



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE COMUNICACIÓN

La comunicación en el entorno digital de la Asociación de Fútbol No Aficionado de
Chimborazo, período junio – diciembre 2022

Trabajo de titulación para optar al título de Licenciado en Comunicación

Autor:

Luis Geovanny Miranda Fuela

TUTOR:

Msc. Guillermo Zambrano Pontón

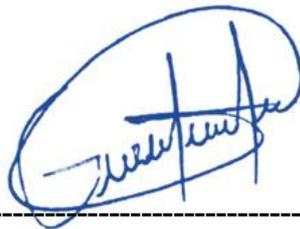
Riobamba, Ecuador. 2024.

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, **Luis Geovanny Miranda Fuela**, con cedula de ciudadanía 0604171546, autor del trabajo de investigación titulado **"La comunicación en el entorno digital de la Asociación de Futbol No Aficionado de Chimborazo, período junio – diciembre 2022"** certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mi exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor (a) de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, 28 de octubre del 2024



Luis Geovanny Miranda Fuela

C.I. 0604171546



ACTA FAVORABLE - INFORME FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN CARRERAS NO VIGENTES

En la ciudad de Riobamba, a los 5 días del mes de agosto de 2024, luego de haber revisado el Informe Final del Trabajo de Investigación presentado por el estudiante **MIRANDA FUELA LUIS GEOVANNY** con CC: 0604171546, de la carrera **COMUNICACIÓN** y dando cumplimiento a los criterios metodológicos exigidos, se emite el **ACTA FAVORABLE DEL INFORME FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN** titulado “**La comunicación en el entorno digital de la Asociación de Fútbol No Aficionado de Chimborazo, período junio – diciembre 2022**”, por lo tanto, se autoriza la presentación del mismo para los trámites pertinentes.



RAÚL GUILLERMO
ZAMBRANO PONTÓN

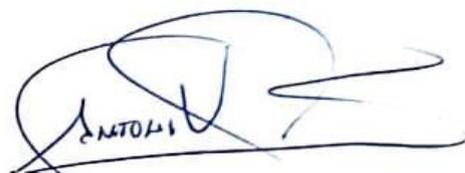
Mgs. Guillermo Zambrano
TUTOR

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación "La comunicación en el entorno digital de la Asociación de Fútbol No Aficionado de Chimborazo, período junio – diciembre 2022", presentado por Luis Geovanny Miranda Fuela, con cédula de identidad número 0604171546, bajo la tutoría de Mgs. Guillermo Zambrano; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar. De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba, 11 de noviembre de 2024

Antoni Vaca / Mgs.

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



Guillermo Zambrano / Mgs.

MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Carlos Larrea / Mba.

MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Galo Vásquez / Dr.

MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO





DIRECCIÓN ACADÉMICA
VICERRECTORADO ACADÉMICO



UNACH-RGF-01-04-02.09

CERTIFICACIÓN

Que, **MIRANDA FUELA LUIS GEOVANNY** con CC: **0604171546**, estudiante de la Carrera de **COMUNICACION**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**: ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "La comunicación en el entorno digital de la Asociación de Fútbol No Aficionado de Chimborazo, período junio – diciembre 2022", que corresponde al dominio científico **DESARROLLO SOCIOECONÓMICO Y EDUCATIVO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA INSTITUCIONALIDAD DEMOCRÁTICA Y CIUDADANA** y alineado a la línea de investigación **COMUNICACIÓN**, cumple con el 5%, reportado en el sistema Antiplagio Turnitin, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente, autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 17 de octubre de 2024



BR. GUILLERMO
ZAMBRANO PONTON

Mgs. Guillermo Zambrano

TUTOR

DEDICATORÍA

A mi madre, por el incondicional apoyo que me ha brindado durante mi trayectoria académica, por días de esfuerzo y lucha por sacar adelante a todos sus hijos, hoy todo lo que ha sembrado está dando sus frutos, gracias por tu guía, educación y valores que me implantaste desde muy pequeño, por siempre recalcarme el valor y la importancia del estudio, con este proyecto de titulación te brindo el primer título de todos demás que con la ayuda de Dios se vendrán para mi vida académica.

A mi padre, por sus grandes consejos y apoyo importante que me ayudo a poder llevar a cabo la presente investigación, por siempre inculcarme el valor del trabajo y esfuerzo para conseguir las metas y logros que uno se plantea en la vida, gracias a esas sabias palabras y también reprendidas que fruto de eso, hoy estoy culminando una de mis etapas profesionales.

A mis hermanos, Wilmer y Oscar, pilares fundamentales dentro de mi vida, gracias por alegrarme la vida y estar siempre, por su empuje y apoyo mutuo que desde muy pequeños nos hemos dado, hoy les dedico este proyecto también con la finalidad de impulsarles y animarlos a que nunca se rindan en su vida académica, muy pronto también quiero ser testigo de sus frutos y éxitos dentro de la vida profesional.

Finalmente, a mi fiel amigo Rufus, quien fue testigo de noches de desveladas y esfuerzo para que todo esto salga a flote.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios por todas sus bendiciones y guía en este camino llamado vida, por nunca dejarme decaer y siempre permitir que siga de pie dando frente ante cualquier adversidad.

A la Universidad Nacional de Chimborazo y a la carrera de Comunicación, que me abrieron las puertas para que pueda formarme en mi vida profesional, así como también a todos mis docentes y mi tutor de tesis.

A mi familia por ser quienes confiaron y creyeron en mí, por el apoyo y guía que me dieron desde que tengo uso de razón, todo lo debo a ustedes.

Finalmente agradezco a todas esas amigas y compañeras que hicieron que este viaje académico sea más agradable.

ÍNDICE

DECLARATORIA DE AUTORÍA

DICTAMEN FAVORABLE DEL TUTOR

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

DEDICATORÍA

AGRADECIMIENTO

INDICE

RESUMEN

ABSTRACT

CAPITULO I. INTRODUCCIÓN	13
1.2 Planteamiento del Problema	14
OBJETIVOS	15
1.3.1 Objetivo General.....	15
1.3.2 Objetivos Específicos	15
CAPITULO II. MARCO TEÓRICO.....	16
2.1 Estado del Arte	16
2.2 Fundamentación Teórica	17
2.3 Comunicación Digital	17
2.3.1 Definición de Comunicación Digital.....	17
2.3.2 Impacto de la tecnología en la comunicación	17
2.4 Canales y herramientas de Comunicación Digital.....	18
2.4.1 Redes sociales	18

2.4.2 Facebook	18
2.5 Importancia de los canales de comunicación Digital	19
2.6 Comunicación deportiva	19
2.6.1 Definición de la comunicación deportiva	19
2.6.2 Redes sociales en las organizaciones deportivas	21
2.7 Periodismo deportivo	22
4.2.6 Estrategias de comunicación en el entorno digital	23
4.2.7 Asociación de Fútbol No Profesional de Chimborazo	24
CAPITULO III. METODOLOGÍA	26
3.1. Enfoque de la Investigación	26
3.2 Método de la Investigación	26
3.3 Diseño de la Investigación	26
3.4 Tipo de Investigación	26
3.5 Técnicas e Instrumentos	26
3.5.1 Análisis de Contenido	26
3.5.2 Entrevista	27
3.6 Población y muestra	27
3.7 Variables	27
3.7.1 Variable Dependiente	27
3.7.2 Variable Independiente	28
3.8 Operacionalización de Variables	28
CAPITULO IV. RESULTADOS	29

4.1 Resultados Análisis de Contenido Plataforma Facebook	29
4.2 Análisis de resultados fichas de observación	37
4.3 ENTREVISTAS	39
4.4 Entrevista Responsable de comunicación Afnach	39
4.5 Entrevista a expertos en Comunicación digital	44
4.6 Análisis de resultados entrevistas	52
4.7 Discusión de Resultados	53
CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	57
5.1 Conclusiones	57
5.2 Recomendaciones	58
BIBLIOGRAFÍA	60

RESUMEN

La comunicación digital ha transformado las interacciones en la sociedad moderna, y la Asociación de Fútbol No Aficionado de Chimborazo, enfrenta un desafío para aprovechar estas herramientas digitales con el objetivo de mejorar su comunicación interna y externa queriendo así, impulsar el desarrollo del fútbol en la región. Utilizando su plataforma de Facebook, la asociación brinda información actualizada sobre noticias, eventos, calendarios de partidos y resultados, consolidándose como un punto de encuentro virtual para los interesados en el fútbol local, con una desafiante gestión de la comunicación.

La Asociación de Fútbol ejerce todo el peso de su entorno digital en esta red social, donde se ha convertido en el único canal de comunicación directa, promoviendo un sentido de comunidad y apoyo al fútbol no aficionado de Chimborazo, sin una debida planificación. La comunicación digital es el énfasis sobre la presente investigación y como esta temática funciona dentro del proceso comunicacional digital dentro de una organización deportiva encargada de regir el futbol amateur de toda una provincia. Es así que, la Asociación de Fútbol No Aficionado de Chimborazo ha establecido una presencia en línea que le permite mantener informados a sus seguidores y promover el fútbol en la provincia.

Palabras clave: Comunicación digital, organizaciones deportivas, periodismo deportivo, Afnach, entorno digital, futbol no amateur.

ABSTRACT

Digital communication has transformed interactions in modern society, and the Chimborazo Non-Amateur Football Association faces a challenge to take advantage of these digital tools in order to improve its internal and external communication, thus wanting to boost the development of football in the region. Using its Facebook platform, the association provides updated information on news, events, match calendars and results, consolidating itself as a virtual meeting point for those interested in local football, with a challenging communication management. The Football Association exerts all the weight of its digital environment on this social network, where it has become the only direct communication channel, promoting a sense of community and support for non-amateur football in Chimborazo, without proper planning. Digital communication is the emphasis on this research and how this topic works within the digital communication process within a sports organization in charge of governing amateur football in an entire province. Thus, the Chimborazo Non-Amateur Football Association has established an online presence that allows it to keep its followers informed and promote football in the province.

Keywords: Digital communication, sports organizations, sports journalism, Afnach, digital environment, non-amateur football.



DORIS ALEXANDRA
CHUQUIMARCA ONCE

Reviewed by:

Mgs. Doris Chuquimarca

I.D. 060449038-3

CAPITULO I. INTRODUCCIÓN

La comunicación en el entorno digital ha revolucionado la forma en que interactuamos, nos informamos y nos relacionamos en la sociedad actual. La Asociación de Fútbol No Aficionado de Chimborazo ha trabajado en reconocer la oportunidad de aprovechar las herramientas digitales para fortalecer su comunicación interna y externa, y así promover el desarrollo del fútbol en la región.

