



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE QUITO

CARRERA DE COMUNICACIÓN

**ANÁLISIS DE LAS NARRATIVAS MULTIMEDIALES DE “DEPORTE TOTAL” EN
LA PLATAFORMA X**

Trabajo de titulación previo a la obtención del
Título de: LICENCIADO EN COMUNICACIÓN

AUTOR: KEVIN FERNANDO ARAQUE CIFUENTES

TUTORA: ESCOBAR TORRES JOHANNA FRANCISCA

Quito – Ecuador

2024

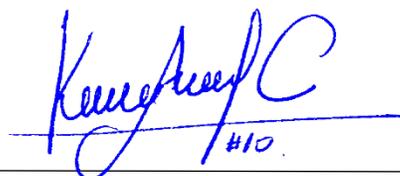
**CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN**

Yo, Kevin Fernando Araque Cifuentes con documento de identificación No. 1751369388 manifiesto que:

Soy el autor y responsable del presente trabajo; y, autorizo a que sin fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Quito, 10 de enero del 2024

Atentamente,



Kevin Fernando Araque Cifuentes

1751369388

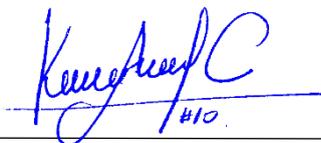
**CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO
DE TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

Yo, KEVIN FERNANDO ARAQUE CIFUENTES con documento de identificación No. 1751369388, expreso mi voluntad y por medio del presente documento cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del Artículo: “ANÁLISIS DE LAS NARRATIVAS MULTIMEDIALES DE DEPORTE TOTAL EN LA PLATAFORMA X”, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciado en Comunicación, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado, suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito, 10 de enero del 2024

Atentamente,



Kevin Fernando Araque Cifuentes
1751369388

CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Johanna Francisca Escobar Torres, con documento de identificación N° 1714010301, docente de la Universidad Politécnica Salesiana, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: “ANÁLISIS DE LAS NARRATIVAS MULTIMEDIALES DE DEPORTE TOTAL EN LA PLATAFORMA X”, realizado por Kevin Fernando Araque Cifuentes con documento de identificación N° 1751369388, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción Artículo Académico que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito 12 de enero del 2024

Atentamente,

A handwritten signature in blue ink that reads "Johanna E/s". The signature is written in a cursive style with a large 'J' and 'E'.

Lcda. Johanna Francisca Escobar Torres, PhD
1714010301

Agradecimientos

A mi estimada tutora, quiero expresar mi sincero agradecimiento por su orientación, apoyo y paciencia a lo largo de este proceso de titulación.

Agradezco a mis compañeros por el apoyo mutuo, la camaradería y las experiencias compartidas que han enriquecido este camino académico.

A mi pareja, tu comprensión, paciencia y aliento constante han sido mi mayor sostén durante este desafío académico.

A todos ustedes,

Este logro no habría sido posible sin el aporte de cada persona mencionada. Agradezco sinceramente su contribución a mi trayectoria académica y personal.

Dedicatoria

A mis padres y hermanos, fuentes de inspiración a pesar de la distancia. Su constante apoyo y amor han sido el cimiento de este camino académico.

A mi querido tío Germán, compañero en este trayecto, siempre brindándome aliento y sabiduría en cada etapa de esta travesía académica. Agradezco sinceramente tu apoyo y amistad, que han sido un pilar fundamental en mi camino hacia la culminación de este proyecto.

A mis queridos abuelitos, este logro académico está impregnado con los valores y enseñanzas que ustedes me han transmitido a lo largo de los años.

A todos ustedes, mi familia, este logro académico lleva impreso su amor y aliento.

RESUMEN

En la era digital, las redes sociales se han transformado en un escenario crucial para la difusión de información y la interacción con los usuarios, especialmente en el ámbito deportivo. En este contexto, se abordó un análisis detallado de las publicaciones del medio deportivo "Deporte Total" en la plataforma X, centrándose en comprender la interacción de los usuarios con sus contenidos. La elección de este medio se fundamentó en la observación de que, a pesar de la creciente popularidad de las publicaciones deportivas en redes sociales, las interacciones en ciertos perfiles, como el de Deporte Total, parecen ser más limitadas en comparación con otras fuentes deportivas.

La metodología adoptada para este estudio fue mixta, combinando enfoques cualitativos y cuantitativos. Se realizaron análisis de contenido detallados, examinando las narrativas, la frecuencia de ciertos contenidos y la estructura narrativa en las publicaciones de Deporte Total. Además, se llevaron a cabo análisis cuantitativos para evaluar la interacción de los usuarios, considerando el número de likes, comentarios, vistas y reposts.

Los resultados preliminares sugieren que, a pesar de la relevancia de las temáticas deportivas, las publicaciones de Deporte Total enfrentan desafíos en términos de interacción. Contrario a la tendencia observada en otros medios deportivos, las publicaciones de ciclismo destacaron como las más atractivas para los usuarios de Deporte Total.

En cuanto a la teoría de la Agenda Setting, se exploró cómo Deporte Total configura la agenda deportiva para sus usuarios, destacando la promoción de deportes menos populares, como el ciclismo, en un intento de ampliar la variedad de temas relevantes para los usuarios.

Este análisis busca arrojar luz sobre las dinámicas de interacción en el ámbito deportivo digital, ofreciendo perspectivas valiosas para ajustar estrategias editoriales y mejorar la conexión con los usuarios.

Palabras clave: Narrativas Multimediales, Agenda Setting, Deporte Total, Plataforma

X

ABSTRACT

In the digital era, social media has become a crucial platform for information dissemination and user interaction, particularly in the sports domain. In this context, a detailed analysis was conducted on the posts of the sports media outlet "Deporte Total" on the X platform, focusing on understanding user interaction with its content. The choice of this outlet was based on the observation that, despite the growing popularity of sports posts on social media, interactions on certain profiles, such as Deporte Total's, appear to be more limited compared to other sports sources.

The methodology adopted for this study was mixed, combining qualitative and quantitative approaches. Detailed content analyses were carried out, examining narratives, the frequency of specific content, and the narrative structure in Deporte Total's posts. Additionally, quantitative analyses were conducted to assess user interaction, considering the number of likes, comments, views, and reposts.

Preliminary results suggest that, despite the relevance of sports topics, Deporte Total's posts face challenges in terms of interaction. In contrast to the observed trend in other sports media, cycling posts stood out as the most attractive to Deporte Total's users.

Regarding the Agenda Setting theory, the study explored how Deporte Total shapes the sports agenda for its users, emphasizing the promotion of less popular sports, such as cycling, in an attempt to broaden the variety of relevant topics for users.

This analysis aims to shed light on the dynamics of interaction in the digital sports domain, providing valuable insights to adjust editorial strategies and enhance the connection with users.

