

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

**SEDE QUITO**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO  
EN COMUNICACIÓN**

**TEMA: Las innovaciones tecnológicas de la comunicación y su influencia en la  
Tauromaquia**

**AUTOR:**

**POLANCO AGUAYO CHRISTIAN EDUARDO**

**TUTOR:**

**HENRY ANDRÉS ESCOBAR TIBÁN**

**QUITO, ENERO, 2024**

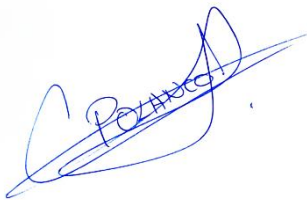
## **CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, Christian Eduardo Polanco Aguayo con documento de identificación N° 1751592799 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, 15 de enero del año 2024

Atentamente,



---

Christian Eduardo Polanco Aguayo

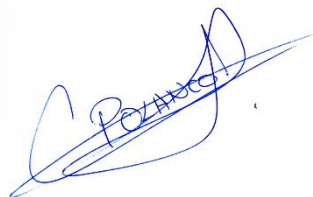
**CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE  
TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

Yo, Christian Eduardo Polanco Aguayo con documento de identificación No. 1751592799, 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 académico: “LAS INNOVACIONES TECNOLÓGICAS DE LA COMUNICACIÓN Y SU INFLUENCIA EN LA TAUROMAQUIA”, 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, 15 de enero del año 2024

Atentamente,



---

Christian Eduardo Polanco Aguayo

## CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Henry Andrés Escobar Tibán con documento de identificación N°1600526386, docente de la Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: “LAS INNOVACIONES TECNOLÓGICAS DE LA COMUNICACIÓN Y SU INFLUENCIA EN LA TAUROMAQUIA”, realizado por Christian Eduardo Polanco Aguayo con documento de identificación N° 1751592799, 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, 15 de enero del año 2024

Atentamente,



---

Henry Andrés Escobar Tibán

## **Dedicatoria**

Esto va dedicado, primero a mi madre Sara Aguayo y a mi padre Christian Polanco Herrera, que siempre han estado ahí para apoyarme, me han escuchado y educado con grandes valores y recordándome que siempre tengo que ir con la cabeza en alto y con humildad. A mis hermanos, Camila Polanco y Adrián López, por ser parte de este gran camino, estando a mi lado y ayudándome a superarme cada día.

A mi banda musical, a la mejor banda de rock de Ecuador “Alta Venganza”, que siempre está presente en mi corazón y mente.

Y a mis amigos de verdad, que con su grito de euforia, valentía y coraje, me dan energías para seguir en mi camino.

## **Agradecimientos**

Un agradecimiento total a Dios, a mis padres, hermanos, amigos, a la Universidad Politécnica Salesiana por dejarme ser parte de su historia, enseñanza y educación, a mi tutor Andrés Escobar por tomarse su tiempo con su observación crítica en el trabajo académico.

## **Resumen**

El presente artículo explora el mundo de la tauromaquia en la actualidad, inmersa en un entorno complejo y diverso donde conviven defensores de esta tradición y críticos que ponen en tela de juicio su ética y relevancia cultural. A pesar de su extensa historia, la tauromaquia se enfrenta a desafíos notables en un contexto mundial cada vez más orientado hacia la conciencia animal y el respeto por los derechos de los seres vivos. Por lo tanto, este trabajo aborda la convergencia entre de la tauromaquia y las dinámicas en un espacio virtual en constante cambio, demostrando como estas se han adaptado en Facebook y TikTok. Esta investigación se basa en conocer en primer lugar, sus orígenes y las diferentes ideologías, pasiones y estilos de vida que estos usuarios de la web demuestran por plataformas digitales. Metodológicamente, este caso de estudio se ha llevado a cabo mediante un carácter cualitativo descriptivo / comparativo, por lo que se maneja cantidades numéricas de estas dos redes sociales y las funciones digitales con las que cuenta cada plataforma digital, se menciona dos páginas taurinas las cuales son “*Toros de mi Pueblo Ecuador*” en Facebook y “*Entre Tercios*” en TikTok, realizando un análisis de datos, la recolección de estos datos estadísticos se lo realizó por medio de tablas y graficas como: gráfico por sectores y gráfico de columnas. Dando como resultado que, en Facebook, la tauromaquia halla su espacio en comunidades virtuales especializadas, donde los seguidores comparten imágenes, videos y vivencias relacionadas con las corridas de toros mientras que en TikTok ha revolucionado la narrativa taurina al presentar un formato más visual y dinámico, aprovechando la viralidad para alcanzar a una audiencia más amplia y diversa. En conclusión, se afirma que las diferentes manifestaciones taurinas en las redes sociales se ven marcadas por diversas dinámicas propias de cada red, siendo Facebook un espacio más tradicionalista, frente a TikTok, donde sus participantes muestran interacciones más prolíferas, reconociendo por cuales son lo momentos, sucesos y actividades que generan un mayor alcance para que más usuarios de la Web puedan descubrir dichas páginas.

**Palabras clave:** Tauromaquia, Facebook, Tik Tok, Cultura, Medio, Digital

## **Abstract**

This article explores the world of bullfighting today, immersed in a complex and diverse environment where defenders of this tradition coexist with critics who question its ethics and cultural relevance. Despite its long history, bullfighting faces remarkable challenges in a global context increasingly oriented towards animal awareness and respect for the rights of living beings. Therefore, this paper addresses the convergence between bullfighting and the dynamics in a constantly changing virtual space, demonstrating how these have been adapted on Facebook and TikTok. This research is based on knowing in the first place, their origins and the different ideologies, passions and lifestyles that these web users demonstrate through digital platforms. Methodologically, this case study has been carried out through a descriptive / comparative qualitative character, so it is handled numerical quantities of these two social networks and digital functions with which each digital platform has, two bullfighting pages are mentioned which are "Toros de mi Pueblo Ecuador" on Facebook and "Entre Tercios" in TikTok, performing a data analysis, the collection of these statistical data was done through tables and graphs such as: pie chart and column chart. As a result, on Facebook, bullfighting finds its space in specialized virtual communities, where followers share images, videos and experiences related to bullfights, while TikTok has revolutionized the bullfighting narrative by presenting a more visual and dynamic format, taking advantage of virality to reach a wider and more diverse audience. In conclusion, it is affirmed that the different bullfighting events in social networks are marked by different dynamics of each network, being Facebook a more traditionalist space, compared to TikTok, where its participants show more prolific interactions, recognizing which are the moments, events and activities that generate a greater reach so that more Web users can discover these pages.