En un mundo cada vez más conectado, la comunicación digital se ha convertido en una necesidad para cualquier organización, incluyendo las entidades deportivas. La Asociación de Fútbol No Aficionado de Chimborazo ha comprendido que, para llegar de manera efectiva a jugadores, entrenadores, árbitros, aficionados y demás actores involucrados en el fútbol local, es fundamental utilizar las plataformas digitales como medio de comunicación principal, pero que se registrará a investigar si es el caso de esta organización deportiva.

La presencia en línea de la Asociación de Fútbol No Aficionado de Chimborazo se ha consolidado a través de su Fan page, donde se proporciona información actualizada sobre noticias, eventos, calendarios de partidos, resultados y tablas de posiciones. Esta plataforma digital se ha convertido en un punto de encuentro virtual para todos aquellos interesados en el fútbol no aficionado de Chimborazo, brindando un espacio en el que se pueden conocer las novedades y mantenerse al día con las actividades de la asociación.

La Afnach ha intentado aprovechar el potencial de la red sociales para ampliar su alcance y promover la participación de la comunidad futbolística. A través de la comunidad de Facebook, la asociación comparte contenido relevante, como fotografías, videos, entrevistas, convocatorias y mensajes de apoyo a los equipos y jugadores locales.

Estas redes sociales se han convertido en canales de comunicación directa, donde los seguidores pueden interactuar, hacer preguntas, expresar opiniones y generar un sentido de comunidad en torno al fútbol no aficionado de Chimborazo.

Es así que, la comunicación en el entorno digital se ha convertido en un pilar fundamental para la Asociación de Fútbol No Aficionado de Chimborazo. A través de su fanpage, la asociación ha intentado establecer una presencia sólida en línea, que le permite mantener informados a sus seguidores y promover el fútbol en la provincia.

1.2 Planteamiento del Problema

La era digital ha revolucionado la forma en que nos comunicamos, brindando nuevas oportunidades y desafíos para diversas organizaciones. La Asociación de Fútbol No Aficionado de Chimborazo, es una institución deportiva que busca promover y organizar el fútbol en la región. Sin embargo, a pesar de los avances tecnológicos, existe una preocupación por la eficacia de la comunicación en su entorno digital. En el entorno digital, la comunicación juega un papel crucial para mantener informados a los miembros de la AFNACH, incluyendo jugadores, entrenadores, árbitros y directivos.

Se utilizan plataformas digitales, como redes sociales, en este caso Facebook, para difundir noticias, convocatorias, resultados de partidos y otras informaciones relevantes. No obstante, se observa una serie de desafíos en la comunicación digital de la AFNACH. En primer lugar, existe una falta de estandarización en el uso de las plataformas digitales, lo que puede generar confusión y dificultades para acceder a la información de manera oportuna. Además, la comunicación puede ser poco clara o incompleta, lo que afecta la transmisión eficiente de mensajes importantes.

Además, se identifica una brecha en el manejo de las herramientas digitales por parte de algunos miembros de la AFNACH, lo cual limita su participación y comprensión

de la información proporcionada. Esto puede generar exclusión y falta de participación en las actividades y decisiones de la asociación. Otro aspecto preocupante es la falta de interacción y retroalimentación en la comunicación digital de la AFNACH. La ausencia de espacios para el diálogo y la participación de los miembros puede afectar la construcción de un sentido de comunidad y compromiso con la asociación. En resumen, el problema radica en la ineficacia de la comunicación en el entorno digital de la Asociación de Fútbol No Aficionado de Chimborazo. La falta de estandarización, la claridad deficiente, la brecha en el manejo de herramientas digitales y la escasez de interacción y retroalimentaciones son desafíos que deben abordarse para mejorar la comunicación y fortalecer la participación de los miembros en la AFNACH. Es por eso por lo que nuestro problema de investigación llega a presentarse de la siguiente manera:

¿Cómo se ejecuta los procesos de comunicación en el entorno digital de la Asociación de fútbol no Aficionado de Chimborazo, período junio - diciembre 2022?

OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Determinar el proceso de comunicación en el entorno digital de la Asociación de Fútbol No Aficionado de Chimborazo en el período de junio – diciembre 2022

1.3.2 Objetivos Específicos

- Identificar los contenidos digitales de las plataformas de la Asociación de Fútbol no Profesional de Chimborazo a través de un análisis de contenidos.
- Analizar las publicaciones digitales de la Asociación de Fútbol No Profesional de Chimborazo.
- Elaborar una artículo científico con contenido relacionado a la publicación en entornos digitales, enfocándose en la Asociación de Fútbol No Profesional de Chimborazo.

CAPITULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 Estado del Arte

El presente estado del arte analiza la comunicación digital y el periodismo deportivo en el contexto del fútbol no aficionado dentro de la Provincia de Chimborazo, esta investigación examina las tendencias actuales en la comunicación digital, el impacto de las plataformas digitales en la difusión de información deportiva y las características del periodismo deportivo en el ámbito local.

La comunicación dentro de una organización abarca una completa información que circula entre los distintos actores institucionales con la finalidad de lograr requeridos objetivos, además trasciende al mero intercambio de datos que a su vez determina las dinámicas que se generan en aquellas organizaciones, la cultura y el ámbito institucional, así como también da cuenta del tipo de administración que se tiene y del modelo de gestión o de comunicación practicado que sostiene (Introini, 2022). La organización deportiva Afnach, maneja este tipo de comunicación organizacional, ya que dentro de su estructura o directorio muestra una comunicación ascendente que va desde el presidente hacia su hinchada o seguidores de la organización.

El objetivo de la comunicación interna es organizar y optimizar el intercambio de información entre varias áreas, esto impide a algunos departamentos o gerencias deportivas que es el caso, operar aisladas del resto de la organización, además, fomenta un ambiente de trabajo a tal punto de que sea informado por todos quienes lo conforman, en el que los trabajadores saben quién los dirige y cómo, y de qué manera, la presidencia pueda a su vez contactarse con su equipo y saber de quiénes se trata, cuáles son sus fortalezas, debilidades y aspiraciones y todo lo que tenga que ver con la organización y su correcta funcionalidad (Piedra y Mayorga, 2022).

2.2 Fundamentación Teórica

2.3 Comunicación Digital

2.3.1 Definición de Comunicación Digital

La comunicación digital es un proceso mediante el cual se intercambian mensajes, ideas, información y contenido a través de medios electrónicos y tecnológicos, refiriéndose a la transmisión y recepción de datos en forma digital, utilizando dispositivos como computadoras, teléfonos móviles, tablets y otros dispositivos conectados a Internet. La comunicación digital, indudablemente, amplía su alcance gracias a las últimas tecnologías, facilitando de manera relativamente accesible y amigable la descarga y carga de información en la red. Estas ventajas son principalmente aprovechadas por los jóvenes, quienes desempeñan un papel destacado en la expansión del universo hipertextual de internet (Basile, 2015).

La comunicación digital presenta varias características distintivas. En primer lugar, es interactiva y bidireccional, lo que significa que los participantes pueden interactuar y responder en tiempo real, generando un diálogo y una retroalimentación instantánea. Además, es multimodal, ya que combina diferentes formas de comunicación, como texto, imágenes, audio y video, permitiendo una expresión más rica y diversa. Scolari (2012) indica que la digitalización, que implica la conversión de todos los contenidos a una forma de bits, simplificó la manipulación de textos, el texto digital resultante se volvió maleable, flexible y fácil de vincular con otros textos siendo así que el hipertexto, antes considerado casi utópico, se transformó en el principal espacio textual.

2.3.2 Impacto de la tecnología en la comunicación

Las redes sociales en la actualidad, ha migrado la forma de comunicación tradicional, la tecnología dentro de la web 2.0 ha brindado la oportunidad de agilizar los

procesos comunicativos hacia la diversificación y actualización de información, interacción, comunicación y hasta la investigación. Jiménez (2012) refiere que estas herramientas en línea refiriéndose a las redes sociales, en gran mayoría, gratuitas y acceso libre, nos dan la oportunidad de participar en la producción y expansión de conocimientos. Asimismo, sirven como medio para ejercer las destrezas comunicativas, las auditivas y las habilidades de lecto, brindando también la accesibilidad a la tecnología.

2.4 Canales y herramientas de Comunicación Digital

2.4.1 Redes sociales

El centro la innovación digital recae dentro de plataformas virtuales que brindan la oportunidad de tener una manera de comunicación más simplificada y mucho más rápida, actualmente existe muchas redes sociales que cumplen con lo antes mencionado. Una red social es considerada como un servicio que permite a los individuos o internautas construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema previamente delimitado (Boyd y Ellison, 2007).

2.4.2 Facebook

La red social Facebook es una de las pioneras en integrar al mundo a la digitalización, se lo podría considerar como una red social puente para las demás plataformas actuales existentes, hoy en día, la red abarca a personas de una generación antigua que se diferencia bastante de las plataformas en tendencia de hoy en día. Sanz (2009) recalca que Facebook es la segunda red social más grande del mundo después de MySpace, alegando que en primer lugar tuvo influencia en el entorno angloparlante, dentro de Estados Unidos pero que, poco a poco se ha ido extendiendo en todo el mundo, donde actualmente domina.

2.5 Importancia de los canales de comunicación Digital

La importancia de los canales de comunicación digital radica en su capacidad para facilitar la transmisión rápida, eficiente y masiva de información, así como en su capacidad para establecer conexiones y promover la interacción entre individuos, organizaciones y comunidades en el entorno digital. Hervás (2017) refiere que la comunicación se configura como un proceso social con un propósito claro, estructurado para recibir una retroalimentación continua. Cuando este proceso se organiza internamente en una entidad, conserva su esencia social y se percibe como el medio que facilita la interacción de la empresa, institución u organización con sus públicos, fortaleciendo así la reputación del emisor.

Se necesitaba una revisión exhaustiva de casi un siglo de estudios sobre los medios de comunicación de masas para entender las transformaciones que experimentaba el sistema mediático, las teorías disponibles para los investigadores eran, en su mayoría, concebidas para la difusión masiva (Scolari, 2012).