Keywords: Multimedia Narratives, Deporte Total, X Platform, Agenda Setting

Tabla de Contenido

INTRODUCCIÓN.....	1
Comunicación en el ámbito deportivo	3
Comunicación digital y transmedia en programas deportivos	4
Estrategias de posicionamiento en la plataforma X	6
Creación de contenidos y narrativas multimediales	6
Metodología.....	9
Matriz de Análisis de Contenido	11
Resultados.....	13
<i>Tabla 01. Campeonato Nacional de Ruta mes de enero 2023</i>	<i>14</i>
<i>Tabla 02. Campeonato Nacional de Ruta mes de febrero 2023.....</i>	<i>15</i>
Tabla 03. Riobamba finalizó la Vuelta Ciclística Femenina y Vuelta	17
<i>Tabla 04. La competencia de downhill "Panecillo 3000" volvió a la capital después de 10 años.....</i>	<i>18</i>
<i>Tabla 05. Jessica Palacios ganó tres medallas de plata en el Mundial Prejuvenil de Levantamiento de Pesas.....</i>	<i>19</i>
<i>Tabla 06. La karateca tricolor @jakyfactos hizo un balance de su año y lo que espera para el próximo #NotasDT informa</i>	<i>20</i>
<i>Tabla 07. Hijo de Ronaldinho está a prueba con el Juvenil A del Barça</i>	<i>22</i>
<i>Tabla 08. Patrick Mahomes hizo historia como MVP del Super Bowl LVII.....</i>	<i>23</i>
<i>Tabla 09. La FIFA saca a la luz la escena completa entre Messi y Weghorst antes del "¿Qué mirás, bobo?"</i>	<i>24</i>
<i>Tabla 10. 50 metros a puro regate y asistencia: el "baile" de Yeferson Soteldo a Medel para el golazo de Salomón Rondón en Venezuela Chile Infobae</i>	<i>25</i>
<i>Tabla 11. 50 millones por las camisetas mundialistas de Messi.....</i>	<i>26</i>
<i>Tabla 12. Vitor Roque ya está en Barcelona.....</i>	<i>27</i>
Conclusiones.....	29
Referencias.....	32

INTRODUCCIÓN

En el paisaje mediático ecuatoriano, Deporte Total se posiciona como un referente en la comunicación deportiva digital, marcando un antes y después en la historia del periodismo deportivo del país. Este programa empezó a desarrollarse en la plataforma X, lo que le da un papel crucial al adaptarse y usar las tecnologías digitales para narrar y difundir las historias deportivas más allá de los formatos tradicionales. En este contexto, la relevancia de este trabajo radica en la comprensión del manejo y el uso de las narrativas multimediales de Deporte Total en la plataforma X, de esta forma se analiza si la difusión del programa en esta red contribuye en la gestión de marca dentro del deporte ecuatoriano y si aumenta la interacción y experiencia para los usuarios.

Desde sus inicios en 1972, Deporte Total fue testigo de la evolución del panorama deportivo ecuatoriano, convirtiéndose en un aporte que no solo muestra el desarrollo de los eventos deportivos, sino que también se enfoca en un eje transversal hacia distintas disciplinas. Este programa ha evolucionado a través del tiempo, consolidándose como un medio emblemático que creció junto con su audiencia y a su vez, fue parte de un proceso continuo de transformaciones tecnológicas. Así, entender el significado de Deporte Total para el deporte ecuatoriano implica investigar cómo gestiona su marca para forjar una identidad deportiva nacional, destacando no solo los logros y desafíos, sino también las historias menos visibles pero igualmente significativas (Solórzano, 2015).

En el entorno digital de la plataforma X, parecería que Deporte Total encontró un espacio propicio para amplificar sus narrativas, en ese sentido se analiza si éstas le permiten expandirse para un mayor alcance y participación. Por ello, se explora la relevancia de este programa en el contexto de X, lo que implica comprender cuáles son sus estrategias sobre las dinámicas digitales para construir puentes con usuarios, *stakeholders* y/o prosumidores; con la opción de redefinir así la experiencia deportiva en el espacio virtual. Este trabajo se sumerge en el análisis detallado de las estrategias narrativas audiovisuales e hipermediales utilizadas por Deporte Total en X, basándose en la competencia y complejidad de la comunicación deportiva contemporánea en la era digital.

En la investigación se realizó un análisis exhaustivo de las narrativas y el enfoque comunicativo presentes en las publicaciones de Deporte Total en la plataforma X, con el objetivo de desarrollar estrategias efectivas en el ámbito periodístico. Para alcanzar este

propósito, se realizan distintas tareas que abordan aspectos de la comunicación digital y la construcción de narrativas en el contexto deportivo. Se busca conceptualizar la comunicación digital, centrándose en la creación de narrativas específicas para el ámbito deportivo y la transmisión efectiva de información relacionada con perspectivas periodísticas. Seguidamente, se pretende determinar el enfoque comunicativo y los elementos narrativos empleados en las propuestas audiovisuales de Deporte Total, con un énfasis particular en la construcción de la marca del medio. Es así que, se persigue la interpretación detallada de las narrativas presentes en las publicaciones de Deporte Total en la plataforma X, identificando aquellas que contribuyen significativamente a la creación de contenido estratégico en el medio, brindando así una visión integral de la comunicación deportiva digital en la era contemporánea.

Ante este análisis es necesario entender qué es una narrativa, por lo que se considera al autor Scolari (2013), quien especifica que la narrativa se representa en la forma en que se narran historias a través de múltiples medios y plataformas, utilizando diferentes elementos como texto, imágenes, audio y video para construir una experiencia coherente y completa para los usuarios. En el enfoque transmedia, la narrativa se expande más allá de un solo medio, integrando componentes diversos que enriquecen y complementan la historia principal. Destaca la importancia de entender cómo las narrativas se desarrollan y se entrelazan a lo largo de diferentes medios, y cómo esta práctica afecta la participación del público. En lugar de limitarse a un único canal de comunicación, las narrativas transmedia buscan aprovechar las fortalezas de cada medio para construir una experiencia más inmersiva y participativa para los usuarios. Este enfoque permite que la historia se despliega de manera más completa y se adapte a las características específicas de cada plataforma, aprovechando al máximo las posibilidades de la comunicación digital contemporánea.

Para Jenkins (2008) propone que en el contexto de la convergencia mediática se narran todas las historias que tienen un significado, y de esta manera se promociona todas las marcas y se logra atraer a todos los consumidores a través de diversas plataformas mediáticas. También destaca que el tema de la convergencia implica todo los elementos culturales porque esto motiva a los consumidores a buscar nueva información y así establece relaciones con contenidos mediáticos.