**Keywords:** Bullfighting, Facebook, Tik Tok, Culture, Medium, Digital



# Índice

<b>1. Introducción.....</b>	<b>10</b>
a. Innovaciones tecnológicas de la comunicación y la tauromaquia.....	10
b. Las redes sociales y la tauromaquia.....	12
c. La tauromaquia en la comunicación .....	14
d. El tiempo en Facebook.....	16
e. Tik Tok y los nuevos formatos digitales .....	19
<b>2. Metodología.....</b>	<b>21</b>
<b>3. Resultados.....</b>	<b>23</b>
a. RED SOCIAL FACEBOOK .....	23
b. RED SOCIAL TIK TOK .....	26
<b>4. COMPARACIÓN RESULTADOS FACEBOOK Y TIK TOK.....</b>	<b>27</b>
<b>5. Discusión.....</b>	<b>29</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>31</b>

## **1. Introducción**

### **a. Innovaciones tecnológicas de la comunicación y la tauromaquia**

Este artículo académico busca responder lo siguiente ¿Cómo se concreta la comunicación de los diferentes grupos taurinos en medios digitales?, lo que lleva a una investigación metodológica y al descubrimiento de qué grupos taurinos existen en estas comunidades digitales, sus publicaciones, eventos y el análisis de alcance que estos tienen tanto en Facebook y Tik Tok. Se busca revisar la evolución de la tauromaquia a lo largo de la historia y cómo se ha fidelizado, investigar cómo el contenido taurino se construye, los datos de alcance, interacción y comunidad, la información de datos, el mensaje en redes digitales y su influencia en la actualidad en Facebook y Tik Tok.

En el pensamiento de Barbero (1993), afirma que las vivencias culturales ya no se adscriben de manera lineal y excluyente a los contextos y catálogos específicos de las etnias o las clases sociales. El tradicionalismo presente entre las élites educadas difiere considerablemente del arraigado en los estratos populares, y un modernismo, influenciado por las preferencias moldeadas por las industrias culturales, abarca tanto a gran parte de las clases altas y medias como a la mayoría de las clases populares

Por otro lado, Climent (2012), dice que la clave para aprovechar el potencial del Internet en el impulso del desarrollo radica en la capacidad de las personas para localizar información pertinente, analizarla y aplicarla a diversas tareas según sus necesidades. Esto implica una necesidad imperante de educación universal. La expansión tanto en cantidad como en calidad de la educación se presenta como un requisito fundamental para el desarrollo efectivo de la información.

Actualmente, el mundo está inmerso en una revolución tecnológica de gran envergadura, enfocada en las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y la ingeniería genética. En este contexto, Internet se erige como la personificación y la herramienta más influyente de esta revolución.

Con la influencia de la sociedad en red, el mundo de la tauromaquia, ha aterrizado en el ciberespacio con el objetivo de apropiarse a las múltiples utilidades y herramientas que ofrece, los miembros de este grupo cultural, tanto profesionales de diferentes ámbitos de la vida como

grupos de fanáticos, establecen conexiones y relaciones en torno a su amor por las corridas de toros, lo que llevó a la creación de una comunidad taurina virtual, superando las barreras digitales, estas novedosas formas de confrontación de información y opiniones crean las tertulias taurinas interpersonales. Según Zarate (2022), la tauromaquia aparece como expresión cultural ancestral que mantiene su relevancia en la sociedad actual. En este sentido, los medios digitales influyen en la percepción de las corridas de toros, generando debates sobre si es considerado arte o tortura.

Este discurso provoca divergencias entre distintos sectores de la sociedad. La difusión de la Fiesta Brava experimenta una evolución histórica a través de la prensa digital, ofreciendo información más directa y sin filtros. La libertad de combinar texto, video y sonido en los mensajes que da lugar a la creación de contenidos multimedia con un alcance inmediato y significativo.

En el análisis del contexto taurino, se observa un aumento en la participación y polémica de la audiencia, impulsado por la presencia de portales especializados, medios y redes sociales. Estos canales facilitan una mayor interacción entre los aficionados a la tauromaquia y aquellos que abogan por su abolición.

Al paso de los años, el tema de los medios digitales, los eventos taurinos, comunidades virtuales, miembros y seguidores de la tauromaquia, evidencian un entorno mucho más amplio en la era moderna de la digitalización y es así como existen una gran cantidad de investigaciones sobre este tema, que resaltan el origen, creación e historia de las corridas de toros y su relación con la comunicación.

Según Zarate (2022), atribuye que la evolución de la fiesta taurina en nuestra sociedad ha dado lugar a intensos debates y controversias, marcados por una diversidad de opiniones que generan desacuerdos sobre quiénes tienen argumentos más sólidos. Para esclarecer estas polémicas, resulta esencial examinar las perspectivas y comportamientos de expertos en diversos campos, tales como sociólogos, historiadores, psicólogos, veterinarios y líderes de opinión.

El periodismo centrado en la tauromaquia no se ha consolidado como una especialización propia, no obstante, los avances tecnológicos recientes han propiciado el surgimiento del periodismo digital, ya que ha contribuido al perfeccionamiento de plataformas en línea. Este desarrollo ha facilitado la creación de mensajes y contenidos innovadores, especialmente al destacar el papel

del material audiovisual. La difusión de este contenido en el entorno digital ha resultado en una mayor visibilidad e interacción con los usuarios, transformando la manera en que se presentan y comparten las noticias relacionadas con las corridas de toros. La consideración de estas opiniones no solo contribuye a dilucidar los desacuerdos, sino que también amplía la comprensión de las dos posturas que se mantienen en relación con las corridas de toros.

### **b. Las redes sociales y la tauromaquia**

Según Climent (2012), las redes sociales han experimentado una expansión como fenómeno de masas, funcionando como espacios virtuales de encuentro para amigos, personas con intereses similares e incluso para la identificación de nuevos profesionales y en áreas emergentes relacionadas. A través de diversas plataformas de redes sociales, es posible mantenernos al tanto de las actividades, ubicación y pensamientos de nuestros contactos, obteniendo respuestas breves a través de publicaciones en X (anteriormente Twitter), estados de usuario en Facebook y stories en Tik Tok.

Cada vez estamos más conscientes de que la comunicación está evolucionando, Scolari (2004), afirma que la transformación en la forma de comunicación y consumo de medios que describes refleja el cambio drástico que ha experimentado la sociedad con la llegada de la era digital. Este fenómeno ha llevado a una fragmentación de la atención, donde las audiencias se dispersan entre diversas plataformas y medios en lugar de centrarse en unos pocos.

Scolari (2004) manifiesta que algunos aspectos clave de este cambio incluyen:

- **Abundancia de opciones:** Con el crecimiento de internet y la expansión de las redes sociales, la diversidad de opciones de medios ha experimentado un aumento significativo. Los usuarios cuentan ahora con un extenso abanico de fuentes para acceder a información, entretenimiento y comunicación.
- **Multitarea digital:** La habilidad de llevar a cabo múltiples actividades simultáneamente tanto en dispositivos móviles como en línea ha dado lugar a una cultura de multitarea digital. En este entorno, las personas se encuentran consumiendo contenido de diversos medios al mismo tiempo, lo que ha resultado en una mayor fragmentación de la atención.

La audiencia se dispersa entre diferentes plataformas y actividades.