El surgimiento de la tecnología electrónica de la radiodifusión a partir del siglo XX fue seguido de la formulación de teorías relacionadas con los nuevos medios, como la radio, y más tarde, unos treinta años después, la televisión, este conjunto de teorías fusionó diferentes áreas de estudio, desde la investigación periodística hasta los estudios de opinión pública, evolucionando para convertirse en un nuevo campo epistemológico consolidado (Scolari, 2008).

2.6 Comunicación deportiva

2.6.1 Definición de la comunicación deportiva

La comunicación en el deporte es un aspecto fundamental en la interacción entre atletas, entrenadores, árbitros y aficionados. La forma en que se comunica en el contexto

deportivo puede influir en el rendimiento de los atletas, la toma de decisiones, la resolución de conflictos y la experiencia general en el deporte. La comunicación en el deporte abarca una amplia gama de aspectos, desde la comunicación verbal y no verbal en el campo de juego hasta la comunicación estratégica en el equipo.

En este extenso análisis, se explora la importancia de la comunicación en el deporte y cómo puede afectar tanto el rendimiento como la cultura deportiva. Galindo (2001) refiere a que el deporte es algo que está ahí, siempre ahí, una y otra vez ahí, pero no forma parte por necesidad de lo que está aquí. Todos sabemos sobre el deporte, todos estamos enterados de algo relacionado con el deporte, el deporte nos toca de muchas maneras, pero no forma parte de nuestra vida personal más que en ciertos puntos, tiempos, lugares. Para una gran parte de la población el deporte es sólo una noticia, un elemento de información, un fenómeno de excitación intenso y fugaz.

La comunicación en el deporte no se limita solo al campo de juego. Los medios de comunicación desempeñan un papel importante en la cobertura de eventos deportivos, y la forma en que presentan historias y noticias sobre el deporte puede influir en la percepción pública y la opinión de los aficionados. Los atletas también utilizan la comunicación a través de las redes sociales y las entrevistas para conectarse con sus seguidores y patrocinadores, lo que puede tener un impacto significativo en su carrera y en la imagen del deporte en general. (Salinero, 2014) afirma:

La evolución de la comunicación deportiva podemos considerar que sigue la de los propios medios. Empezaron publicando noticias sobre estas actividades en los periódicos, más tarde narraron partidos por la radio y también después fueron transmitidos en directo por televisión. (p.10)

2.6.2 Redes sociales en las organizaciones deportivas

Las redes sociales han transformado la forma en que los atletas interactúan con sus seguidores, permitiéndoles compartir sus vidas, logros y desafíos de manera auténtica. Esto ha llevado al desarrollo de marcas personales sólidas y ha generado oportunidades comerciales fuera del ámbito deportivo tradicional. La comunicación directa con los seguidores fomenta un sentido de cercanía y autenticidad que beneficia tanto a los deportistas como a sus fanáticos. La red social se distingue del grupo social en que este último está formado por personas que se conocen mutuamente, comparten roles interdependientes, objetivos comunes y una subcultura distintiva. Por lo tanto, el grupo social se considera una unidad más pequeña que la red, lo que significa que una red puede estar conformada por uno o varios grupos (Bott, 1990).

Desde una perspectiva de marketing deportivo, las redes sociales se han convertido en una herramienta fundamental para la promoción de productos y servicios relacionados con el deporte. Las redes sociales ofrecen una plataforma efectiva para llegar a audiencias específicas y promocionar productos, lo que beneficia tanto a las marcas como a los equipos y atletas.

Camino y Maza (2008) explican que las redes sociales centradas en el deporte y el espacio público también señalan la emergencia de nuevas formas de relaciones territoriales vinculadas a la apropiación del espacio público. Durante la transición democrática de las décadas de los setenta, ochenta y noventa, las demandas de los vecinos se centraban en la obtención de servicios para las comunidades locales, como viviendas de protección social, centros cívicos, instalaciones de salud, áreas verdes, transporte público, entre otros.

2.7 Periodismo deportivo

El periodismo deportivo es una rama especializada del periodismo que se enfoca en la cobertura de eventos deportivos, atletas, equipos y todo lo relacionado con el mundo del deporte. Su origen se remonta al siglo XIX, cuando los periódicos comenzaron a prestar atención a las competiciones deportivas y a los logros de los deportistas. Desde entonces, el periodismo deportivo ha experimentado un crecimiento constante y se ha convertido en una parte fundamental de la industria de los medios de comunicación. En los últimos años, el periodismo deportivo ha experimentado un notable aumento en su demanda, convirtiéndose en una de las áreas más solicitadas dentro del ámbito de la información periodística especializada. Prácticamente todos los periódicos a nivel mundial cuentan con una o varias páginas y/o suplementos dedicados a este tema (Sainz, 2013).

Torrijos (2008) manifiesta que, en las últimas décadas, el periodismo deportivo ha experimentado un considerable crecimiento en sus estructuras, medios y métodos de generar contenido, ganando cada vez más relevancia hasta consolidarse en la actualidad como la forma de información con mayor impacto social en muchos países tanto europeos como americanos.

El periodismo deportivo fue pionero en el desarrollo del periodismo especializado al aplicar los géneros periodísticos para enriquecer la narración de eventos dentro del extenso ámbito deportivo, a medida que el periodismo deportivo se profesionalizaba de manera incipiente, surgieron no solo subespecialidades informativas asociadas a disciplinas o actividades deportivas específicas (Pérez, 2009).

Los periodistas deportivos deben adaptarse a las nuevas tecnologías y plataformas, así como a la rapidez con la que se propagan las noticias en línea. Por tanto, es crucial

que el periodismo y los medios de comunicación convencionales abracen estos conceptos emergentes, adoptando e incorporando esta modalidad de periodismo digital que se entrelaza con el enfoque participativo o ciudadano, este último permite a cualquier individuo con acceso a una computadora e Internet expresarse, crear contenido y tener influencia en la opinión dentro de un mundo virtual en constante expansión (Vizcarra, 2009).

4.2.6 Estrategias de comunicación en el entorno digital

La comunicación en el entorno digital es un campo amplio y en constante evolución que abarca estrategias diversas y cambiantes. En este contexto, la creación de contenido relevante y atractivo es fundamental para captar la atención del público en un mundo en línea saturado de información. La producción de contenido de calidad ya sea en forma de blogs, videos, publicaciones en redes sociales o podcasts, es esencial para construir una audiencia leal y comprometida.

Ante esto, Pérez (2001) manifiesta que la comunicación en sí misma no parece ser central para la teoría estratégica, pero se reconoce como un elemento definitorio en ciertos juegos y que influye en sus resultados. La teoría estratégica parece priorizar la comprensión de cómo la información y la incertidumbre impactan en las dinámicas de los juegos, aunque no le otorga una atención especial a la comunicación en sí misma.

El marketing territorial es un concepto que ha existido desde hace mucho tiempo, pero a partir de los años 80 se ha vuelto más prominente. En este período, se observa un aumento significativo en la rivalidad y la competencia entre ciudades y regiones. Esto ha llevado a una renovación en las estrategias de comunicación, así como en los fundamentos económicos y sociales asociados con este enfoque (Benko, 2000).

La estrategia de comunicación implica tomar decisiones que determinan cuándo y dónde es más adecuado implementar un estilo de comunicación distintivo, que refleje la identidad de la organización, este enfoque debe ser seguido en todos los aspectos internos, tanto en las operaciones laborales como en las interacciones humanas (Arellano, 2008).

La segmentación de la lista de correo y la automatización de campañas son herramientas poderosas para optimizar esta estrategia. Cuando se habla de cómo lograr algo, cómo alcanzar un objetivo o también una meta estamos en el terreno de la estrategia y la táctica, entre estas esta la diferencia entre el nivel de acción y jerarquía (Cardona, 2007). Existen diferentes teorías en torno al mensaje persuasivo, pero todos parecen encaminados al cambio de actitud de las personas, la capacidad persuasiva, la credibilidad y el atractivo con el que los diferentes agentes del proceso de comunicación se presentan forman parte de las estrategias persuasivas que ponen en funcionamiento emisores de diferentes tipologías (Martínez y Fresneda, 2010).

Abad (2013) menciona que tras analizar de forma independiente los elementos de la Confianza como actitud en el ámbito de la Psicología, el objetivo ahora es proponer estrategias de comunicación más dirigidas en función de cada uno de los componentes, aunque la interrelación y la congruencia entre ellos, el cognitivo, afectivo y conativo, conlleve un cambio en la actitud general.

4.2.7 Asociación de Fútbol No Profesional de Chimborazo

La Asociación de Fútbol No Aficionado de Chimborazo es una división de la Federación Deportiva de Chimborazo en el Ecuador. Trabaja como asociación de equipos de fútbol dentro de la Provincia de Chimborazo. Responde a sus siglas como AFNACH, esta organización está ligada al ente rector la Federación Ecuatoriana de Fútbol. Es la

encargada de coordinar cada año la Segunda Categoría de Chimborazo. Los equipos de sus registros que han participado en la Serie A del Campeonato Ecuatoriano de Fútbol son: Centro Deportivo Olmedo, "ídolo riobambeño"; y el River Plate de Riobamba, "ídolo chimboracense". Los dos clubes forman parte de Los grandes del fútbol riobambeño; Star Club al haber estado cerca y no haber podido ascender a la serie B, no logra refrendar el mismo; otro club que destacó por una sola temporada en serie A, fue el club Atlético Riobamba en 1973; al final de la temporada descendió y desapareció; por eso tampoco entra dentro de este rango. En 1978 AFNACH desaparece por problemas económicos y directivos; en 1982 se reactiva la AFNACH, con los equipos: Palestino, Guano Sporting Club, 9 de octubre, Centro Deportivo Olmedo, Club Atlético River Plate (Riobamba).

El Club Atlético Riobamba fue club histórico de fútbol profesional de la ciudad de Riobamba, Chimborazo, Ecuador. Este equipo se fundó en el año de 1959. Realizó su participación en el Campeonato Nacional del año 1973; en aquellos inicios futbolísticos, la dirigencia la encabezó el Sr. Fausto Costales, empresario propietario del almacén La Competencia, en el Campeonato de Ascenso Provincial tuvo una fuerte rivalidad con Olmedo, y el River Plate de Riobamba, al descender a mitad de temporada, el club desapareció; sus colores son el azul y rojo de la bandera de la ciudad de Riobamba; sin embargo, en 1993 estos fueron usurpados arbitrariamente por el Arq. Eduardo Granizo, presidente del Centro Deportivo Olmedo; cuyos colores originales del Centro Deportivo Olmedo son azules y rojos. El equipo lamentablemente desapareció el 11 de noviembre de 1996, y en la actualidad el club se mantiene inactivo, a esperas de una nueva directiva que reactive el proyecto y encamine a este histórico equipo del fútbol ecuatoriano a la serie de privilegio (Jaramillo, 2021).