Para Ríos Hernández & Pinto Arboleda (2019) sostienen que la aplicación de narrativas se emplea con el propósito de generar conocimiento, para incorporar ideas que sean novedosas y presentarlas en el ámbito de la mediación para posicionar un producto que tenga diferentes

enfoques. Esto se puede realizar para comunicar cualquier tipo de idea en las plataformas sociales dirigidas a los usuarios.

En este contexto, es necesario explorar teorías y conceptos clave relacionados con la comunicación deportiva, las redes sociales y la narrativa digital desempeñan un papel fundamental en la investigación sobre las narrativas multimediales en la plataforma de X de Deporte Total. Estos enfoques teóricos permiten una apreciación más completa de la dinámica de la comunicación deportiva en la era digital y cómo estas teorías contribuyen con el análisis de las narrativas multimediales en el contexto de Deporte Total en X.

Comunicación en el ámbito deportivo

La comunicación en el periodismo deportivo ha experimentado una transformación significativa con la afluencia de Internet y las redes sociales. La aparición de plataformas digitales, en particular X, ha revolucionado la forma en que se producen, difunden y consumen noticias deportivas. En este nuevo escenario, la velocidad de la información es clave, y las redes sociales se han convertido en vectores eficaces para la rápida transmisión de contenidos periodísticos. Los periodistas deportivos ahora encuentran en estas plataformas la oportunidad de interactuar directamente con los usuarios, fortalecer sus marcas personales y recibir *feedback* instantáneo, redefiniendo así la dinámica tradicional de la comunicación unidireccional.

Por lo que Billings (2010) plantea que “el deporte se percibe como algo innovador que ofrecía una satisfacción inmediata a aquellos que consumían el juego con entusiasmo” (p. 21) y complementa que el concepto de alfabetismo mediático deportivo en la era de los medios generados por el usuario implica más que simplemente analizar los mensajes de los proveedores de medios; también implica la capacidad de generar mensajes alfabetizados sobre el deporte. La interacción entre los consumidores y los medios puede desencadenar debates y controversias a gran escala, especialmente con la viralidad de los comentarios mediáticos en plataformas en línea. Esto subraya la importancia de una alfabetización mediática que incluya tanto la creación como la interpretación de contenido deportivo.

Los usuarios ya no son pasivos; más bien, desempeñan un papel activo donde crean una narrativa periodística. En este contexto, X se posiciona como una fuente principal de

información para medios convencionales, anticipando noticias que luego se desarrollan en diversas plataformas. Esta evolución ha impactado tanto en la aparición de nuevos medios digitales especializados como en la reorientación de los medios tradicionales hacia un enfoque más analítico y la búsqueda de historias significativas. La escritura sobre deportes ha evolucionado hacia la entrega de contenidos más elaborados y la exploración de temas más profundos, desafiando la urgencia de la cobertura inmediata. La comunicación en el periodismo deportivo se caracteriza por una interacción más directa con los usuarios, una rápida transmisión de información y un enfoque más profundo en el análisis y las narrativas trascendentales (Rojas Torrijos, 2014).

En el ámbito del periodismo deportivo, las estadísticas desempeñan un papel fundamental, permeando prácticamente todas las crónicas y análisis. Estos datos, que van desde detalles específicos de un partido hasta registros acumulativos de temporadas o carreras, proporcionan una visión clara del desempeño de los equipos y deportistas. La integración de estadísticas se ha vuelto aún más evidente en los medios digitales, donde gráficos interactivos y visualizaciones de datos enriquecen la narrativa deportiva. Esta tendencia, conocida como periodismo de base de datos, ha sido adoptada por medios visibles como The New York Times y The Guardian, quienes aprovechan grandes eventos deportivos para explorar nuevas formas de presentar información mediante herramientas digitales. Este enfoque innovador busca aprovechar al máximo la riqueza de datos generados en el mundo del deporte, marcando una evolución significativa en el periodismo deportivo contemporáneo.

Comunicación digital y transmedia en programas deportivos

En la presente investigación, se examina la transformación del deporte en la era digital y su influencia en los programas deportivos, destacando la adaptación a nuevos formatos de comunicación para alcanzar una audiencia más amplia y lograr una mayor difusión social. Este cambio se manifiesta a través de la incorporación de elementos visuales, videos y reportajes multimedia en el periodismo deportivo, superando la simple cobertura deportiva para centrarse en los atletas como figuras icónicas influidas no sólo por la televisión, sino también por la era digital (Barrezueta et al., 2022).

Los medios convencionales (radio, prensa y televisión) construyen sus propias adaptaciones en línea para mejorar sus recursos informativos y para beneficiarse de las concordancias que permite la conexión en línea en términos de fidelización o de apertura de mercados

(Moragas, 2007). De la misma forma este autor destaca que existe una relación entre el deporte y la comunicación a lo largo del tiempo, todo esto gracias a que se retomaron los Juegos Olímpicos en 1894, y que fue a partir de este acontecimiento donde la TV cambió la forma de ver el deporte.

Por lo tanto, Moragas (2007), considera que para el deporte profesional la participación de los medios fue primordial, ya que hasta los años setenta, el deporte mantenía una relación de dependencia con respecto a los medios de comunicación, debido que estos ejercían una influencia en el deporte. Sin embargo, con la llegada de las transmisiones en vivo, esta situación cambió rápidamente, y desde este momento los medios sólo transmitían información acerca de los deportes convirtiéndose también en coautores.

El análisis de la transmedia en la intersección entre la comunicación y el deporte busca comprender el papel desempeñado por estos nuevos formatos, que han evolucionado hacia una forma de comunicación deportiva con implicaciones significativas en términos de marketing y beneficios económicos no solo para el ámbito deportivo, sino también para otros medios a los que se ha extendido. La investigación explorará la innovación en la cultura deportiva contemporánea, examinando casos que contribuyan a la presencia del deporte en diversas formas de contenido, como documentales, películas y colecciones de cromos. Este estudio busca responder preguntas fundamentales sobre los motivos detrás de este cambio hacia otros formatos, las raíces de estas transformaciones y cómo estos contenidos benefician tanto social como económicamente a las distintas plataformas donde han ganado relevancia. (Barrezueta et al., 2022).

El escenario digital descrito ha transformado significativamente la dinámica del periodismo deportivo, convirtiéndose en un catalizador clave para la comunicación digital y transmedia en programas deportivos. La irrupción de Internet y las redes sociales, especialmente Twitter, ha redefinido la forma en que se producen y difunden noticias deportivas. Las redes sociales no solo se han convertido en un canal eficaz para la rápida difusión de primicias informativas, sino que también han alterado la rutina diaria de los informadores deportivos. Ahora, estos profesionales encuentran en las plataformas digitales oportunidades sin precedentes para interactuar con los usuarios, fortalecer su marca periodística y obtener un valioso *feedback*.