- Cambios en el modelo de negocio: Los medios convencionales, tales como periódicos, radio y televisión, han tenido que ajustarse a un nuevo paradigma de negocios en el contexto digital. Estrategias como la publicidad en línea, la adhesión a servicios de transmisión y otros enfoques han sustituido en cierta medida a los modelos de financiamiento tradicionales.
- Competencia feroz: La lucha por obtener atención en línea es feroz, y los principales medios se han visto desafiados por la abundancia de creadores de contenido independientes y el surgimiento de nuevas plataformas. En este entorno altamente competitivo, la capacidad de volverse viral rápidamente y la inmediatez son elementos clave para atraer la atención.
- Adaptación constante: La constante transformación de la tecnología y las tendencias en línea implica la necesidad de que los medios se adapten continuamente. Es crucial desarrollar la habilidad de incorporar nuevas plataformas, formatos y enfoques de contenido para mantenerse viable en este entorno dinámico.

Esto implica cambios en campos como el periodismo y las ciencias de la información, anteriormente, solo los periodistas tenían la capacidad de reportar noticias importantes o exclusivas después de lograr a las personas involucradas en eventos de relevancia económica o social. Sin embargo, en la actualidad, son los usuarios protagonistas quienes comparten eventos y primicias con su comunidad en línea a través de las redes sociales.

Este cambio en la forma de hacer periodismo tendría un impacto significativo en las estrategias publicitarias y en los formatos empleados por los medios de comunicación, ya que están adaptándose a los nuevos códigos de comunicación que emergen constantemente.

En el pensamiento de Herrera (2012), los grupos sociales desempeña un papel crucial en la vida de las personas, enriqueciendo significativamente a los espacios virtuales. Plataformas como salas de chat, comunidades en línea y grupos de interés que son atractivas para muchos, ofreciendo oportunidades seguras, dinámicas y efectivas para interactuar, compartir experiencias e información, e incluso expresarse.

Desde este punto de vista, Internet ha facilitado la creación de numerosos espacios de interacción virtual, convirtiéndose en un medio de comunicación social cada vez más común y ampliamente utilizado en todo el mundo. Además, de influir en la sociedad y transformar la manera en que las empresas comercializan sus productos y servicios.

En el ámbito de la adaptación de la tauromaquia a los medios digitales, con especial atención en Facebook y TikTok, el estudio aborda la convergencia entre una tradición cultural profundamente arraigada y el dinámico espacio virtual en constante cambio. En Facebook, la tauromaquia halla su espacio en comunidades virtuales especializadas, donde los seguidores comparten imágenes, videos y vivencias relacionadas con las corridas de toros. La evaluación de la comunidad resalta la estructura y el tamaño de los grupos dedicados a la tauromaquia, brindando una visión detallada de cómo los aficionados se organizan y participan en discusiones éticas, históricas y culturales asociadas con esta ancestral práctica.

### **c. La tauromaquia en la comunicación**

Durante la época medieval, se llevaban a cabo eventos taurinos que incluían la lucha contra toros, tanto a pie como a caballo. Estas corridas de toros auténticas tenían lugar en plazas públicas y áreas al aire libre como parte de festividades relacionadas con victorias en batallas, celebraciones religiosas y festividades populares.

Ocaña (2019), menciona que, las corridas de toros en Ecuador han sido objeto de debate y controversia a lo largo de su historia. En el pasado, estas corridas eran un evento ampliamente celebrado y arraigado en la cultura ecuatoriana, con plazas de toros que se llenaban de entusiastas espectadores. Sin embargo, en los últimos años, la opinión pública ha evolucionado, y ha habido un movimiento para prohibir las corridas de toros en varias ciudades del país, con éxito en lugares como Quito y Cuenca.

El estilo de las corridas de toros en Ecuador es conocido como "corrida a la ecuatoriana". A diferencia de las corridas tradicionales en España, donde se busca la muerte del toro, en Ecuador el enfoque está en la destreza y el arte del torero a pesar de existir excepciones en cuanto a la muerte del animal. Los toreros se enfrentan al toro en la arena y realizan una serie de

movimientos elegantes y valientes. Esta diferencia en la práctica ha llevado a algunos a considerar las corridas de toros en Ecuador como una forma menos brutal de entretenimiento, mientras que otros continúan argumentando en contra debido al sufrimiento que aún experimenta el toro en el ruedo. La discusión en torno a las corridas de toros en Ecuador refleja la evolución de la percepción y la ética en la sociedad ecuatoriana.

De igual manera Warschauer (2014), afirma que existe un progreso tecnológico, especialmente en el ámbito de la comunicación, demandado por una evolución constante de los medios para sobrevivir en un entorno caracterizado por significativas transformaciones y cambios los cuales han impactado tanto en el periodismo como profesión como en la comunicación en general, generando que este fenómeno de lugar a nuevas investigaciones.

Por otro lado, Fernández (2016), la tauromaquia ha encontrado un espacio en los medios digitales, permitiendo la difusión de eventos taurinos en streaming. Las plazas de toros han adoptado la transmisión en vivo a través de plataformas en línea, brindando a los aficionados la posibilidad de presenciar corridas desde cualquier parte del mundo. Esta práctica ha ampliado la audiencia de la tauromaquia y ha generado debates en torno a la ética y la tradición, ya que la accesibilidad digital desafía las barreras geográficas y culturales.

Las plataformas de redes sociales han adquirido un papel fundamental como escenario para el intercambio de opiniones y debates en torno a la tauromaquia. Plataformas como Twitter, Facebook e Instagram han abierto canales que permiten a seguidores y críticos compartir sus perspectivas, imágenes y videos relacionados con las corridas de toros. Este diálogo digital ha incrementado de manera notable las conversaciones sobre la ética de la tauromaquia, creando un espacio virtual donde diversas voces tienen la oportunidad de expresar sus puntos de vista y participar en discusiones que examinan el papel de esta tradición en la cultura contemporánea.

Sin embargo, este incremento en los diálogos en línea no solo ha intensificado las discusiones éticas, sino que también ha impactado la percepción pública de la tauromaquia. La difusión viral de ciertos contenidos relacionados con las corridas de toros en las redes sociales ha suscitado una mayor conciencia y sensibilidad en torno a los dilemas éticos asociados con esta práctica, contribuyendo así a un cambio en la manera en que la sociedad contemporánea percibe la tauromaquia.

Según Rost (2011), La transmisión de eventos en vivo o a la controversia en línea. También se ha desarrollado contenido educativo y documental que explora las diversas facetas de esta práctica cultural. Documentales en plataformas de streaming, blogs especializados y videos educativos ofrecen una perspectiva más profunda sobre la historia, la técnica y los dilemas éticos relacionados con la tauromaquia. En conjunto, estos elementos conforman la presencia compleja y multifacética de la tauromaquia en el entorno digital contemporáneo.

La incorporación de innovaciones tecnológicas ha desempeñado un papel esencial en la evolución de la tauromaquia en el entorno digital. Facebook ha posibilitado la creación de espacios virtuales donde los aficionados no solo comparten su devoción por las corridas de toros, sino que también participan activamente en debates que abordan aspectos éticos e históricos de esta tradición. Por otro lado, TikTok ha revolucionado la narrativa taurina al presentar un formato más visual y dinámico, aprovechando la viralidad para alcanzar a una audiencia más amplia y diversa. El análisis de datos en ambas plataformas no solo arroja luz sobre cómo la tauromaquia se manifiesta y expande en el entorno digital contemporáneo, sino que también subraya la importancia de la tecnología en esta transformación.