CAPITULO III. METODOLOGÍA

3.1. Enfoque de la Investigación

En el presente trabajo de investigación se utilizará un enfoque cuantitativa y cualitativa, donde estos dos enfoques sean combinables a través de los instrumentos de investigación planteados ya se matrices de análisis de contenidos donde las interacciones de las publicaciones de la Asociación contengan un tinte cuantitativo, mientras que la interpretación de su mensaje y de más técnicas como entrevistas brinden el otro enfoque cualitativo.

3.2 Método de la Investigación

El método de la investigación se guiará por el método Inductivo/Deductivo

3.3 Diseño de la Investigación

El diseño de la presente investigación es no experimental, permitiendo indagar sobre el tema principal sin afectar ni alterar las variables y así estudiarlo en su entorno natural, es así como nos permitirá conocer sobre el entorno digital propio de la Asociación de Fútbol No Aficionado de Chimborazo.

3.4 Tipo de Investigación

La presente investigación emplea un análisis de contenido a través de una matriz de análisis y entrevistas a expertos del tema cuyo instrumento es la guía de entrevista y el cuestionario.

3.5 Técnicas e Instrumentos

3.5.1 Análisis de Contenido

El análisis de contenido pretende sustituir los contextos interpretacioncitas y también subjetivas del estudio combinado del análisis de documentos o de comunicaciones por

unos procedimientos que son cada vez más estandarizados con el intento de objetivar y convertir en datos los contenidos de determinados documentos o comunicaciones extraídos de plataformas o entornos comunicacionales para que puedan ser analizados y tratados de forma mecánica según sea la investigación (Noguero, 2002). En el mayor de los casos, para optimizar esta técnica de investigación se diseña una matriz según requiera obtener información el investigador.

3.5.2 Entrevista

La entrevista como una de las técnicas de investigación social, es frecuentemente el único modo de descubrir e investigar lo que son las visiones ya sean objetivas o subjetivas de las distintas personas y recoger información sobre determinados acontecimientos, hechos o problemas según se requiera (Carballo, 2001). Las entrevistas se suelen dar por medio de plataformas digitales o de manera presencial para posteriormente proceder a su interpretación.

Entrevistas = Javier Marchan y José Rivera.

3.6 Población y muestra

En este caso para el presente trabajo investigativo se definió el uso del universo entero para su estudio, en este caso serán todas las publicaciones de la página de Facebook de la Afnach dentro del periodo correspondido junio a diciembre del 2022, que en total son 51 publicaciones con 51 matrices respectivas de análisis de contenido.

Publicaciones de Facebook (junio a diciembre 2022) = 51 publicaciones

3.7 Variables

3.7.1 Variable Dependiente

Asociación de Fútbol No Aficionado de Chimborazo

3.7.2 Variable Independiente

La comunicación en el entorno digital

3.8 Operacionalización de Variables

Variable Independiente	Definición	Categoría	Indicadores	Técnicas	Instrumentos
La comunicación en el entorno digital	La comunicación digital se la entiende como aquel proceso de producción y puesta en juego de los sentidos, mediante uso de tecnologías de información y comunicación TIC (Sanchez, 2006)	Comunicación Digital	Publicaciones	Análisis de Contenidos	Fichas de observación
			Contenidos		
			Plataformas		

Variable Dependiente	Definición	Categoría	Indicadores	Técnicas	Instrumentos
Asociación de Fútbol No Aficionado de Chimborazo	La Asociación de Fútbol No Aficionado de Chimborazo es una división de la Federación Deportiva de Chimborazo en	Comunicación Periodismo Deportivo	Departamento de Comunicación	Entrevistas	Cuestionario
			Redes sociales		

	el Ecuador. Trabaja como asociación de equipos de fútbol dentro de la Provincia de Chimborazo.		Miembros y socios		
--	---	--	-------------------	--	--

CAPITULO IV. RESULTADOS

4.1 Resultados Análisis de Contenido Plataforma Facebook

Se analizaron 52 fichas de observación de todas las publicaciones dentro de la Fan Page que están dentro del periodo de investigación del tema principal donde se tomó el universo entero sin necesidad de realizar un muestreo esto debido a que, el entorno digital de la asociación solo contaba con una página de Facebook en aquel periodo delimitando así la investigación solamente a las 52 publicaciones ya mencionadas, todo esto a través de análisis de contenidos y fichas de observación que permitieron que la investigación sea más precisa y comprimida para un mejor análisis. La matriz de análisis contiene estadísticas importantes que debe predominarse en la investigación, como fechas de publicación, audiencia alcanzada, interacción que tuvo cada publicación y una correcta interpretación del mensaje fijado en cada una de ellas.

Total de publicaciones por meses:

Junio = 12

Julio = 20

Agosto = 18

Septiembre = 17

Octubre = 2

Noviembre = 2

Diciembre = 0

JUNIO							
No.	Fecha	Tipo de contenido	Lenguaje	Público objetivo	Total interacciones	Hashtags	Enlace
1	01/06/2022	Imagen	Coloquial	Niños	4	No se implemento	https://acortar.link/sxKVhh
2	03/06/2022	Imagen	Formal	Colectividad futbolera	9	No se implemento	https://acortar.link/R2Vm2k
3	07/06/2022	Fotografía	Coloquial	Comunidad afnach	13	No se implemento	https://acortar.link/tgz2XE
4	07/06/2022	Live	Coloquial	Comunidad afnach	16	No se implemento	https://acortar.link/cgvK39
5	07/06/2022	Arte	Coloquial	Comunidad afnach	38	#SomosAFNACH #ELECCIONDirectorio	https://acortar.link/ikxl80
6	08/06/2022	Imagen	Coloquial	Comunidad afnach	18	No se implemento	https://acortar.link/FR40UR
7	10/06/2022	Imagen	Coloquial	Comunidad afnach	12	No se implemento	https://acortar.link/oRZggu
8	13/06/2022	Video	Coloquial	Comunidad afnach	16	No se implemento	https://acortar.link/oRZggu
9	15/06/2022	Imagen	Coloquial	Afición afnach	6	No se implemento	https://acortar.link/iGFlnN
10	17/06/2022	Arte	Coloquial	Camilo Paguay	9	No se implemento	https://acortar.link/HE1V0g
11	19/06/2022	Arte	Coloquial	Padres Afnach	6	No se implemento	https://acortar.link/TNPpPx
12	30/06/2022	Imagen	Coloquial	Colectividad futbolera	6	No se implemento	https://acortar.link/EPFsM1

JULIO							
No.	Fecha	Tipo de contenido	Lenguaje	Público objetivo	Total interacciones	Hashtags	Enlace
13	02/07/2022	Imagen	Coloquial	Comunidad Afnach	9	No se implemento	https://acortar.link/ftGopb
14	09/07/2022	Imagen	Coloquial	Comunidad Afnach	18	#FECHA1	https://acortar.link/P4ICJJ
15	09/07/2022	Imagen	Coloquial	Comunidad Afnach	27	#Fecha1 #AscensoChimborazo2022	https://acortar.link/N1YU7M
16	13/07/2022	Imagen	Coloquial	Comunidad Afnach	10	#Fecha1 #ascensochimborazo2022 #Ascenso2022	https://acortar.link/oxPNPM
17	13/07/2022	Arte	Coloquial	Comunidad Club Darwin	2	#SomosAfnach	https://acortar.link/87hHnB
18	13/07/2022	Imagen	Coloquial	Comunidad Afnach	6	#ascensochimborazo2022 #FutbolAlausi	https://acortar.link/mcbuN3
19	13/07/2022	Imagen	Coloquial	Comunidad Afnach	2	#ascensochimborazo2022 #Ascenso2022	https://acortar.link/viEFaW
20	13/07/2022	Imagen	Coloquial	Comunidad Afnach	19	#Ascenso2022 #SomosAfnach	https://acortar.link/H0wpwr
21	14/07/2022	Imagen	Coloquial	Comunidad Afnach	17	#ascensochimborazo2022 #Ascenso2022	https://acortar.link/7a7lyb
22	17/07/2022	Live	Coloquial	Comunidad Afnach	37	#SomosAfnach #ascensochimborazo2022	https://acortar.link/dZtPOH
23	18/07/2022	Imagen	Coloquial	Comunidad Afnach	26	#SomosAfnach #ascensochimborazo2022	https://acortar.link/izKJjS
24	19/07/2022	Imagen	Coloquial	Comunidad Afnach	8	#ascensochimborazo2022 #Ascenso2022	https://acortar.link/szaMEg
25	20/07/2022	Imagen	Coloquial	Comunidad Afnach	22	#SomosAfnach #Fecha3	https://acortar.link/7X9wPj

26	24/07/2022	Imagen	Coloquial	Comunidad Afnach	22	#ascensochimborazo2022 #Ascenso2022	https://acortar.link/7X9wPj
27	24/07/2022	Imagen	Coloquial	Comunidad Afnach	26	No se implemento	https://acortar.link/KDNKRN
28	28/07/2022	Imagen	Coloquial	Comunidad Afnach	28	No se implemento	https://acortar.link/RTcCdD
29	29/07/2022	Arte	Coloquial	Medios de comunicación	12	#SomosAfnach #ascensochimborazo2022	https://acortar.link/0zt7Tq
30	29/07/2022	Imagen	Coloquial	Comunidad Afnach	19	No se implemento	https://acortar.link/INri9z
31	30/07/2022	Arte	Coloquial	Comunidad Afnach	22	No se implemento	https://acortar.link/sXUI24
32	31/07/2022	Arte	Coloquial	Comunidad Afnach	18	#Fecha4 #Ascenso2022	https://acortar.link/hCMGm3
33	31/07/2022	Imagen	Coloquial	Comunidad Afnach	30	#Ascenso2022 #SomosAfnach	https://acortar.link/9dLuZ6