Estrategias de posicionamiento en la plataforma X

En línea con la perspectiva de Carlos Scolari (2013) sobre narrativas multimediales, el análisis de estrategias de posicionamiento en redes sociales para programas deportivos en la plataforma X se presenta como un componente vital. Al explorar las narrativas que se extienden a través de diversos medios, se busca entender cómo estas estrategias impactan en la construcción de la identidad del programa y en la conexión con los usuarios. Si bien Scolari se centra en la interacción de medios en general, aquí nos dirigimos específicamente a la integración y optimización de contenido en redes sociales para fortalecer el posicionamiento de programas deportivos en el entorno digital.

Aborda las narrativas visuales como una parte esencial en la construcción de narrativas multimedia. Analiza cómo las imágenes y gráficos desempeñan un papel importante en la comunicación de mensajes, su estética visual, etc. De esta forma Scolari (2013) explora cómo las imágenes pueden comunicar información, emociones, y significados de manera efectiva en las narrativas multimedia.

Uno de los soportes virtuales más relevantes para Hütt Herrera (2012) es el sitio web, puesto que representa la cara de una empresa en el ciberespacio, y el éxito de esta herramienta depende fundamentalmente de la precisión con la que se han dispuesto los contenidos y del diseño adecuado de su interfaz. No importaría el esquema de navegación de los sitios web, mientras sean eficaces, atractivos, intuitivos y accesibles, por lo tanto, se continúan explorando diversas maneras de crear contenido y gestionar marcas, con la finalidad de brindar información y facilitar el reconocimiento de la imagen corporativa.

Creación de contenidos y narrativas multimediales

Una de las preocupaciones que tienen a nivel global las organizaciones es la forma de crear contenidos que ayuden a posicionar sus marcas, puesto que los medios tienen transformaciones inmediatas y los mensajes son efímeros. Desde esa perspectiva, Henry Jenkins (2008) explora la convergencia mediática y su influencia en la cultura, la narrativa y la participación de los usuarios en la era digital, en dónde resalta cómo ideas de la convergencia de medios implica la interconexión de diversas formas de tecnología y medios.

En el contexto de la comunicación deportiva, esto se traduce en la unión de la transmisión televisiva y las plataformas digitales como X. Deporte Total se beneficia al utilizar

X para enriquecer su narrativa y llegar a una audiencia más extensa. Enfatiza la importancia de que los usuarios participen activamente en la creación y distribución de contenido. Los seguidores que se involucran en la conversación en X se convierten en parte activa de la narrativa de Deporte Total. Pueden comentar, *retuitear*, compartir contenido y contribuir con su propio material, lo que mejora la experiencia del público.

Para Costa Sánchez & Piñeiro Otero, (2012) en época de la convergencia se experimenta un surgimiento de narrativas audiovisuales innovadoras, mismas que se despliegan en los diferentes medios, permitiendo al usuario cambiar de fuente de información. Los autores de contenido transmedia deben definir el momento de inicio de cada una de las plataformas, asegurándose de que estos se alineen con el propósito para el cual fueron creados, y se debe considerar el nivel de experiencia que tendrá el usuario en estas plataformas y el grado de participación que tendrá en esta.

De acuerdo con Henry Jenkins (2008) las narrativas multimediales son historias que evolucionan y se propagan a lo largo de diversas plataformas y medios de comunicación; por lo que ya no se limitan a un solo medio, existe una propagación a través de la interacción entre diversas plataformas mediáticas. Entonces, este autor destaca el concepto de conocimiento colectivo donde los usuarios contribuyen a la comprensión y desarrollo de una narrativa compartida.

En el contexto de Deporte Total, esto se manifiesta en cómo los seguidores comparten información, opiniones y conocimiento sobre eventos deportivos, enriqueciendo así la narrativa colectiva en línea. La elaboración visual se centra en la creación de gráficos con el objetivo de facilitar la comprensión del mensaje principal. La composición narrativa se basa en el grafismo, que, según el autor, se refiere a un diseño estructurado que integra de manera estética el texto y la imagen. Se emplea una combinación de elementos visuales para expresar una serie de conceptos que culminan en la comprensión final del mensaje.

De acuerdo con Boragina et al (2021) al realizar la transición de los medios de comunicación tradicionales a las redes sociales como plataformas de difusión, es esencial que se hagan entender y establezcan un vínculo con sus usuarios. A partir de este punto, se desarrolla una narrativa que busca construir un significado específico para transmitir un mensaje. En este proceso, los medios se ajustan a las preferencias de los usuarios, ya que estas tienen la capacidad de decidir si prestar atención al contenido publicado o explorar otras fuentes

de información. Por lo tanto, para establecer un vínculo duradero, es crucial realizar una construcción adecuada de las narrativas, especialmente en el ámbito audiovisual, lo cual se logra mediante un estudio apropiado del grupo objetivo.

Metodología

Este trabajo se enfoca en el análisis de contenido de Deporte Total en la plataforma X, por lo que se considera apropiado revisar diversas publicaciones propuestas por el programa, con la idea de entender si la visión organizacional es adecuada para plantear estrategias de posicionamiento de imagen o para replantear los contenidos creados hasta la actualidad. Entonces, se examina cada narrativa entre las interacciones de los usuarios, la frecuencia de ciertos datos, los seguidores que mantiene el sitio y los comentarios que tiene el espacio; es así que se establecen categorías de análisis para indagar cómo se construyen las narrativas deportivas en entornos digitales.

Por lo tanto, desde este tipo de análisis se cumple con el paradigma interpretativo y no sólo descriptivo sobre la plataforma X de Deporte Total, con la idea de reconocer la naturaleza subjetiva de la realidad y a la vez, esta exploración de cómo los participantes en la comunicación deportiva atribuyen significado a las experiencias mediáticas.

Además, se entiende que es relevante incorporar elementos de la Agenda Setting, para entender la dinámica de la comunicación digital y transmedia en programas deportivos; especialmente en Deporte Total en la plataforma X. Esta teoría sugiere que los medios de comunicación tienen la capacidad de influir en los usuarios al resaltar ciertos temas, configurando así la agenda pública y determinando qué asuntos son percibidos como relevantes (Rodríguez García et al., 2015). En el contexto de Deporte Total, esta teoría proporciona una lente analítica para evaluar cómo la elección de temáticas específicas, como el ciclismo o los logros deportivos de atletas ecuatorianos, impacta en la atención y participación de los usuarios.

Al considerar la Agenda Setting, se pueden revelar patrones de enfoque editorial, estrategias de destacar ciertos deportes o eventos, y el impacto de estas decisiones en los usuarios. En última instancia, incorporar la teoría de la Agenda Setting fortalece el análisis al proporcionar un marco teórico robusto que ilumina la dinámica entre los medios de comunicación deportivos y la percepción pública, ofreciendo una visión más completa y contextualizada de la estrategia de Deporte Total en la plataforma X.