#### **d. El tiempo en Facebook**

Ingresamos a Facebook, navegamos y desconectamos de Facebook, interactuamos en su espacio virtual, empleando inadvertidamente metáforas que describen nuestra participación en esta plataforma social. Es la red con el mayor tráfico a nivel global, contando con 130 millones de usuarios y liderando en términos de tiempo dedicado. Según un estudio de Cowen and Company, los usuarios destinan en promedio 42 minutos al día a explorar Facebook. Esto equivale a aproximadamente 1 de cada 7 minutos que las personas pasan en línea en todo el mundo.

Por otro lado, Gurevich (2016) afirma que la estructura inherente de Facebook dificulta la creación de una narrativa global de manera simultánea; el microblogging se presenta en forma de entradas de un diario generadas en momentos específicos. Dado que la comunicación constante es intrínsecamente imposible, "el continuo sintagmático se configura a través del eje paradigmático al elegir, de la simultaneidad de momentos de la experiencia, aquellos que añaden significado al ser compartidos dentro de la red de contactos".



El relato da origen a un tiempo singular que se incorpora a la temporalidad convencional de la "vida", con sus horas, minutos y segundos, rescatando momentos de la cronología ordinaria y otorgándoles significado al ser compartidos. En Facebook, los usuarios construyen una narrativa en primera persona, abierta, dinámica y en constante evolución. Esta narrativa se despliega en tiempo real, coincidiendo con la "vida" y respaldada por dispositivos móviles con acceso a internet.

El presente, como marco temporal dominante, configura un espacio habitable que aspira a la verdad tanto como el mundo offline. Esto se logra ya sea mediante referencias directas a él a través de operadores iniciales, menciones, fotografías, etiquetas o mediante la autoridad que el usuario ejerce sobre su mundo interior (sentimientos, opiniones) expresados en primera persona.

En el pensamiento de Sibilía (2009), Facebook brinda un suministro continuo y actualizado que informa en tiempo real sobre las actividades de los amigos, posibilitando la creación de escenarios comunicativos a distancia mediante la plataforma como un medio afectivo de conexión. Facilita la preservación de estos momentos, transformándolos con el tiempo en recuerdos. Esta conexión no se limita únicamente al vínculo entre el presente y el pasado reflejado en cada perfil. La plataforma permite fusionar el *aquí y ahora* de una publicación con el *allá y ahora* de otra, posibilitando compartir el mismo momento de comunicación a pesar de las distancias físicas.

Indica, Tamayo (2009), que el ciberespacio ha brindado la oportunidad de experimentar una libertad de expresión y comunicación a nivel mundial al facilitar el desarrollo de comunidades virtuales. Estas comunidades se convierten en espacios donde las personas pueden intercambiar opiniones sobre una variedad de temas de interés público. Un ejemplo representativo de esta dinámica es Facebook, una plataforma social virtual que refleja y respalda las interacciones sociales diarias al basarse en conexiones personales del mundo real.

Dentro de estas redes sociales, los usuarios comparten una amplia gama de temas que les interesan, fomentando la interacción en grupos de opinión y, en algunos casos, llevándolos a participar activamente en causas comunes. A través de estas comunidades virtuales, los ciudadanos conectados en línea pueden involucrarse en causas sociales, dando forma a una forma innovadora de comunicación que plantea cuestionamientos importantes sobre la utilización y gestión de la información con fines políticos o de movilización en diversas causas.

La tauromaquia ha encontrado un espacio vibrante donde los amantes de esta tradición pueden conectarse y compartir su pasión. Grupos y páginas dedicados a la tauromaquia congregan a aficionados de todo el mundo, proporcionando un foro donde pueden intercambiar experiencias, noticias y opiniones sobre corridas de toros, toreros destacados y eventos taurinos.

Por otro lado, Fernández (2016), narra que la presencia de la tauromaquia en Facebook también ha avivado debates intensos y controversias. Las publicaciones relacionadas con corridas de toros generan comentarios diversos, reflejando las distintas perspectivas que existen sobre esta práctica. Desde defensores acérrimos de la tradición hasta activistas en contra, la plataforma se convierte en un escenario donde se ventilan argumentos y se discute la ética y el impacto cultural de la tauromaquia.

La plataforma también sirve como un espacio para el activismo en contra de la tauromaquia. Grupos y páginas dedicados a la defensa de los derechos de los animales utilizan Facebook para sensibilizar a la audiencia sobre los aspectos éticos de las corridas de toros. Publicaciones impactantes y campañas visuales buscan generar conciencia y fomentar la reflexión sobre la relación entre humanos y animales en el contexto de esta tradición.

Así mismo, Fernández (2016), afirma que Facebook es también un recurso valioso para la difusión de contenido educativo y cultural relacionado con la tauromaquia. Páginas y perfiles ofrecen información detallada sobre la historia de esta práctica, los protagonistas destacados, así como análisis críticos de su impacto en la sociedad contemporánea. Este tipo de contenido contribuye a una comprensión más completa y matizada de la tauromaquia. En conjunto, Facebook se convierte en un escenario diverso donde convergen diversas perspectivas y aspectos relacionados con la tauromaquia.

Las transmisiones en vivo de eventos taurinos son otra faceta destacada en Facebook, las plazas de toros y organizadores utilizan la plataforma para compartir corridas en tiempo real, brindando a los seguidores la oportunidad de experimentar la emoción del evento desde la comodidad de sus hogares. Esta práctica ha democratizado el acceso a la tauromaquia, ampliando su alcance a audiencias que de otra manera no podrían participar.

### **e. Tik Tok y los nuevos formatos digitales**

Según, Camacho (2021), TikTok se destaca como una plataforma innovadora que ha proporcionado a innumerables sociedades, tanto adultos como jóvenes y niños, la oportunidad de crear sus propios contenidos. Esta red social se ha convertido en el espacio ideal para la viralización, acumulando miles de reproducciones y seguidores, ofreciendo una amplia variedad de contenidos. Su influencia ha alcanzado niveles significativos, atrayendo a personas famosas, periodistas, psicólogos, médicos y otros profesionales, así como a los medios de comunicación en general, quienes encuentran en ella una garantía para aumentar rápidamente su base de seguidores.

TikTok, la popular plataforma de videos cortos, ha emergido como un espacio creativo donde usuarios de todo el mundo comparten contenido variado y expresan su creatividad en breves clips. Aunque TikTok abarca una amplia gama de temas, desde comedia hasta educación, la aplicación también ha sido escenario para la reflexión y el debate en torno a cuestiones sociales y éticas, incluyendo la controversia de las corridas de toros.

TikTok, identificado como el sucesor de la anterior plataforma Musical.ly, conserva elementos significativos de su predecesora al ingresar a la aplicación. A través de ingeniosas ideas, creadores desconocidos tienen la posibilidad de alcanzar la fama en cuestión de segundos, gracias al considerable tráfico que pueden generar en sus videos. Se presenta como una competencia directa para Facebook e Instagram, captando la atención de las personas en sus momentos de ocio. Inicialmente concebida como una plataforma centrada en la música, TikTok ha evolucionado para incluir diversas variantes, como la creación de videos publicitarios.