AGOSTO

No.	Fecha	Tipo de contenido	Lenguaje	Público objetivo	Total interacciones	Hashtags	Enlace
34	03/08/2022	Imagen	Coloquial	Comunidad Afnach	22	#Ascenso2022 #SegundaCHIMBORAZO	https://acortar.link/EWyoTI
35	03/08/2022	Arte	Coloquial	Medios de comunicación	8	#SomosAfnach #ascensochimborazo2022	https://acortar.link/6Npm3X
36	04/08/2022	Arte	Coloquial	Comunidad Afnach	17	#ascensochimborazo2022 #SegundaCHIMBORAZO	https://acortar.link/exTWev
37	04/08/2022	Arte	Coloquial	Comunidad Afnach	23	#ascensochimborazo2022 #SegundaCHIMBORAZO	https://acortar.link/4mGJ8h
38	04/08/2022	Arte	Formal	Comunidad Afnach	27	No se implementó	https://acortar.link/pI1P3t
39	08/08/2022	Arte	Coloquial	Comunidad Afnach	14	No se implementó	https://acortar.link/4MTgR3
40	08/08/2022	Imagen	Coloquial	Comunidad Afnach	33	#ascensochimborazo2022 #SomosAfnach	https://acortar.link/AcDQIV
41	09/08/2022	Imagen	Coloquial	Comunidad Afnach	35	#SomosAfnach #FTUSALChimborazo	https://acortar.link/AcDQIV
42	10/08/2022	Imagen	Coloquial	Comunidad Afnach	17	#SomosAfnach	https://acortar.link/fSinRW
43	10/08/2022	Imagen	Coloquial	Comunidad Afnach	9	#SomosAfnach	https://acortar.link/RZ2mc0
44	10/08/2022	Arte	Coloquial	Comunidad Afnach	22	#SomosAfnach	https://acortar.link/khh5E7
45	10/08/2022	Imagen	Coloquial	Comunidad Afnach	29	#SomosAfnach #ascensochimborazo2022	https://acortar.link/qZbzFP

46	11/08/2022	Arte	Coloquial	Familiares Dr. Carlos Montenegro	31	No se implementó	https://acortar.link/dulxNo
47	11/08/2022	Imagen	Coloquial	Comunidad Afnach	13	No se implementó	https://acortar.link/uKbIWM
48	17/08/2022	Imagen	Coloquial	Comunidad Afnach	24	#SomosAFNACH #SEGUNDACHIMBORAZO	https://acortar.link/DKfAam
49	19/08/2022	Imagen	Coloquial	Comunidad Afnach	15	#ascensochimborazo2022 #SegundaCHIMBORAZO #SomosAfnach	https://acortar.link/P002uy
50	22/08/2022	Imagen	Coloquial	Comunidad Afnach	20	#Ascenso2022 #SegundaCHIMBORAZO #ascensochimborazo2022 #Fecha7	https://acortar.link/P002uy
51	25/08/2022	Imagen	Coloquial	Comunidad Afnach	31	#Ascenso2022 #SegundaCHIMBORAZO #ascensochimborazo2022 #Fecha8	https://acortar.link/fAoZMC

SEPTIEMBRE

No.	Fecha	Tipo de contenido	Lenguaje	Público objetivo	Total interacciones	Hashtags	Enlace
52	04/09/2022	Imagen	Coloquial	Comunidad Afnach	148	No se implementó	https://acortar.link/Yrm4CY

4.2 Análisis de resultados fichas de observación

Se realizó un análisis exhaustivo de los contenidos publicados por la Asociación de Fútbol No Profesional de Chimborazo en su página de Facebook, donde se ejecutó el análisis de

Al investigar una asociación deportiva se tuvo un enfoque visto desde el ámbito futbolístico, ya que la Afnach es el ente encargado del torneo de ascenso de la segunda categoría de Chimborazo, donde alrededor de 6 clubes de fútbol en la temporada de 2022 buscaban el ascenso.

Se evidenció que las publicaciones de la plataforma Facebook en la temporada descrita, contaban con un patrón de publicación, dentro de esta se encuentra que en primera instancia, se publicaba los partidos a disputarse, donde la asociación informaba a la comunidad sobre estos encuentros indicando la localidad, hora y fecha a darse, posterior a ello, se realizaba una publicación general con los resultados de estos mismos partidos y por último, mostraban la tabla de posiciones y el puntaje obtenido de cada club terminada cada fecha respectiva. Todo esto muestra una planificación prevista y organizada para informar a la comunidad digital, en este caso de la plataforma Facebook, como se daban los encuentros futbolísticos y los resultados de estos, aludiendo a la expectativa de que se contó con un plan de comunicación prevista para esta campaña comunicacional digital lo cual será indagada en futuras entrevistas que se realizaran para complementar la investigación.

De igual forma, aludiéndolo como la parte cuantitativa, dentro de la ficha de observación se tuvo el apartado de interacciones, donde se recogió datos de todas las publicaciones y se analizaron aquellas reacciones que la plataforma Facebook contiene (me gusta, me divierte, me importa, etc.) además de sus compartidos y el número de comentarios, donde se observó que la audiencia de la asociación no es muy grande, y que en algunas

publicaciones la interacción era casi nula, no existía opinión de la gente ni tampoco personas quienes compartan aquel contenido digital, por lo que se atribuye la falta de estrategias comunicacionales para poder alcanzar un número de audiencia positiva.

	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCT	NOV	DIC
Compartidos	20	48	82	67	2	2	0
Me gusta	140	302	301	374	22	24	0
Me encanta	10	17	20	26	1	2	0
Me importa	0	1	2	1	0	0	0
Me divierte	0	1	2	48	1	0	0
Me asombra	0	2	4	0	0	0	0
Me entristece	0	2	21	1	0	0	0
Me enoja	0	1	12	0	0	0	0
Total	170	374	444	517	26	28	0

Fuente: Elaboración propia

Es así como la Asociación de Fútbol No Profesional de Chimborazo presenta contenidos en su entorno digital y como única plataforma Facebook, de manera planificada, organizada y con un formato previsto y fijada para cada uno de estos, presenta colores representativos de la institución, hace uso de hashtags relacionados con los contenidos, emplean un lenguaje en la mayoría de casos coloquiales y mantienen una audiencia baja en cuanto a la interacción y opinión de la comunidad de esta organización deportiva.

4.3 ENTREVISTAS

4.4 Entrevista Responsable de comunicación Afnach

El Licenciado Javier Marchan aportó a la presente investigación mediante la entrevista presentada a continuación, se tomó en cuenta a este profesional de la comunicación porque cumplía sus funciones como responsable de la comunicación y relaciones públicas de la Asociación de Fútbol No Aficionado de Chimborazo desde el año 2019 hasta finales del 2022, período correspondido dentro del tema central de esta investigación.

TABLA DE PREGUNTAS ENTREVISTAS			
Elaborado por: Geovanny Miranda			
Tema: La Comunicación en el Entorno Digital de la Asociación de Fútbol No Aficionado de Chimborazo, periodo junio – diciembre 2022			
Entrevistados: Lic. Comunicación social Javier Marchan Responsable de comunicación AFNACH, periodo 2022			
N.	PREGUNTA	RESPUESTA	INTERPRETACION
1	¿Cuál era su papel específico dentro de la AFNACH en términos de comunicación digital y qué responsabilidades conlleva?	Bueno, el papel que yo cumplía era Relacionista Público de la Asociación de Fútbol No Aficionado de Chimborazo. En este caso se llegó a hacer ya un trabajo más de community manager, que era la palabra específica, pero en términos oficiales era el Relacionista Público de la Asociación desde el año 2018 hasta finales del año 2022.	Javier Marchan llevaba a cabo las funciones de community manager dentro de la asociación, pero teniendo como cargo oficial de relacionista público que ejerció su cargo por un lapso de 5 años dentro de la Afnach.
2	¿Cuáles son las principales plataformas de redes sociales que utiliza la AFNACH para interactuar con su audiencia?	Bueno, en aquel entonces lo que predominaba en la Asociación de Fútbol o para donde se enfocaba todos los contenidos que nosotros generábamos era a través de Facebook por medio de la página oficial de la Asociación.	En el periodo investigado del 2022, la comunicación de la toda la asociación se ejerció mediante la plataforma de Facebook, por lo que

			todo el entorno comunicacional se centraba en esta red social.
3	¿Podría describir el proceso comunicativo que sigue para transmitir información relevante sobre la asociación a través de los medios digitales?	Bueno, hay que tomar en cuenta que nosotros nos regíamos con fútbol, nos regíamos de la misma forma con fechas que estipulaba, en este caso Federación Ecuatoriana de Fútbol, nosotros nos debíamos... al ente mayor aquí que es la federación, Entonces, nosotros teníamos un cronograma de actividades, según lo que iba desarrollando la asociación de fútbol, no sólo era la segunda categoría y aquel entonces Olmedo jugaba serie B. Se vinieron algunos eventos juveniles acá a la provincia, el impacto de juveniles que eran catalogados a nivel de Sudamérica, entonces toda esa planificación nosotros nos regíamos según la planificación que tenía la asociación. Y de ahí pues obviamente los contenidos pues como son comunicados, como son boletines de prensa que se realizaban, invitaciones a ruedas de prensa de la misma forma, transmisiones, en aquel entonces 2021 y 2022 las transmisiones las hacíamos pero nosotros más nos encargábamos de ver la forma de que llegue la señal a la ciudadanía que quería ver, había que tomar en cuenta que todavía teníamos medidas de restricción del covid-19 en esos años, pero nos encargábamos más nosotros de poder redireccionar las transmisiones para los diferentes medios de comunicación.	La respuesta destaca que el proceso comunicativo se basaba en el cronograma de la Federación Ecuatoriana de Fútbol, incluyendo actividades de la segunda categoría, serie B y eventos juveniles. Los comunicados, boletines y ruedas de prensa se alineaban con esta planificación. En 2021 y 2022, se aseguraron de que las transmisiones llegaran al público pese a las restricciones del COVID-19, redireccionando las señales a través de diversos medios de comunicación.
4	¿Existía algún plan de comunicación vigente que se encargue de regir el proceso comunicativo de toda la asociación?	Lo que amerita que tenga una asociación de futbol es un equipo entero de comunicación, una persona encargada de la parte de comunicación, otra de diseño y otra persona específica en producción de videos y ese tipo de cosas pero, no existía, solo había el cargo de relacionista público que yo tenía y buscar la manera de uno mismo tomar las plantillas, uno mismo redactar, entonces el plan de comunicación se quiso ejecutar, se planteó pero de la misma forma no había la interesa necesaria por parte	Se alega que no existía plan de comunicación para aquel periodo para los contenidos en la red social, y que se publicaba de una manera no planificada. Había una previa planificación, pero no se llegó a ejecutar, se menciona además que el relacionista publico tenía la