Determinando estos lineamientos relacionados a la investigación, se establece un tipo de enfoque mixto, abarcando tanto lo cualitativo como lo cuantitativo, para obtener una comprensión más completa de la realidad social de los usuarios; lo cual, facilitará la interpretación de datos, extrayendo *insights* significativos sobre el impacto, la efectividad y la

recepción de las narrativas, contribuyendo al conocimiento en el ámbito de la comunicación deportiva digital y transmedia.

Durante la investigación, se realizará un análisis exhaustivo de las publicaciones de Deporte Total en el año 2023, considerando como relevantes publicaciones de los primeros y últimos trimestres. La elección de analizar las publicaciones de Deporte Total en X durante el primer y último trimestre del año responde a la intención de capturar y comprender las dinámicas más recientes y actuales en el ámbito deportivo y comunicacional. Estos periodos específicos permiten obtener una visión detallada de la evolución de Deporte Total en su presencia digital a lo largo del año 2023. Analizar las publicaciones en estos trimestres facilita una evaluación más precisa de la interacción entre el medio y sus usuarios, proporcionando información valiosa para el desarrollo de estrategias periodísticas y la mejora continua de la plataforma. Además, esta selección temporal se alinea con el objetivo de entender cómo Deporte Total ha construido sus narrativas en dicha plataforma a lo largo del año y cómo ha respondido a eventos deportivos relevantes en diferentes momentos.

Ya que los posts de este último año reflejan la identidad del medio. Este enfoque temporal específico describe las dinámicas más recientes en el ámbito deportivo y comunicacional, proporcionando una visión detallada de la evolución de Deporte Total en su presencia digital. Se analizarán las publicaciones del primer y último trimestre del año con más interacciones, así como aquellas con menos interacciones, para evaluar la interacción entre el medio y sus usuarios.

La implementación de la matriz propuesta para el análisis de las publicaciones de Deporte Total en Twitter se presenta como una herramienta esencial para desentrañar las complejidades de las narrativas y estrategias comunicativas en el ámbito deportivo digital. La matriz, como instrumento detallado y sistemático, permitirá examinar diversas dimensiones de las publicaciones, desglosando elementos clave que definen la presencia y la interacción de Deporte Total en la plataforma.

Matriz de Análisis de Contenido

Publicación con más interacciones

Lead	Lead o resumen de la publicación en X.
Uso de Hashtags	Si la publicación hace uso de hashtags
Elementos Gráficos	Si la publicación publica imágenes o videos que van de acuerdo con el contexto.
Estrategias de Marca	Si Deporte Total impregna su marca en las distintas publicaciones de X
Actualidad y Relevancia	Si la publicación es actual y tiene relevancia para los usuarios
Likes y Alcance	Cantidad de likes y veces que fue vista la publicación.
Comentarios	Número de comentarios
Fecha	Fecha de publicación.
URL	

A través de la categorización de aspectos como el tipo de contenido, la interactividad, el uso de multimedia y estrategias de marca, esta matriz facilitará una evaluación rigurosa y estructurada de cómo Deporte Total, a través de la plataforma X, se posiciona y se comunica en el entorno digital. Este análisis minucioso será fundamental para extraer *insights* valiosos que orientarán el desarrollo de estrategias periodísticas y la construcción de narrativas efectivas en el ámbito deportivo.

A través de diferentes aspectos como el tipo de contenido, la interactividad, el uso de multimedia y estrategias de marca, la presente matriz facilitará una evaluación rigurosa y estructurada de como Deporte Total a partir de la plataforma X, se posiciona y comunica en el entorno digital.

Resultados

En la era digital, las redes sociales desempeñan un papel fundamental en la difusión de información y la interacción con los usuarios por parte de las principales cadenas de comunicación, y X se destaca como una de las plataformas más prominentes que ha transformado la forma de crear contenido. El medio de comunicación que cuenta con 16.300 seguidores en esta plataforma tiene una construcción de narrativas que se basa en elementos visuales, especialmente imágenes contextualizadas que crean escenarios vinculados a las noticias. Este enfoque busca generar empatía entre los usuarios y dar significado al contenido. Deporte Total en X se esfuerza por establecer una conexión amigable con los usuarios al publicar noticias deportivas a nivel local e internacional.

La estrategia editorial se inclina hacia un enfoque subjetivo, destacando el punto de vista del deportista para que los usuarios se identifiquen con su experiencia en eventos deportivos. Además, se promocionan carreras locales en Ecuador. Las publicaciones suelen presentar a figuras como Alberto Astudillo, Alfonso Laso, Antonella Iglesias o Hugo Quintana, quienes ofrecen una breve introducción antes de presentar el reportaje o la nota periodística. Estos reportajes siempre incluyen imágenes o videos que complementan y mejoran la comprensión del contexto de la historia.

Tabla 01. Campeonato Nacional de Ruta mes de enero 2023

Publicación con más interacciones de enero



Lead	El Campeonato Nacional de Ruta será en febrero de 2023.
Uso de Hashtags	#NotasDT
Elementos Gráficos	Competencia acerca del Campeonato Nacional de Ruta.
Estrategias de Marca	Deporte Total realiza una nota personalizada y la subió a X, dedicado para usuarios que siguen el ciclismo.
Actualidad y Relevancia	La publicación era relevante para los usuarios ya que tuvo varias interacciones.
Likes y Alcance	21 likes; fue visto 2000 veces
Comentarios	0 comentarios
Fecha	19 de enero 2023
URL	https://x.com/DeporteTA/status/1616101001336918022?s=20

Nota. Matriz de publicación con más likes de enero de 2023.

En el lead de publicaciones el medio de comunicación suele poner un hashtag denominado "Notas DT", en Deporte Total se presenta como una estrategia distintiva para referirse a las notas periodísticas realizadas por el medio de comunicación durante la primera emisión del noticiero deportivo. El término "DT" alude a "Deporte Total", marcando una identidad propia y un sello característico de la plataforma. Estas notas, identificadas con el hashtag "Notas DT", tienen una duración limitada a 02 minutos como máximo, sugiriendo un formato conciso y ágil para mantener la atención de los usuarios.