Las corridas de toros, arraigadas en la cultura de ciertas regiones, han sido objeto de debate y crítica debido a las preocupaciones sobre el bienestar animal. TikTok ha proporcionado un espacio para que los usuarios expresen sus opiniones sobre este tema, compartan información y promuevan el activismo. A través de breves videos, algunos creadores han utilizado la plataforma para concientizar sobre las prácticas de las corridas de toros y fomentar el diálogo en torno a la ética animal.

El algoritmo de Tik Tok, según Galiana (2020), manifiesta que, la inteligencia artificial implementada en esta aplicación se ha integrado de manera tan precisa y adaptable a la

personalidad y preferencias de los usuarios que ha contribuido significativamente a su adictividad y al fenómeno que representa en la actualidad.

La intersección entre TikTok y las corridas de toros destaca la dualidad de la plataforma como un espacio de expresión libre y diversidad de opiniones. Mientras algunos usuarios pueden utilizar TikTok para celebrar y promover las corridas de toros como parte de su herencia cultural, otros lo emplean como medio para cuestionar y condenar estas prácticas. Esta dualidad refleja el poder de TikTok como una herramienta que amplifica voces diversas y proporciona una ventana a las diferentes perspectivas culturales y éticas que coexisten en la era digital.

Tik Tok define los contenidos a los que se les dedica más tiempo para visualizarse. En otras palabras, si se observa un video y solo se le presta atención durante unos segundos antes de pasar al siguiente, el algoritmo registrará.

Según Camacho (2021), existe la oportunidad de llevar a cabo el periodismo en esta plataforma, y para lograrlo, es esencial comprender rápidamente el momento que atraviesa la sociedad. En un mundo cada vez más conectado e interconectado, esta interconexión se ha vuelto más notable durante el período de confinamiento, manifestándose de manera más radical a nivel global y experimentando un aumento significativo.

Durante este tiempo, se ha observado un cambio notable, donde incluso aquellas personas que previamente no prestaban tanta atención a las redes sociales ahora sienten la necesidad de consumir este tipo de contenidos. Estos individuos se han transformado en ciudadanos activos en internet, convirtiéndose en "prosumidores" al construir mensajes e información al mismo ritmo que la consumen. El concepto de comunicación unidireccional ha quedado obsoleto, ya que la audiencia no es simplemente receptora, sino que también aporta activamente. Se ha producido un cambio rápido desde el enfoque en la necesidad de poseer un dispositivo móvil hasta centrarse exclusivamente en las audiencias y su participación activa en la creación y difusión de contenido.

Según Tamayo (2009), en los medios digitales, la comunicación unidireccional se manifiesta a través de las redes sociales como plataformas de difusión de contenido. Las empresas y creadores de contenido utilizan canales como Facebook, Twitter o Instagram para compartir mensajes con sus seguidores. Aunque los usuarios pueden reaccionar, comentar o compartir el contenido, la

esencia de la comunicación sigue siendo unidireccional, ya que el flujo principal parte del emisor hacia la audiencia. Este enfoque busca generar visibilidad y participación, pero la interacción directa puede ser limitada.

En los medios digitales es el marketing por correo electrónico. Las empresas envían mensajes promocionales, boletines informativos o actualizaciones a sus listas de suscriptores. Aunque existe la posibilidad de que los receptores interactúen haciendo clic en enlaces o respondiendo al correo, la esencia inicial de la comunicación es unidireccional. Este enfoque busca llegar directamente a los destinatarios con información específica y promociones, sin una interacción simultánea significativa.

## **2. Metodología**

Esta investigación es de carácter cualitativo descriptiva / comparativa, debido a la existencia de gran información, artículos y libros que desarrollan este tema de la tauromaquia en los medios digitales. El enfoque es orientador cualitativo ya que ayuda a comprender cómo esta comunidad taurina utiliza los medios digitales, para dar a conocer esta tradición de las corridas de toros, sus eventos, conversación, etc.

Metodológicamente, se realizará un análisis de datos estadísticos de cómo estas comunidades en los medios digitales se relacionan entre sí, desde la red social con mayor alcance hasta la menor, se trabajará con las siguientes plataformas Facebook y Tik Tok.

En Facebook se evalúa al grupo denominado “*Toros de mi Pueblo Ecuador*”. Se realizará un análisis de datos a profundidad en dicha comunidad, en primer lugar, en la creación y fundación de dicho grupo, el análisis desde 19 de noviembre hasta el 11 de diciembre del 2023 en lo que se determinará lo siguiente:

- Actividad del Grupo.
- Número de publicaciones nuevas que se realizaron en este periodo de la investigación.
- Cantidad total de *Me gusta*, *Me encanta*, *Me Importa*, *Me Divierte*, *Me entristece* y *Me enoja*.
- Cantidad total de *Comentarios* realizados en cada post explicando qué narran dichos comentarios.

- Cantidad total de *Compartidos*.

Según Berganza (2005), el control directo implica la observación y la captura directa de todas las inserciones publicadas realizadas en el medio a estudiar y analizar, siempre que se encuentren dentro de las categorías y formatos sujetos a regulación. Este proceso se lleva a cabo sin necesidad de la participación activa por parte del medio sujeto a control.

En la plataforma digital Tik Tok, se realizará un análisis de datos en la página “Entre Tercios” su dónde su contenido está enfocado a revisar videos de los diferentes eventos taurinos que se dan en las ciudades, cantones de Ecuador “*Pichincha, Chimborazo, etc*”. Este análisis de igual manera como en Facebook, será desde 19 de noviembre hasta el 11 diciembre del 2023 en el cual se dará a investigar lo siguiente:

Analizar lo siguiente de la página:

- Número de *productos comunicacionales* publicados en el período a investigar.
- Cantidad total de *seguidores*.
- Cantidad total de *me gusta* en cada post publicado en el periodo a investigar.
- Cantidad total de *usuarios* que sigue esta página explicando cuales son.
- Cantidad total de *reproducciones* que se encuentran en sus productos comunicacionales en el periodo a investigar.
- Cantidad total de *comentarios* y que cuentan estos mensajes en los productos publicados.
- Cantidad total de *compartidos*, explicando a donde y por qué se comparten estos productos comunicacionales.
- Cantidad total de *guardados* y por qué los usuarios realizan esta opción.

Según Berganza (2005), estos análisis no solo evalúan las audiencias, sino que también consideran los estilos de vida y las tendencias de consumo de estas, ofreciendo información invaluable para la ejecución de extensas campañas publicitarias. Esta investigación dará a conocer como estos grupos taurinos informan y crecen en los medios digitales, para que esta tradición taurina siga involucrándose en el país de Ecuador por muchos años más.

Por último, una suma de comparaciones entre las dos plataformas analizadas Facebook y Tik Tok, por consiguiente, las dos páginas que se encuentran en estas redes sociales.