		del área administrativa para decir si, ejecutemos y nos va a costar este presupuesto y obviamente pues no se ejecutó un plan de comunicación.	responsabilidad de llevar a cabo toda la parte de comunicación.
5	¿Empleaba estrategias para mantener y aumentar la participación de la audiencia en las redes sociales y otros canales digitales de la AFNACH?	En esa parte más recurrimos a la publicidad alternativa como son, vallas publicitarias, estábamos en las camisetas de algunos equipos para aumentar la audiencia pero de ahí lanzar nosotros una campaña digital dentro de la página de Facebook no lo hacíamos, porque el que menos en ese entonces era tiempo de pandemia donde todavía estábamos con restricciones entonces no necesitábamos hacer ello porque la gente necesitaba estar informada sobre lo que pasaba en el futbol, entonces nosotros teníamos de primera mano fuera de ser un fan page que represente a una asociación en el lado institucional pues se convirtió en un canal o en un plataforma para ver el futbol porque no había la llegada.	La respuesta menciona que carecían de estrategias de audiencia para participación en redes sociales y que existían restricciones para hacerlo, a parte que más se regían por estrategias que no tienen nada que ver con la parte digital.
6	¿Cuáles son los factores negativos que se afronta la Asociación al momento de utilizar otras redes sociales o plataformas?	Lo que ameritaba para la asociación de futbol era un complejo de comunicación en este caso, nosotros ya partimos por un fan page y hay que tener en cuenta que, uno es el tipo de la página de Fan Page que esta como nombre Asociación de Futbol No Aficionado de Chimborazo o el nuevo que es como Afnach que este caso es ya con la administración de Jhon Adriano que era la gerencia a la cual yo pertenecía, ameritaba pero si recalco en aquel entonces la gente aquí, creamos nosotros la página en cuestión de Instagram pero no traía buenos frutos porque todavía en Chimborazo para nosotros los jóvenes, o para las redes sociales, Instagram es pragnante en otros tipos de cosas pero no de futbol, yo no podría asegurar que exista un crecimiento y en ese entonces Tik Tok no estaba destinado para nada informativo, esta red era solo para las risas del momento, para los bailes (trends) mas no como se utiliza	Menciona que uno de los factores negativos es la acogida de la red social Instagram en Chimborazo, para Tik Tok la época no ameritaba para compartir contenido informativo ya que en ese entonces existía contenido de ocio y entretenimiento.

		ahora en la actualidad inclusive que hay canales que transmiten y que suben su contenidos a Tik Tok	
7	¿Cómo se gestionaba la interacción y respuesta a comentarios y mensajes de la audiencia en las redes sociales y otros canales digitales?	La interacción en la plataforma era un poco álgida tomando en cuenta que nosotros regíamos futbol, entonces en cuestión de las decisiones, o de que se aprobaban algunos clubes otros no podían participar, se ponía sanciones, de la misma forma se publicaba a veces resultados que los otros equipos no estaban de acuerdo, entonces ahí es cuando yo decía se viene la comunicación en crisis que es constante en la Asociación de Futbol de Chimborazo, entonces hay que saberse manejar tanto del lado de las redes sociales, como contesten y como de la misma forma están pendientes, bueno no viene al caso porque es digital pero con los medios de comunicación que también tienen sus plataformas digitales y desde donde también podíamos palpar la interacción y pues obviamente que pensaba la gente de los equipos como de la organización de los campeonatos y como quien rige el futbol que en este caso era Afnach.	En esta parte se alude un tema importante que es la comunicación en crisis, y detalla que la página de la Asociación recibía comentarios negativos que se emitían de los participantes y afición de los propios clubes asociados.
8	¿Qué desafíos enfrentaba la AFNACH en términos de comunicación digital y cómo los aborda?	Yo como responsable de comunicación, tenía como desafío enfrentar el cargo de un equipo entero de comunicación que este destinado, aunque por cuestiones económicas es casi improbable, la financiación dentro de la asociación. Entonces eso era por un lado tener un equipo entero para la comunicación entera de la asociación y de los campeonatos y de todo lo que tiene que ver con la Afnach y de la misma forma poder tener el equipo técnico necesario, en este caso tener unas buenas cámaras, trípodes, micrófonos, porque no contar con un dron, para tener transmisiones se necesita un Suich una buena computadora y cuestiones así entonces son costos que nosotros en algún momento los planteamos pero que no se dieron pero sobre ello sobre todo estos tipos de situaciones uno como comunicador debe que saber	Como primer desafío se menciona que las labores de un equipo de comunicación tenían que enfrentarlas el cómo relacionista público, esto alude también a la parte económica y los recursos limitados de la asociación que, de igual forma por esta razón, no contaban con los equipos suficientes para realizar alguna transmisión, grabación, etc.

		solventar la situación entonces para ello nosotros nos apoyamos en medios de comunicación, por ahí nosotros alquilábamos o había el dinero para nosotros poder rentar un equipo de transmisión, era un costo de cancelar, entonces así era el día a día en la asociación de fútbol.	
9	¿Cómo califica usted el trabajar dentro de la asociación y estar a cargo de la comunicación?	A mí me tocó asumir el cargo de comunicación por confianza en ese caso de quienes regían en ese entonces la asociación y pese a ello si creo que se hizo un trabajo aceptable y lo digo aceptable por cuestiones de los recursos que no había pero pese a ello pues queda el aprendizaje, poder saber cómo es institucionalmente dentro del fútbol, como se maneja, como se rige, entonces dentro de ello es una experiencia enriquecedora para cualquier comunicador que tengamos un enfoque o que nos guste el periodismo deportivo o la comunicación deportiva institucional, es para aprender bastante, para poder empaparse, relacionarse y pues en este caso me queda de la asociación, la gente que se va conociendo que va viendo el trabajo y es este caso representando bien a lo que se estudió.	Califica a la gestión como aceptable por el motivo de los recursos y equipamientos que la asociación carecía y a su vez, recalca una experiencia enriquecedora de conocimientos sobre cómo funciona una organización deportiva asociado al periodismo deportivo.

4.5 Entrevista a expertos en Comunicación digital

El Doctor José Rivera es un experto en comunicación Digital, reside en la ciudad de Quito y ha aportado con varias investigaciones a la academia, se escogió a este profesional de la comunicación porque con su experticia y trayectoria profesional puede brindar aportes valiosos sobre cómo debería llevar a cabo el proceso comunicativo dentro de una asociación de futbol.

TABLA DE PREGUNTAS ENTREVISTAS			
			Elaborado por: Geovanny Miranda
Tema: La Comunicación en el Entorno Digital de la Asociación de Futbol No Aficionado de Chimborazo, periodo junio – diciembre 2022			
Entrevistados: Dr. José Rivera y Mgs. Justine Aguirre, Expertos en Comunicación Digital			
N.	PREGUNTA	RESPUESTA AMBOS EXPERTOS	INTERPRETACION
1	¿Cuáles considera que son las estrategias de comunicación digital más efectivas para una asociación deportiva en una región como Chimborazo?	Doctor José Rivera: No es tan fácil hacer una estrategia de comunicación si no se hace una evaluación de que es lo que prefiere el público y a la misma vez, definir el público objetivo, ventajosamente yo vengo del mundo de la comunicación y también estoy dentro del mundo del marketing y eso me ha permitido hacer estrategias integrales para este tipo de situaciones y claro lo primero que se debe hacer en este caso es definir cuál es el público objetivo, cuáles son las personas a las que quieres llegar, cuáles son sus preferencias comunicacionales, cuáles son los canales en los cuales más efectividad se podría tener para poder determinar cuál sería la estrategia que se va a utilizar, se puede utilizar redes sociales, Mailyng, o una web page o una landing page o hacer un grupo de whatsapp o sea se tiene una infinidad de canales de comunicación que se podría integrar pero la efectividad solo va a estar dada desde el conocimiento del público objetivo y para poder determinar cuáles seria esos canales de comunicación.	Para diseñar una estrategia de comunicación efectiva, es fundamental realizar una evaluación previa de las preferencias del público objetivo. Esto incluye definir quién es el público, conocer sus características y determinar sus canales de comunicación preferidos. José Rivera, con experiencia en comunicación y marketing, sugiere que la efectividad de una estrategia depende de este conocimiento,

		<p>Msc Justine Aguirre: Las estrategias más efectivas incluyen el uso de redes sociales populares como Facebook, Instagram, y Twitter para alcanzar a una audiencia más amplia y diversa, combinadas con marketing de contenidos que incluye videos, fotos y artículos relacionados con los eventos deportivos y los jugadores.</p>	<p>permitiendo integrar diversos canales como redes sociales, correo electrónico, páginas web y grupos de WhatsApp, pero siempre basándose en dónde es más probable que el público preste atención.</p>
2	<p>¿Qué elementos fundamentales debe incluir un plan de comunicación digital para una asociación deportiva y cómo se deben adaptar estos elementos al contexto local de Chimborazo?</p>	<p>Doctor José Rivera: Dentro de los elementos fundamentales que se debe tener sería un estudio de buyer person es decir, de la persona ideal a la que se va a llegar para que se pueda obtener efectividad en la comunicación, si se tiene ahí personas que son futbolistas no amateur probablemente sea uno de los dos públicos principales, al mismo tiempo también los padres que siguen los pasos de sus hijos, la gente a la cual le interesa el deporte que podrían ser los públicos primarios y secundarios que se podría establecer, luego dentro de eso, lo importante sería tratar de identificar cuáles son los canales más efectivos de comunicación, como va a funcionar la estrategia de comunicación digital, al mismo tiempo los tipos de contenido según un estudio que se podría ver o hacer uno mismo de los canales que tienen en la actualidad cuales son los formatos, días, horas en los que más funciona y que tipo de contenido funciona, y en base a ese estudio determinar cuáles serían los contenidos que se va proponer dentro de la estrategia de comunicación para poder tener efectividad, entonces partiendo de eso, sería esos los elementos fundamentales que se debe tener dentro del plan de comunicación, al mismo tiempo como se va a llevar la interacción, que tipo de respuestas se va a dar, definir el tipo de lenguaje que se va a utilizar, todo eso hace parte justamente de este plan de comunicación y claro los elementos que se van a utilizar deben estar totalmente alineados al contexto local, a pesar que ahora es bastante global el tema de comunicación y el tema de contenidos que nosotros realizamos porque todos estamos en redes sociales y los mismos contenidos de alguna forma funcionan pero se podría darle algún giro para poder fortalecer en este caso ese tipo de contenido así que por ahí iría un poco los elementos principales.</p>	<p>Ambos expertos coinciden en la importancia de conocer a la audiencia y crear contenido relevante y de calidad adaptado al contexto local, destacando la necesidad de interacción constante con la audiencia. Mientras que el Doctor Rivera se enfoca en la identificación de los canales más efectivos y en la estrategia de comunicación digital, la Msc Aguirre resalta la claridad de los objetivos y la medición del impacto.</p>