Tabla 02. Campeonato Nacional de Ruta mes de febrero 2023

Publicación con más likes del mes de Febrero



Lead	No te pierdas este domingo 12 de febrero el Campeonato Nacional de Ruta 2023 organizado por @FedeCiclismoEcu con los mejores ciclistas del país solo por @teleamazonasec Transmisión en web desde las 9h00 am Y en TV abierta desde las 10h30 am
------	--

Uso de Hashtags	No posee hashtags
-----------------	-------------------

Elementos Gráficos	Los elementos gráficos corresponden a la competencia y los participantes ecuatorianos.
--------------------	--

Estrategias de Marca	Como Deporte Total genera un anuncio para los fans del ciclismo
----------------------	---

Actualidad y Relevancia	Fue relevante para los fans del ciclismo y la actualidad corresponde al momento de la competencia
Likes y Alcance	34 likes; 7000 veces se vio el video
Comentarios	3 comentarios
Fecha	07 de febrero 2023
URL	https://x.com/DeporteTA/status/1623030628777136128?s=20

Nota Matriz de publicación con más likes en el mes de febrero

Al mostrar cómo Deporte Total, a través de sus estrategias de promoción y destacando eventos específicos como la carrera ciclística, siendo una de las publicaciones que más interacciones se pudo encontrar, se lo puede relacionar con la Teoría de la Agenda Setting, La elección de resaltar el ciclismo como tema destacado en las publicaciones mensuales sugiere que el medio está influyendo en la percepción de los usuarios, priorizando y destacando este deporte en particular. La consistencia en la preferencia de los usuarios a lo largo del año refuerza la idea de que los medios de comunicación, como Deporte Total, desempeñan un papel fundamental al establecer y mantener temas relevantes en la agenda pública, influyendo así en las preferencias y percepciones de los usuarios en relación con el ciclismo y otras temáticas deportivas. A pesar del éxito de las publicaciones relacionadas con el ciclismo en Deporte Total en la plataforma X, existe una característica notable en la estrategia de interacción. A lo largo del análisis, se ha notado que Deporte Total no realiza un llamado explícito a sus usuarios para que interactúen con las publicaciones ni invita activamente a compartir opiniones. La ausencia de un estímulo directo por parte de Deporte Total podría representar una oportunidad para fortalecer el compromiso y fomentar una participación más activa de los usuarios.

Tabla 03. Riobamba finalizó la Vuelta Ciclística Femenina y Vuelta

Publicación con más interacciones mes de octubre



Lead	En Riobamba finalizó la Vuelta Ciclística Femenina y Vuelta a la Juventud 2023 #NotasDT
Uso de Hashtags	#NotasDT
Elementos Gráficos	Momentos de la competencia.
Estrategias de Marca	Diego Almeida realiza una nota para esta carrera.
Actualidad y Relevancia	La nota de la carrera fue relevante para los usuarios, y su actualidad corresponde al informe de la carrera.
Likes y Alcance	8 likes; 983 veces fue vista la publicación
Comentarios	0 comentarios
Fecha	18 de octubre 2023
URL	https://x.com/DeporteTA/status/1714661440500482365?s=20

Nota. Matriz de publicación con más likes en octubre

Tabla 04. La competencia de downhill "Panecillo 3000" volvió a la capital después de 10 años

Publicación con más likes mes de noviembre



Lead	La competencia de downhill "Panecillo 3000" volvió a la capital después de 10 años.
Uso de Hashtags	#NotasDT
Elementos Gráficos	Momentos destacados de la competencia.
Estrategias de Marca	Alberto Astudillo realiza una presentación corta de la nota.
Actualidad y Relevancia	La actualidad corresponde al ciclismo, debido a que se la publicó a las pocas horas de culminado el evento.
Likes y Alcance	12 likes; 1000 veces fue reproducido el video.
Comentarios	0 comentarios
Fecha	14 de noviembre 2023
URL	https://x.com/DeporteTA/status/1724520311159128337?s=20

Nota. Publicación con más likes del mes de noviembre

Por otra parte también se observa que las publicaciones acerca del ciclismo fueron aquellas que tuvieron más likes y comentarios, las publicaciones más populares en la cuenta de Deporte Total, en términos de likes, revelan patrones interesantes. El promedio de likes por publicación es de 18.75, destacando la atención significativa en comparación con el promedio general de likes. Además, el alcance promedio de estas publicaciones es de 2495.75, representando un considerable 15.48% del total de seguidores. Este análisis destaca la importancia de comprender el tipo de contenido que genera mayor participación y visibilidad en los usuarios.

Tabla 05. Jessica Palacios ganó tres medallas de plata en el Mundial Prejuvenil de Levantamiento de Pesas

Publicación con más likes del mes de marzo 2023



Lead	Jessica Palacios ganó tres medallas de plata en el Mundial Prejuvenil de Levantamiento de Pesas. Revise cómo fue toda su participación a continuación
Uso de Hashtags	No usa hashtags
Elementos Gráficos	Momento en que la participante está compitiendo en su disciplina y su premiación
Estrategias de Marca	Deporte Total realiza una nota con voz en off por parte del presentador Alberto Astudillo

Actualidad y Relevancia	La actualidad es la adecuada, puesto que la participante acababa de competir en el torneo
Likes y Alcance	21likes; 6000 veces fue reproducido el video
Comentarios	0 comentarios
Fecha	29 marzo 2023
URL	https://x.com/DeporteTA/status/1641163259737788416?s=20

Nota Matriz de publicación con más likes en el mes de marzo

Tabla 06. *La karateca tricolor @jakyfactos hizo un balance de su año y lo que espera para el próximo #NotasDT informa*

Publicación con más likes del mes de diciembre 2023



Lead	La karateca tricolor @jakyfactos hizo un balance de su año y lo que espera para el próximo #NotasDT informa @dgo_almeida
Uso de Hashtags	No usa hashtags

Elementos Gráficos	Entrevista a deportista y videos de sus participaciones
Estrategias de Marca	Alberto Astudillo realiza una presentación corta de la nota. Entrevista exclusiva con Deporte Total
Actualidad y Relevancia	La actualidad corresponde a la competencia y al momento que vive la deportista.
Likes y Alcance	24 likes; 6 000 veces reprodujeron el video
Comentarios	0 comentarios
Fecha	28 de diciembre de 2023
URL	https://x.com/DeporteTA/status/1740463890666758319?s=20

Nota Matriz de publicación con más llikes en el mes de marzo

Los resultados revelan que entre las publicaciones con la mayor cantidad de *likes*, se destacan aquellas que celebran los logros deportivos de atletas ecuatorianos en competencias internacionales. En particular, se identificaron dos publicaciones que resaltan los éxitos de deportistas ecuatorianas al conseguir medallas en eventos internacionales.

Las publicaciones que destacan los logros de deportistas ecuatorianos han generado un promedio de 22.5 likes, con un alcance constante de 6,000 reproducciones de video en ambas publicaciones. Estos resultados indican un nivel consistente de interacción y visibilidad en los usuarios, sin embargo, no se proporciona información sobre el número total de seguidores, lo que limita la capacidad de evaluar el impacto relativo de estos números en el contexto de la base de seguidores.

Al mostrar imágenes de la competidora y resaltar sus habilidades y medallas, destaca el talento y los éxitos de Jessica Palacios. La descripción de la atleta como "seguramente la deportista con la mejor y mayor proyección del Ecuador" (Astudillo, 2023) refuerza la idea de que este logro tiene un impacto significativo y destaca a la deportista como una figura destacada

en el panorama deportivo ecuatoriano. En resumen, el mensaje apunta a celebrar y resaltar los logros de los deportistas en disciplinas diversas, proporcionando una perspectiva más amplia y positiva en la cobertura deportiva.