### 3. Resultados

#### a. RED SOCIAL FACEBOOK

La investigación en Facebook con el grupo denominado “*Toros de mi Pueblo Ecuador*” arroja los siguientes resultados:

- El grupo en la red social Facebook entra en la categoría “Grupo Público”, donde cualquier usuario que tenga una cuenta personal o empresarial, puede ingresar al mismo o a su vez con el link del grupo. Si solo tiene el link del grupo, pero no tiene una cuenta de Facebook no podrá interactuar con la comunidad, esto lleva a las reacciones, comentarios o compartidos.
- El grupo cuenta con una comunidad de 25580 miembros entre activos e inactivos, este número puede variar dependiendo a nuevos usuarios que se sumen a la comunidad o disminuir por motivos de usuarios que se salga de dicha comunidad o eliminen su cuenta de Facebook.

**Tabla 1**

*Número de Reacciones de los diferentes posts publicados*

<i>Reacciones</i>	<i>Número total</i>	<i>Observaciones</i>
Me Gusta	<b>168</b>	La reacción con más cantidad es el “Me Gusta” esto implica varios factores a tratar los cuáles son los siguientes: <ul style="list-style-type: none"><li>- Debido a que es una reacción “rápida”.</li><li>- Es la primera reacción que aparece en la parte inferior izquierda del post.</li><li>- Es la reacción más antigua se encuentra disponible desde los inicios de la red social Facebook.</li></ul>
Me Encanta	<b>14</b>	En segundo lugar, la reacción “Me Encanta” con los siguientes factores a detallar: <ul style="list-style-type: none"><li>- Es la segunda reacción que te aparece después del “Me Gusta”.</li><li>- Es una reacción más “pasional” esto implica a que usuarios se sientan orgullosos y conformes con los posts que se publican.</li></ul>
Me Importa	<b>0</b>	No existe presencia de interacciones en este apartado.
Me Asombra	<b>0</b>	No existe presencia de interacciones en este apartado.
Me Entristece	<b>0</b>	No existe presencia de interacciones en este apartado.
Me Enoja	<b>0</b>	No existe presencia de interacciones en este apartado.

*Nota:* En la Tabla 1, no existe información en las 4 últimas interacciones, sin embargo, no representa una afectación directa al resto de los resultados.

En el caso de las 4 reacciones siguientes, en los posts analizados no se encontró ningún número de reacción debido a los siguientes factores:

- Son reacciones “*nuevas*”
- A los usuarios de la comunidad taurina no les llama la atención estos tipos de reacciones.
- En el grupo pueden estar “*prohibidas*” estas reacciones.

Según lo analizado en los posts publicados desde el 19 de noviembre hasta el 11 de diciembre se han realizado 15 publicaciones totales, la mayoría de estas invitando a toda la comunidad del grupo asistir a los diferentes eventos que se realizan en la sierra ecuatoriana en Latacunga y provincias cercanas a esta ciudad.

**Tabla 2**

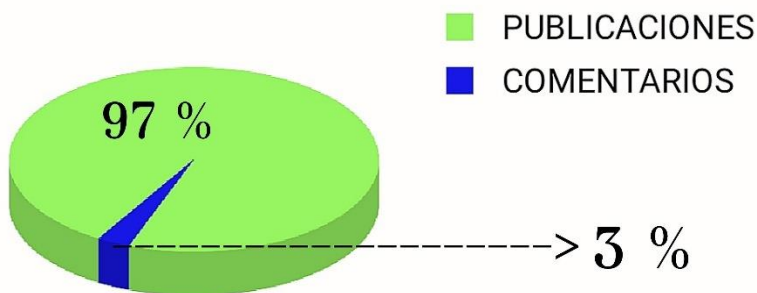
*Total, de post publicados / Total de reacciones*

POST PUBLICADOS	REACCIONES
15	182

*Nota:* En la tabla 2, se observa una gran cantidad de reacciones.

**Figura 1**

*Total, de comentarios en los 15 post analizados*





A pesar, del gran número de post publicados en la red social Facebook el número de interacciones en comentarios fue un mínimo de 3 comentarios en total. Se observa que los usuarios en los comentarios preguntan lo siguiente:

- Más información sobre los eventos organizados en el mes de diciembre del 2023.
- Agradecimientos por parte de los usuarios y que sigan realizando más eventos taurinos.

En los posts no existen comentarios negativos hacia la comunidad, lo que refleja la unión y el respeto que existe en la comunidad.

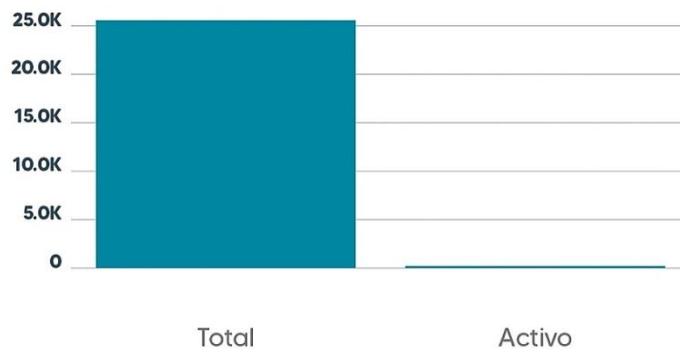
**Tabla 3**

*Total de veces compartidos de los posts analizados.*

TOTAL POSTS	COMPARTIDOS	OBSERVACIONES
15	27	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El número de compartidos, superó a los comentarios realizados en los post publicados, esto con el fin de que usuarios de Facebook que no están dentro de la comunidad taurina, sepan de los diferentes eventos que se van a realizar en el mes de diciembre del año 2023.</li> <li>- A su vez para que más usuarios se vayan sumando a la comunidad y que esta tradición cultural siga estando presente en el país Ecuador. Con el fin de promocionar mas eventos taurinos a nivel nacional.</li> </ul>

**Figura 4**

*Total de porcentaje de usuarios activos en la comunidad investigada*



Analizado los 15 posts publicados en la comunidad “Toros de mi Pueblo de Ecuador” se observa lo siguiente:

- Sumando todos sus datos en reacciones, comentarios y compartidos, se genera la cantidad de 209 usuarios activos. Lo cual se observa que es un número muy bajo, comparado a la gran cantidad de usuarios pertenecientes a esa comunidad.
- Con toda la libre expresión de la plataforma Facebook, se analiza que es una comunidad sumamente inculcada en valores, es muy respetuosa entre administradores, usuarios dentro del grupo y fuera de este mismo.

### **b. RED SOCIAL TIK TOK**

En la investigación realizada en la plataforma TikTok en el mismo periodo que en Facebook se pudo determinar que uno de los grupos o comunidad taurina más grandes es “Entre Tercios” que cuenta con un total de seguidores de 24.900 seguidores, un total de me gustas de 288.400 y esta comunidad sigue a 59 usuarios de esta red social. Observar que estas cifras pueden ir subiendo con el paso del tiempo o pueden disminuir.