		<p>Msc Justine Aguirre: Un plan de comunicación digital debe incluir objetivos claros, un análisis de audiencia, contenido de calidad, un calendario de publicaciones, interacción y respuesta constante, y medición y análisis del impacto. Estos elementos deben adaptarse al contexto local mediante la inclusión de contenido que resuene con la cultura y los intereses de la comunidad de Chimborazo, como destacando jugadores locales y eventos comunitarios.</p>	

3	<p>¿Cómo puede una asociación deportiva en Chimborazo fomentar una interacción efectiva con su audiencia a través de las plataformas digitales?</p>	<p>Doctor José Rivera: Siempre va a depender del público objetivo al que se quiera llegar, en Facebook ya no se tiene público joven, no se tiene en este caso gente de una edad mediana alta sino es gente mayor la que está en Facebook, entonces se debería optar por diversificar otros canales donde se pueda tener audiencia un poco más juvenil si es que ese es obviamente el público al que se quiere llegar, analizar obviamente cuales podrían ser los otros canales de comunicación que se resulte más efectivos, una lista de distribución en Facebook podría resultar mucho más efectivo, una cuenta de Instagram o incluso Tik Tok obviamente explorando cuales son las alternativas a las cuales se quiera llegar, además para tener interacción efectiva se necesita plantear contenidos que inviten a la interactividad, solo allí se podrá tener algún tipo de interactividad, porque de lo contrario la gente mira y pasa pero si tú le propones alguna actividad interactiva dentro del contenido, vas a tener esos resultados.</p> <p>Msc Justine Aguirre: La asociación puede fomentar una interacción efectiva mediante la organización de concursos y sorteos en redes sociales, la publicación de encuestas y preguntas para involucrar a la audiencia, y la realización de eventos virtuales como charlas y sesiones de preguntas y respuestas con jugadores y entrenadores.</p>	<p>Ambos expertos coinciden en la importancia de diversificar los canales de comunicación y de fomentar la interacción activa con la audiencia. El Doctor Rivera destaca la necesidad de elegir los canales adecuados según el público objetivo, sugiriendo el uso de plataformas como Instagram y TikTok para atraer a una audiencia más joven, y enfatiza la creación de contenido interactivo. Por su parte, la Msc Aguirre propone métodos específicos para fomentar la interacción, como concursos, encuestas, preguntas y eventos virtuales. Aunque sus enfoques son diferentes, ambos subrayan la importancia de la interactividad para lograr una comunicación efectiva.</p>
4	<p>¿Qué redes sociales considera más adecuadas para una asociación deportiva en Chimborazo?</p>	<p>Doctor José Rivera: Una vez definido el público objetivo se debe ver cuál de las redes es la preferida por el público objetivo, no se podría afirmar como ejemplo (Instagram en Riobamba es la más fuerte o no se puede afirmar que Tik Tok es la más fuerte) porque eso debe partir de una investigación previamente realizada para ver cuál es el canal más efectivo y yo determinar esa red a simple vista, eso sale de la investigación entonces ahorita no se puede afirmar específicamente cual es la red porque se tiene que investigar para determinar eso como la persona que está desarrollando el plan de comunicación.</p>	<p>Ambos expertos coinciden en la importancia de seleccionar redes sociales basándose en la investigación del público objetivo. El Doctor Rivera destaca la necesidad de un análisis previo para determinar la plataforma más efectiva,</p>

	<p>alcance a su público objetivo y por qué?</p>	<p>Msc Justine Aguirre: Las redes sociales más adecuadas son Facebook, por su amplia base de usuarios y herramientas para grupos y eventos, e Instagram, ideal para compartir contenido visual atractivo como fotos y videos de los partidos y entrenamientos.</p>	<p>mientras que la Msc Aguirre sugiere Facebook e Instagram por su amplia base de usuarios y capacidad de compartir contenido visual atractivo. Aunque Rivera se enfoca en la necesidad de investigación, Aguirre proporciona ejemplos específicos.</p>
<p>5</p>	<p>¿Qué tipos de contenido digital (videos, fotos, artículos, transmisiones en vivo, etc.) son más efectivos para mantener el interés y el compromiso de los seguidores de una asociación deportiva en Chimborazo?</p>	<p>Doctor José Rivera: Si bien es cierto, para fortalecer los contenidos con la investigación que se va a realizar, si es importante que ahora la gente prefiere contenido audiovisual en este caso, video en movimiento y luego también fotos, artículos en mucho menos interés, se tiene menos gente, la gente ya no lee tanto, las transmisiones en vivo tipo podcast es un formato que está surgiendo muy fuerte, se podría decir que esos son de alguna forma los que están teniendo mucho éxito. No estoy tan al tanto de una realidad en Riobamba, pero si es una tendencia global de este tipo de contenidos, de todas formas, para ajustar esto, se deberá determinar o hacer unas preguntas que vayan dirigidos a aclarar esto.</p> <p>Msc Justine Aguirre: Las redes sociales más adecuadas son Facebook, por su amplia base de usuarios y herramientas para grupos y eventos, e Instagram, ideal para compartir contenido visual atractivo como fotos y videos de los partidos y entrenamientos.</p>	<p>Ambos expertos destacan la importancia del contenido audiovisual. El Doctor Rivera menciona la preferencia por videos, fotos y transmisiones en vivo tipo podcast, sugiriendo una investigación local para ajustar la estrategia. La Msc Aguirre, enfocándose en Facebook e Instagram, apoya el uso de contenido visual atractivo. Ambos subrayan la necesidad de adaptar el contenido a las preferencias actuales de la audiencia.</p>

6	<p>¿Qué herramientas y métodos recomendaría para medir y analizar el impacto de las estrategias de comunicación digital en una asociación deportiva en Chimborazo?</p>	<p>Doctor Jose Rivera: Cada plataforma digital tiene su propias herramientas de medición, ahora si es importante saber cuáles son los kpi que se va a medir para saber la efectividad de la estrategia que se está teniendo, los kpi son los indicadores de gestión clave (key performers indicators) entonces lo que se tiene que hacer en este caso sería determinar, como ejemplo: yo voy a medir cuantos likes tuve para determinar la efectividad del contenido que publique o voy a basarme en el nivel de engagement en el cual yo les dije compartan esta publicación y tuve mucha interactividad, muchos compartidos o voy a establecer que, los comentarios son con los que yo voy a medir o voy a hacer un match entre los tres y voy a decir a ver cuántos compartidos, comentarios e interacciones tuve para determinar el nivel de efectividad del contenido que yo le planteo a mi público, entonces esa serian una de las estrategias que se puede utilizar para medir. Ahora algunas de estas herramientas incluso te dan cuales son los niveles de visualización que tuvo determinado contenido, eso quiere decir que yo puedo determinar que llegue a 1000 personas, y que de esas 1000 personas solamente 10 me dieron un like, es decir, mi video tuvo 1000 reproducciones pero solo 10 le dieron un like, eso se llama clickthrough rate y es una forma en la se puede medir el alcance y la efectividad que tu estas midiendo con esa estrategia, entonces a partir de eso, se puede determinar que la tasa de interacción es baja y por ende el contenido no está siendo efectivo y se tiene que replantear el tipo de contenido que se va a realizar, entonces ahí depende de cuales son primero establecer los indicadores de gestión clave, como voy a medirlos, como voy a implementarlos y cuales va a ser los cambios en el tipo de contenidos que voy a implementar a partir de los resultados que yo tengo.</p>	<p>Ambos expertos enfatizan la importancia de medir la efectividad de la estrategia de comunicación digital. El Doctor Rivera detalla la necesidad de identificar y utilizar indicadores clave de desempeño (KPI) como likes, comentarios, compartidos y tasas de clics para evaluar el impacto del contenido, sugiriendo ajustes basados en estos resultados. La Msc Aguirre recomienda herramientas específicas como Google Analytics, Facebook Insights e Instagram Insights para analizar el tráfico y el engagement. Mientras el Doctor Rivera se centra en la importancia de los KPI y el ajuste continuo de la estrategia, Msc Aguirre proporciona herramientas prácticas para la medición.</p>
---	--	--	--

		<p>Msc Justine Aguirre: Recomendaría el uso de Google Analytics para analizar el tráfico del sitio web, y las herramientas analíticas incorporadas de las redes sociales como Facebook Insights e Instagram Insights para medir el engagement y el alcance de las publicaciones.</p>	
7	<p>¿Cuáles son los principales desafíos que podría enfrentar una asociación deportiva en Chimborazo al implementar estrategias de comunicación digital y cómo podrían convertirse en oportunidades?</p>	<p>Doctor Jose Rivera: Lo primordial, un tema económico y no tener recursos suficientes para costear alguna campaña de comunicación digital. Una estrategia de comunicación siempre va a requerir una inversión, y con inversión no me refiero con el tema de solamente económico sino más que nada el tiempo, es decir si hubiera algún comunicador que quisiera darse el tiempo para poder implementar una estrategia de comunicación, podría hacerlo siempre y cuando tuviera algún tipo de beneficio o rédito económico, si el futbol en las ligas mayores, ya tiene muchos auspicios y tiene mucho interés, sin embargo el reto acá es tratar de conseguir un auspicio como para que ese auspicio en el momento de las transmisiones, en el momento del contenido, tenga una presencia de marca es decir el post va a tener el logotipo o en las transmisiones va a tener menciones también sobreimposiciones con el logotipo o las ofertas o promociones que pueda tener esta marca, habría que identificar a que marcas les puede interesar el futbol no amateur para poder auspiciarlo y que consideren que ese público les es interesante como para poder tener una estrategia, ese podría ser el mayor desafío que podríamos nosotros enfrentar y claro, como convertir esto en oportunidad, seria generando el contenido para que la gente pueda ver que esta activa la asociación no amateur de futbolistas de Chimborazo y con eso despertar el interés de posibles auspiciantes y así convertirlo en oportunidad de que tenga algún tipo de reventar económico con el cual se pueda llevar adelante el contenido pero que se pueda financiar o autofinanciar de acuerdo a los contenidos que se plantean.</p>	<p>Ambos expertos identifican la falta de recursos como un desafío clave para las campañas de comunicación digital. El Doctor Rivera menciona la necesidad de inversión tanto económica como de tiempo y sugiere buscar auspiciantes para financiar las campañas, mientras que la Msc Aguirre propone estrategias de bajo costo, como utilizar herramientas gratuitas y colaborar con influencers locales. Ambos enfoques destacan la importancia de optimizar recursos limitados, aunque el Doctor Rivera se enfoca en la búsqueda de financiación externa, mientras que Msc. Aguirre aboga por tácticas económicas y efectivas.</p>