Tabla 07. Hijo de Ronaldinho está a prueba con el Juvenil A del Barça

Publicación con menos likes de enero 2023



Lead	Hijo de Ronaldinho está a prueba con el Juvenil A del Barça
Uso de Hashtags	No usa hashtags
Elementos Gráficos	Fotografía tomada de ESPN
Estrategias de Marca	No existe estrategia de marca
Actualidad y Relevancia	La publicación no es relevante para el público.
Likes y Alcance	0 likes; fue vista 88 veces
Comentarios	0 comentarios
Fecha	13 de enero de 2023
URL	https://x.com/DeporteTA/status/1613926211817992193?s=20

Nota Matriz de publicación con menos likes en el mes de enero

Tabla 08. Patrick Mahomes hizo historia como MVP del Super Bowl LVII

Publicación con menos likes del mes de febrero 2023



Lead	Patrick Mahomes hizo historia como MVP del Super Bowl LVII
Uso de Hashtags	No usa hashtags
Elementos Gráficos	Fotografía tomada de ESPN
Estrategias de Marca	No existe estrategia de marca
Actualidad y Relevancia	Esta publicación fue menos relevante debido a que el fútbol americano no destaca en el país
Likes y Alcance	0 likes; la publicación se vio 159 veces
Comentarios	0 comentarios
Fecha	13 de febrero 2023
URL	https://x.com/DeporteTA/status/1625161262622441478?s=20

Nota Matriz de publicación con menos likes en el mes de febrero.

Tabla 09. La FIFA saca a la luz la escena completa entre Messi y Weghorst antes del "¿Qué mirás, bobo?"

Publicación con menos likes del mes de marzo 2023



Lead	La FIFA saca a la luz la escena completa entre Messi y Weghorst antes del "¿Qué mirás, bobo?"
Uso de Hashtags	No usa hashtags
Elementos Gráficos	Fotografías del acontecimiento de los dos jugadores
Estrategias de Marca	No existe estrategia de marca
Actualidad y Relevancia	La actualidad de la noticia no es la adecuada, puesto que el mundial ya se había realizado meses atrás
Likes y Alcance	0 likes; 185 veces fue vista la publicación
Comentarios	0 comentarios
Fecha	27 de marzo 2023
URL	https://x.com/DeporteTA/status/1640377128918056961?s=20

Nota Matriz de publicación con menos likes en el mes de marzo

Tabla 10. 50 metros a puro regate y asistencia: el “baile” de Yeferson Soteldo a Medel para el golazo de Salomón Rondón en Venezuela Chile Infobae

Publicación con menos likes del mes de octubre 2023



Lead	50 metros a puro regate y asistencia: el “baile” de Yeferson Soteldo a Medel para el golazo de Salomón Rondón en Venezuela Chile Infobae
Uso de Hashtags	No usa hashtags
Elementos Gráficos	Fotografía del jugador, no corresponde al partido mencionado en el lead.
Estrategias de Marca	No existe estrategia de marca
Actualidad y Relevancia	La actualidad de la publicación es la adecuada, debido a que el jugador acababa de marcar el gol señalado, mas, su fotografía no.
Likes y Alcance	0 likes; 187 veces fue vista la publicación
Comentarios	0 comentarios
Fecha	18 de octubre 2023
URL	https://x.com/DeporteTA/status/1714661440500482365?s=20

Nota Matriz de publicación con menos likes en el mes de octubre

Tabla 11. 50 millones por las camisetas mundialistas de Messi.

Publicación con menos likes del mes de noviembre 2023



Lead	50 millones por las camisetas mundialistas de Messi.
Uso de Hashtags	No usa hashtags
Elementos Gráficos	Fotografía del jugador
Estrategias de Marca	No existe estrategia de marca
Actualidad y Relevancia	La actualidad de la publicación es la adecuada , ya que en ese mes las camisetas fueron subastadas
Likes y Alcance	0 likes; 160 veces fue vista la publicación
Comentarios	0 comentarios
Fecha	20 de noviembre de 2023
URL	https://x.com/DeporteTA/status/1726702781753696287?s=20

Nota Matriz de publicación con menos likes en el mes de noviembre

Tabla 12. Vitor Roque ya está en Barcelona

Publicación con menos likes del mes de diciembre 2023



Lead	Vitor Roque ya está en Barcelona
Uso de Hashtags	No usa hashtags
Elementos Gráficos	Fotografía del jugador
Estrategias de Marca	No existe estrategia de marca
Actualidad y Relevancia	La actualidad de la publicación es la adecuada , ya que el jugador se encontraba en dicha ciudad
Likes y Alcance	0 likes; 232 veces fue vista la publicación
Comentarios	0 comentarios
Fecha	27 de diciembre 2023
URL	https://x.com/DeporteTA/status/1740002614278754472?s=20

Nota Matriz de publicación con menos likes en el mes de diciembre

Los resultados obtenidos indican que las publicaciones con menos likes están mayormente vinculadas al ámbito del fútbol, específicamente al fútbol europeo. Este hallazgo nos dice que, a pesar de la popularidad del fútbol como deporte, las publicaciones relacionadas con este tema en Deporte Total en la plataforma X podrían no estar generando la misma atención y participación que las enfocadas en otros deportes.

Considerando que la cuenta tiene 16.1 mil seguidores, los resultados toman un contexto más claro. Las publicaciones relacionadas con el fútbol presentan un promedio de 0 likes por publicación, indicando una baja interacción en términos de likes en comparación con la base total de seguidores, alcanzan aproximadamente al 1.05% de la totalidad de los 16.1 mil seguidores... A pesar de ello, el alcance promedio de aproximadamente 168.5 visualizaciones sugiere una presencia constante y una cierta atención de los usuarios, aunque la efectividad relativa aún podría beneficiarse de un análisis más detallado que considere el comportamiento específico de los usuarios en relación con el contenido futbolístico.

Conclusiones

Las redes sociales, en particular la plataforma X, han redefinido el modo en que se crea y difunde contenido, y Deporte Total ha sabido capitalizar esta transformación. Con una base de seguidores de 16.1 mil, el medio utiliza estrategias visuales y narrativas centradas en los deportistas para generar empatía y significado en el contenido. Destacando figuras como Alberto Astudillo, Alfonso Laso, Antonella Iglesias o Hugo Quintana, Deporte Total busca establecer una conexión amigable con los usuarios, presentando noticias deportivas locales e internacionales. La inclusión de hashtags como "Notas DT" se presenta como una estrategia distintiva, marcando una identidad propia y un sello característico de la plataforma. Aunque las publicaciones relacionadas con el ciclismo han obtenido notoriedad, la falta de llamados explícitos a la acción puede ser una oportunidad para fortalecer la interacción.