La página “Entre Tercios” sigue a 59 usuarios los cuales entre ellos muchos son cuentas oficiales de equipos de fútbol ecuatorianos como: Liga de Quito, Independiente del Valle y la Selección Ecuatoriana de Fútbol. Además de estos también sigue a influencers basados en los temas de comedia y deportivos, por último, a comunidades taurinas como “Tauro Agencia”, que es una página de México que informa y realiza eventos en dicho país, esta cuenta con una menor cantidad de seguidores y alcance.

-Se analizó 7 productos comunicaciones los cuales arrojaron los siguientes resultados:

**Tabla 4**

*Total, de Reproducciones Me gusta, Comentarios, Compartidos y Guardados*

<b>TIPOS DE REACCIONES</b>	<b>NÚMERO TOTAL</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
Reproducciones	113814	- La cantidad de reproducciones es la mayor entre todos los tipos de reacciones que se encuentran en esta red social. - Es un número bastante elevado comparado a los seguidores que cuenta la página, lo que da a conocer que estos productos comunicacionales tienen un gran alcance con su comunidad taurina y usuarios de Tik Tok.
Me Gusta	7345	- Recibe una gran acogida de reacciones

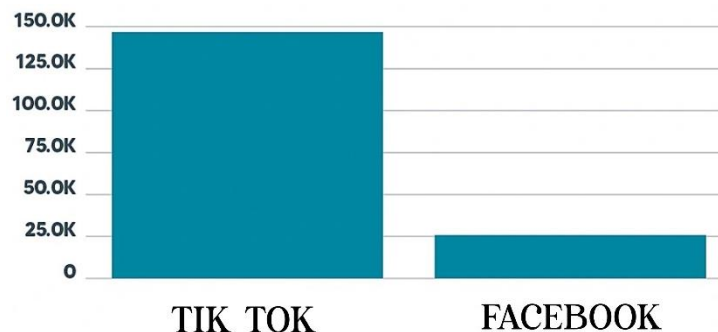
		<p>“Me Gusta”, esto quiere decir que sus productos comunicacionales son bien recibidos por una gran parte de su comunidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Los números comparados con los de sus seguidores son bastante buenos, más de la mitad de sus seguidores reaccionan de una buena forma a sus productos comunicacionales.</li> </ul>
Comentarios	0	<p>En los productos analizados se observó que la página tiene desactivada la opción de comentarios, lo cual genera que su comunidad y usuarios de la plataforma no puedan dialogar entre sí.</p> <p>Esto puede ser debido a lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mal uso del lenguaje por parte de la comunidad, comunicación obscena e irrespetuosa.</li> <li>- Se quito está opción debido a la gran cantidad de usuarios que comentaban en sus productos comunicacionales anteriores, generando que no se puede lograr reaccionar o responder a toda la comunidad.</li> </ul> <p>Cabe recalcar que la página “Entre Tercios” en productos comunicacionales anteriores a los analizados. Tenia una mayor interactividad con los usuarios en sus comentarios.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Peleas entre usuarios / comunidad.</li> </ul>
Compartidos	450	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El número de reacciones Compartidos, comparado a sus seguidores es bastante menor, los compartidos ayudan a que otros usuarios de diferentes plataformas pueden observar los productos comunicacionales que realiza está página, generando un impacto positivo ya que pueden aumentar sus reproducciones, comentarios o seguidores.</li> </ul>
Guardados	229	<p>La reacción Guardados, es la menor con respecto a las otras, sus seguidores y usuarios de Tik Tok, utilizan esta para lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Para ver el producto comunicacional nuevamente en el transcurso del tiempo.</li> <li>- Si es una información o evento tenerlo apuntado y que este no se le olvide al usuario.</li> </ul>

*Nota: Tabla 4, se observa que la reacción con más números totales es Reproducciones y la menor son los Guardados.*

#### 4. COMPARACIÓN RESULTADOS FACEBOOK Y TIK TOK

**Figura 5**

*Resultados Totales de Tik Tok y Facebook*



Por último, se realizó un análisis comparando las dos plataformas Facebook y Tik Tok, de igual forma el análisis destinado a los dos grupos investigados los cuales son “Toros de mi Pueblo Ecuador” en el caso de Facebook y “Entre Tercios” en el caso de Tik Tok. Un análisis cuantitativo de sus respectivas opciones de cada plataforma las cuales son las siguientes:

**Tabla 5**

*Comparación entre las diferentes plataformas*

FACEBOOK	TIK TOK
Número de Seguidores	Número de Seguidores
-Tipos de Reacciones (Me Gusta, Me Encanta, Me Importa, Me Asombra, Me Entristece, Me Enoja)	Reproducciones
Comentarios	Me Gusta
Compartidos	Comentarios
	Compartidos
	Guardados

*Nota: En la Tabla 5, se observa las diferentes opciones que tienen estas plataformas.*

Sumando las cantidades de Facebook y de la página “Toros de mi Pueblo Ecuador”, se obtuvo un resultado de 25792 interacciones. Por otro lado, en el caso de la plataforma de Tik Tok y la página “Entre Tercios” se obtuvo un resultado de 146738 interacciones. Entre ambos sumando un total de 172530 interacciones. Tik Tok superó a Facebook debido a las nuevas modalidades y sus diferentes algoritmos y viralización.

Según Jiménez (2019), Facebook emplea un algoritmo sofisticado para adaptar el contenido mostrado en el *feed* de cada usuario, considerando variables como interacciones pasadas, preferencias indicadas a través de acciones como "Me gusta" y "Compartir", así como el tipo de contenido consumido habitualmente. La plataforma se esfuerza por ofrecer una experiencia diversa, integrando material de amigos, páginas seguidas y anuncios publicitarios.

En contraste, Quiroz (2020) dice que TikTok ha alcanzado popularidad gracias a su algoritmo de recomendación basado en aprendizaje automático. Utiliza inteligencia artificial para analizar rápidamente el comportamiento del usuario, incluyendo la duración de visualización, gustos, comentarios e interacciones. TikTok se destaca por su habilidad para presentar contenido relevante y atractivo a nuevos usuarios, lo que ha contribuido a su rápido crecimiento.

A pesar de que ambas plataformas comparten el objetivo de mantener a los usuarios comprometidos, difieren en su enfoque hacia la personalización del contenido. Mientras que Facebook se basa en la familiaridad y conexiones existentes, TikTok sobresale en descubrir y viralizar rápidamente contenido nuevo y diverso.

## **5. Discusión**

Después de una extensa investigación entre estas dos masivas plataformas digitales que se encuentran en internet como las nuevas innovaciones tecnológicas de la comunicación en los tiempos actuales, se puede notar que en el campo de la cultura taurina que se ha llevado a cabo por siglos hasta llegar a la actualidad. La cultura taurina se ha adaptado de una buena forma en ellas, ya que existe una comunidad fidelizada en estos temas taurinos, para los usuarios que siguen este ámbito es su vida y buscan un atractivo a cada noticia que se publique por estas páginas como lo es: eventos, curiosidades, etc. Va más allá que solo información publicada en estas redes sociales, donde sus seguidores consideran un estilo vida.

