: Boca vs River	Si utiliza	1.688	40	16	29	1.863	0,09	
https://www.tiktok.com/@diario.ole/video/7230557244709014789?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7198671305066546694	07/5/23	Video	Clásico argentino: Boca vs River	Si utiliza	138.400	515	2.41	6	8.042	143.679	7,18

https://www.tiktok.com/@diario.ole/video/7230576653578161414?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7198671305066546694	07/5/23	Video	Clásico argentino: Boca vs River	Si utiliza	13.300	209	866	502	14.695	0,73	
https://www.tiktok.com/@diario.ole/video/7230617146156502277?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7198671305066546694	07/5/23	Video	Clásico argentino: Boca vs River	Si utiliza	42.600	401	1.130	2.789	45.466	2,27	
https://www.tiktok.com/@diario.ole/video/7232642871214558470?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7198671305066546694	11/5/23	Video	Fútbol internacional	Si utiliza	924	6	1	9	951	0,05	
https://www.tiktok.com/@diario.ole/video/7232750695235980549?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7198671305066546694	11/5/23	Video	Messi	Si utiliza	650	24	2	20	752	0,04	
									Total	408.641	20,42