Desde la perspectiva de la teoría de la Agenda Setting, se ha examinado cómo el medio configura la percepción de los usuarios al destacar ciertos temas y deportes. Además, se ha evaluado la interacción de los usuarios, las estrategias editoriales y la presencia digital de Deporte Total. La Teoría de la Agenda Setting se manifiesta en la elección de resaltar el ciclismo como tema destacado en las publicaciones mensuales, influyendo así en la percepción de los usuarios y priorizando este deporte. El éxito de las publicaciones relacionadas con el ciclismo destaca la importancia de entender el tipo de contenido que genera mayor participación y visibilidad, mostrando que la consistencia en la preferencia de los usuarios refuerza la influencia mediática sobre temas deportivos específicos.

Sin embargo, un análisis más detallado revela que las publicaciones relacionadas con el fútbol, a pesar de ser menos populares en términos de likes, tienen un alcance del 1.05% de la totalidad de los seguidores. Esta brecha entre likes y alcance sugiere que, aunque los usuarios no interactúan activamente con el contenido de fútbol, sí lo consumen. Las publicaciones de este ámbito podrían beneficiarse de estrategias más específicas para fomentar la participación directa de los usuarios. Al evidenciar cómo las decisiones editoriales de Deporte Total afectan la percepción de los usuarios sobre los temas deportivos, en particular el fútbol se debe relacionar con la Agenda Setting. La identificación de que las publicaciones relacionadas con el fútbol europeo obtienen menos likes sugiere que, a pesar de la popularidad general del fútbol, en este contexto específico, otras temáticas deportivas pueden estar captando más la atención y participación de los usuarios. Este patrón indica la capacidad de Deporte Total para establecer

una agenda de temas relevantes, influyendo así en la atención y preferencias de los usuarios hacia ciertos deportes y eventos específicos en detrimento de otros. La adaptación de estrategias editoriales basadas en estos *insights* podría potenciar la interacción y participación de los usuarios en el ámbito del fútbol, mejorando la efectividad de las publicaciones.

Al realizar estos denominados reposteos, Deporte Total podría estar contribuyendo al crecimiento de su audiencia al exponer su perfil a usuarios externos al medio. Esta estrategia no solo amplifica el alcance de las publicaciones, sino que también puede resultar en un aumento de seguidores, vistas y visitas al perfil de X. En este sentido, el reposteo no solo se presenta como una práctica de compartir contenido relevante, sino también como una herramienta efectiva para atraer y retener a los usuarios en el entorno digital

Los logros deportivos de atletas ecuatorianos, especialmente en competiciones internacionales, generan un nivel consistente de interacción y visibilidad, resaltando la importancia de celebrar los éxitos nacionales. En cambio, las publicaciones relacionadas con el fútbol europeo, a pesar de ser parte integral del ámbito deportivo, no captan la misma atención y participación de los usuarios.

En este contexto, se sugiere que Deporte Total, a pesar de su éxito en resaltar logros y eventos deportivos específicos, podría fortalecer su estrategia de interacción, invitando activamente a los usuarios a compartir opiniones y participar en la conversación. Además, la diversificación del contenido futbolístico podría ser beneficiosa, explorando enfoques narrativos o visuales más atractivos para aumentar la interacción en este ámbito.

El análisis revela la influencia de Deporte Total en la percepción de los usuarios, destacando la importancia de comprender y adaptarse a las preferencias y comportamientos específicos de la plataforma X. El medio ha logrado construir una identidad distintiva, pero la optimización de estrategias de interacción y la diversificación del contenido pueden ser áreas clave para fortalecer su presencia y compromiso en la comunidad digital.

La página busca introducir en la agenda de los usuarios a deportistas de diversas disciplinas, reconociendo que los temas considerados relevantes por los medios también influyen en las agendas de los usuarios. De esta manera, Deporte Total busca ampliar la

Visibilidad de los deportistas ecuatorianos, especialmente aquellos que se destacan en disciplinas distintas al fútbol.

References

- Astudillo, A. (2023, marzo 23). *essica Palacios ganó tres medallas de plata en el Mundial Prejuvenil de Levantamiento de Pesas*.
<https://x.com/DeporteTA/status/1641163259737788416?s=20>
- Barrezueta, F., Coyago, P., & Delgado, G. (2022). *Cobertura de eventos deportivos: transición hacia la digitalización* (A. De-Santis & Á. Torres-Toukoumidis, Eds.). Abya Yala.
- Billings, A. C. (2010). *La comunicación en el deporte*. Editorial UOC, S.L.
- Boragina, M., Gonzalez Frigoli, M., Miravalle, V., Molteni, J., Platero, C., Poiré, M. J., & Rodríguez Ponte, M. (2021). *El universo de las estrategias y productos comunicacionales*. Universidad Nacional de La Plata.
- Costa Sánchez, C., & Piñeiro Otero, T. (2012, 07). NUEVAS NARRATIVAS AUDIOVISUALES: MULTIPLATAFORMA, CROSSMEDIA Y TRANSMEDIA El caso de Águila Roja (RTVE). *Icono 14*, 10(2). www.icono14.net
- de Moragas, M. (2007). *Comunicación y deporte en la era digital*. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics UAB. http://olympicstudies.uab.es/pdf/wp107_sp.pdf
- Hütt Herrera, H. (2012). *LAS REDES SOCIALES: UNA NUEVA HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN*. Universidad de Costa Rica.
<https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.
- Ríos Hernández, I. N., & Pinto Arboleda, M. C. (2019). *ANÁLISIS DE NARRATIVA TRANSMEDIAL Y DOCUMENTAL WEB NO FICCIONAL: ESTUDIO DE CASO MIPÁRAMO*. Nexus Comunicación. <http://orcid.org/0000-0002-6731-929X>
- Rodríguez Díaz, R. (2004). *Teoría de la "Agenda-Setting": aplicación a la enseñanza universitaria*. Observatorio Europeo de Tendencias Sociales.
- Rodríguez García, T., Arroyo, I., & Baños, M. (2015, 10 13). ANÁLISIS DE LA PRESENCIA DE ELEMENTOS NARRATIVOS EN LOS MENSAJES AUDIOVISUALES UTILIZADOS POR LAS ONG EN LAS REDES SOCIALES. *Actas Icono 14*, 8, 14. : <https://www.researchgate.net/publication/282817569>
- Rojas Torrijos, J. L. (2014). *Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de futuro*. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6068722.pdf>

Scolari, C. A. (2013). *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Deusto.

Solórzano, Y. (2015, MARZO). “*Análisis de contenido de los programas de periodismo deportivo de la televisión ecuatoriana. Caso de estudio: Copa y Deporte Total*”. Repositorio de la Universidad Internacional SEK Ecuador. Retrieved November 6, 2023, from <https://repositorio.uisek.edu.ec/handle/123456789/1972>