En este sentido, el examen de métricas en Facebook proporciona una visión comprehensiva de cómo el contenido taurino se difunde y se integra en la dinámica de la plataforma, revelando no solo su visibilidad, sino también la profundidad de la participación y el tejido social que caracteriza a la comunidad taurina en este entorno digital. La investigación destacó las opciones que la misma plataforma adquiere, para dar a conocer estas informaciones basándose en una comunicación rápida, inmediata y efectiva. Los usuarios / miembros de esta página pueden dialogar entre sí, con una libertad de expresión considerablemente alta. Respetando eso sí, las normas y éticas del grupo social y así mismo los acuerdos generados por la red social Facebook.

En contraste, en TikTok, las métricas de alcance proporcionan una representación de la extensión de la audiencia alcanzada por los videos relacionados con la tauromaquia, destacando la notable capacidad de este formato para llegar a una audiencia diversa y amplia. La interacción en TikTok se evidencia principalmente a través de *likes*, comentarios y los populares fenómenos de duetos y reacciones, ofreciendo una medida dinámica de cómo la audiencia se involucra y responde visualmente al contenido taurino. La comunidad en TikTok se manifiesta a través de la formación de tendencias específicas, desafíos virales y la interconexión entre usuarios mediante etiquetas y

colaboraciones, revelando la estructura orgánica y colaborativa que define la participación en torno a la tauromaquia en esta plataforma. El análisis conjunto de estos datos en ambas plataformas proporciona una comprensión holística de cómo la tauromaquia se presenta, expande y se comunica en el entorno digital.

Por otro lado, el alcance de viralidad, comunicación e información invertida en los dos grupos es bastante mayor en el tiempo investigado meses de noviembre y diciembre del 2023, que, en otros, esto se debe a puntos estratégicos como lo son la gran cantidad de eventos realizados en estos dos meses, festividades como Navidad y Fin de Año. Feriados dispuestos por el Gobierno de turno debido a independencias de ciudades cercanas y festividades a nivel nacional, Por consiguiente, la participación de los usuarios y miembros de los dos grupos se vuelve más interactiva y participativa.

Esta interactividad y viralidad de estos dos grupos en su mayoría ofreciendo una información vista y publicada para sus seguidores ecuatorianos, ya que estos grupos solo realizan eventos en ciudades de dicho país. Comparando con otros países en el caso de México con la página “*Taller Tauromaquia MX*” es menor la publicación y alcance de los productos comunicacionales realizados por la esta página taurina. Es así, como se puede denotar que en Ecuador el atractivo de las corridas de toros es más fuerte y logra atraer a usuarios de la plataforma TikTok y diferentes medios digitales. Esto puede ser debido al gran número de publicaciones que realiza los grupos ecuatorianos ofreciendo unos productos comunicacionales más atractivos e interactivos para su comunidad y a su vez ofreciendo espectáculos, eventos con mayor dinámica.

Por último, si es factible la comunicación en la web, para dar a conocer en este caso la tauromaquia porque la ayuda de estos medios digitales juega un papel importante para que dichos eventos culturales y tradicionales no desaparezcan y se mantengan en una convergencia multifacética. Y que dichas informaciones se sigan ofreciendo y llevando a generaciones futuras.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Barbero, J. (1993), *Las transformaciones de la comunicación en el campo cultural*. Redalyc.org.

Obtenido de:

<https://www.redalyc.org/pdf/747/74745548005.pdf>

Berganza, R. (2005), *Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. Dialnet.

Obtenido de:

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=6530>

Camacho, F. (2020), *Plataforma de Tik Tok como herramienta publicitaria en medios de comunicación del Ecuador 2020*. Universidad Técnica de Babahoyo.

Obtenido de:

<http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/9816>

Climent, S. (2012), *La comunicación en las redes sociales*. Dialnet.

Obtenido de:

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4817328>

Fernández, B. (2016), *Facebook y la metáfora. La comunicación retórica en las redes sociales digitales*. Dialnet.

Obtenido de:

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5476777>

Galiana, P. (2020), *Periodismo en Tik Tok: Cómo aprovechar la red social al máximo*. IEBS.

Obtenido de:

<https://www.iebschool.com/blog/periodismo-tik-tok-comunicacion-digital/>

Gurevich, A. (2016), *El tiempo todo en Facebook*. Dialnet.

Obtenido de:

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5431485>

Herrera, H. (2012), *Las redes sociales: Una nueva herramienta de difusión*. Redalyc, org

Obtenido de:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72923962008>

Jiménez, J. (2019), *Panorámica de la evolución de la crónica taurina entre los siglos XIX y XX*. IDUS.

Obtenido de:

<https://idus.us.es/handle/11441/92754>

Jiménez, P. (2019), *Visibilidad de la información en redes sociales: los algoritmos de Facebook y su influencia en el clickbait*. UAA.

Obtenido de:

<https://revistas.uaa.mx/index.php/caleidoscopio/article/view/1772>

Matamoras de Silva, M. (2017), *La tauromaquia en la actualidad: análisis social, económico y jurídico*. IDUS.

Obtenido de:

<https://idus.us.es/handle/11441/78407>

Ocaña, J. (2019), *La tauromaquia en el imaginario social de Riobamba*. Ciencia Digital.

Obtenido de:

<https://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/CienciaDigital/article/view/492>

Quiroz, N. (2020), *TikTok la aplicación favorita durante el aislamiento*. Facultad de Periodismo y Comunicación Social.

Obtenido de:

<https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/revistadejuventud/article/download/6291/5312>



Rodríguez, A. (2012), *Comunicaciones Digitales*. UC3M.

Obtenido de:

[https://www.tsc.uc3m.es/~antonio/libro\\_comunicaciones/El\\_libro\\_files/comdig\\_artes\\_pe rez.pdf](https://www.tsc.uc3m.es/~antonio/libro_comunicaciones/El_libro_files/comdig_artes_pe rez.pdf)

Rost, A. (2011), *Periodismo y redes sociales: por qué y para qué*. Tecnología y Cultura.

Obtenido de:

<https://tecnologiaycultura.com.ar/actas2011/doc/rost.pdf>

Scolari, C. (2004), *Comunicación Digital: Recuerdos del Futuro*. Profesional de la Información.

Obtenido de:

<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2012.jul.01>

Silbia, P. (2009), *La intimidad como espectáculo*. EduMargen.

Obtenido de:

[https://www.edumargen.org/docs/curso60-1/unid01/complem02\\_01.pdf](https://www.edumargen.org/docs/curso60-1/unid01/complem02_01.pdf)

Tamayo, L. (2009), *Ciudadanos en la red social: Facebook y opinión sobre las corridas de toros*. UDEA.

Obtenido de:

<https://revistas.udea.edu.co/index.php/folios/article/download/7321/6760/20971>

Warschauer, M. (2014), *Medios digitales e inclusión social*. Revista Peruana De Investigación Educativa.

Obtenido de:

<https://revistas.siep.org.pe/index.php/RPIE/article/view/39>

Zarate, E. (2022), *El discurso de la tauromaquia como arte y tortura en las plataformas digitales en el Perú en el año 2022*. Renati.

Obtenido de:

<https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3373053?mode=full>