	<p>Msc Justine Aguirre: Un desafío principal es la falta de recursos suficientes para una campaña de comunicación digital completa. Este desafío puede convertirse en una oportunidad al enfocarse en estrategias de bajo costo, pero efectivas, como utilizar herramientas gratuitas de redes sociales, colaboraciones con influencers locales, y la creación de contenido orgánico que resuene con la comunidad local.</p>	
--	---	--

4.6 Análisis de resultados entrevistas

Los resultados obtenidos de las entrevistas a expertos en comunicación digital, son en parte opiniones esclarecidas para calificar, sugerir y manejar el proceso comunicativo de la asociación de fútbol, para un mejor entendimiento se realizó las mismas preguntas de un cuestionario planificado para las entrevistas a dos personas que dominan el tema, para poder comprender cual es la postura de cada uno, comparar sus respuestas y ejercer una correcta discusión de los resultados, la visión de estos dos expertos fueron de gran aporte para la investigación.

José Rivera, mantuvo un enfoque e hizo énfasis sobre el público objetivo, menciona que, al no tener un plan de comunicación para esta organización deportiva, lo que en primer paso predominaba era un estudio sobre persona ideal, o público objetivo para que uno como responsable de comunicación conozca las preferencias de nuestra audiencia para así determinar qué tipo de contenidos quieren, en que horarios sería factible publicarlos, que redes sociales son las más adecuadas, entre otros.

Justine Aguirre, de una manera general estableció pautas que esta Organización debería seguir para regir todo el entorno digital, donde brindaba estrategias, planes de comunicación posibles a ser ejecutados, herramientas de medición, etc.

4.7 Discusión de Resultados

La proyección del presente proyecto se enfoca en la comunicación del entorno digital de la Asociación de Fútbol No Aficionado de Chimborazo en su periodo 2022, para lo cual se realizó un análisis de contenidos de las publicaciones de la red social Facebook a través de fichas de observación y 3 entrevistas que como personaje principal se tuvo al encargado de manejar la comunicación de esta asociación, el comunicador Lic. Javier Marchan, el cual cumplía sus funciones de relacionista público de la época y dio a conocer la funcionalidad de la parte comunicacional digital de la Afnach, como segunda entrevista el Doctor José Rivera, el cual es experto en comunicación Digital y que menciono varios temas sobre la comunicación digital asociada a esta organización deportiva, y por último se realizó una entrevista a la Mgs Justine Aguirre. Que de igual forma dio su punto de vista y abordó sobre temas similares a primer experto entrevistado, esto con la finalidad de conocer el punto de vista de dos profesionales y hacer un análisis de ambas posturas y comparar estas respuestas para conocer mejor el tema y llegar a una conclusión.

A través de las fichas de observación que se encargaron de indagar el análisis comunicativo del entorno digital de la Afnach, que en este caso solamente es Facebook, se pudo obtener varios datos investigativos acerca del manejo comunicacional, los datos predominantes en estas publicaciones era la carencia de estrategias, poca interacción del público, falta de un plan de comunicación acorde al entorno y a través de los comentarios se pudo observar que en varias publicaciones las opiniones vertidas por la comunidad de la página era negativa, ante esto, Javier Merchan, responsable de aquel entonces menciono que esto ocurría muy frecuente en la organización y que él lo aludía como una comunicación en crisis.

En cuanto la interacción de las publicaciones, las reacciones, compartidos y comentarios era muy poca en la mayoría de las publicaciones, esto debido a que como se menciona, no existía el uso de estrategias para que se pueda alcanzar a más audiencia, y en esta parte es algo que por obvias razones va a carecer, al no existir un plan de comunicación vigente en esa época, no se va a poder acceder a estas estrategias y acciones para que salga a flote las publicaciones de Facebook. Los "likes" en las publicaciones iban de los 25 a los 30, la reacción "me encanta" no sobrepasaban los 5, y las demás reacciones mantenían un número similar de acorde al contenido de la publicación, quiere decir de 2 a 8 reacciones, para ser más exactos las interacciones totales por meses va de la siguiente manera, junio con un total de 170 reacciones, seguido de julio con 374 reacciones, agosto con 444 reacciones, septiembre con 517 reacciones, octubre con 26 reacciones, noviembre con 28 reacciones y finalmente diciembre con 0 reacciones. Para esto, Pérez (2001) mencionaba que la teoría estratégica parece priorizar la comprensión de cómo la información y la incertidumbre impactan en las dinámicas de los juegos. Esto haciendo referencia a una comprensión y lo podríamos relacionar a una intencionalidad, lo cual Afnach no muestra esta comprensión ni ejercer intencionalidad dentro de sus publicaciones.

Es menester mencionar que en el mes de septiembre la Afnach obtuvo mayor interacción en sus publicaciones de la Fanpage de la asociación, donde es necesario discutir sobre cuáles fueron las principales razones por las que este mes la organización deportiva recibió mayor interacción. Nos remontamos a la fecha 04 de septiembre del 2022, donde el torneo provincial de ascenso nacional estaba llegando a su fin, teniendo al equipo de Sonorama FC como actual campeón de la temporada, para lo cual la asociación realiza un publicación con una fotografía del equipo otorgando las felicitaciones del caso, con lo cual se logró un enganche de toda la afición seguidora de este club, logrando así un total

de 125 reacciones, 21 comentarios y 23 compartidos, logrando ser la publicación más efectiva del periodo junio a diciembre 2022.

Posterior a aquello con un análisis claro luego del análisis de contenidos, se procedió a realizar dos entrevistas, primera entrevista realizada al Dr. José Rivera, experto en comunicación digital en primera instancia mencionaba que para realizar un plan de comunicación primero se debe hacer una evaluación sobre la preferencia del público, esto lo relacionaríamos como diagnóstico del plan requerido, con lo cual Afnach carece de este diagnóstico. Seguido de eso recalca que es importante conocer en primer lugar el público objetivo y acompañado de un estudio de Buyer person que significa persona ideal, segmentar en públicos primarios y secundarios y determinar ciertos puntos de preferencia de publicación de este público. Mora, et al. 2019) explica que un Buyer Persona resulta ser un elemento clave previo al esclarecimiento de estrategias de Inbound Marketing, ya que es incuestionablemente es parte elemental en la obtención de mejores resultados. En este caso, el Doctor Rivero hizo alusión a estrategias para Marketing, pero que podría ser tomado en cuenta como una estrategia comunicacional para el aumento de seguidores de un complejo virtual o un entorno digital.

Básicamente plantea que todo parte de un análisis previo y que hablándolo de la Asociación de Fútbol No Aficionado de Chimborazo, en la época del 2022 se necesitaba hacer este estudio para poder empezar con un entorno comunicacional. Seguido de esto, habla acerca de las plataformas acordes para las publicaciones, aludiendo que Facebook hoy en día es una plataforma ya no para público joven y que posiblemente en la definición y segmentación del público objetivo se prefiera otras plataformas como en actual tendencia "Tik Tok" pero ante esto, Javier Marchan, en su intervención mencionó que para el período delimitado de esta investigación que es el 2022, la red social Tik Tok era

utilizada para generar contenido de entretenimiento mas no informativo, razón por la cual no se migraron los contenidos a esta red.

José Rivera además mencionaba que para poder estar acorde a un entorno de una asociación deportiva se necesitaba tener contenidos interactivos y que llame la atención de la gente, poniendo como ejemplo imágenes interactivas, videos en movimiento, transmisiones en este caso de partidos de futbol de la misma asociación, pero esto no era posible ya que el responsable de comunicación de aquella época en su entrevista menciona que, como factor negativo que ellos tenían es la falta de equipos para producir este contenido y que ellos se veían las formas posibles de hacerlo pero aun así, no era suficiente.

Por otra parte, Javier Marchan mencionaba que para adquirir recursos económicos mostraban publicidad dentro de sus camisetas, cosa que no forma parte del entorno digital, pero ante esto el Doctor José Rivera manifestó que como alternativa a esto se debe conseguir auspicios que se muestren dentro de las publicaciones digitales y así poder llevarlo a la parte comunicacional y a su vez, generar ingresos para poder costear unas posibles campañas de comunicación digital.

CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- La Asociación de Futbol No Aficionado de Chimborazo es una organización deportiva en la región, que se encarga de regir el futbol no profesional de la provincia hacia el ascenso nacional, se identificó todo su entorno comunicacional dentro de Facebook, única plataforma digital y se concluye que no mantiene una previa planificación de su entorno digital es decir, no contaba con un plan de comunicación determinado para la época, lo cual su responsable de esta institución en el 2022 afirmó que efectivamente no regían ningún plan comunicacional, recalcó que estaba planificado pero que nunca se llegó a ejecutar por motivo de falta de recursos, ante esto se observa que por falta de planificación, los contenidos eran presentados en un lenguaje coloquial, con nula interacción, con mensajes que no mostraban intencionalidad de despertar interés en el lector o más conocido como engagement, contenidos que no eran interactivos y que empleaban hashtags que mantenían una línea fuera de los contenidos.
- Se analizó 50 publicaciones de Facebook a través de fichas de observación pertenecientes a un análisis de contenidos donde se observó que, no usan estrategias comunicativas para que estos contenidos sean atraídos por la comunidad de la asociación de futbol y por esto la interacción es muy poca dentro del entorno digital, los seguidores actuales de la página son de 4.600 personas para lo cual después del análisis, se observó que de todas las publicaciones que en total son 71 de Facebook a lo largo de junio a diciembre 2022, en el primer mes que es junio se obtuvieron 170 reacciones, en julio 374, agosto 444, septiembre 517, octubre 26, noviembre 28 y en diciembre no fue publicado ningún contenido. Ante esto se concluye que no son más de 35 personas las que interactúan en los

contenidos por publicación, pero uno de los principales motivos por el cual se finiquita la falta de todos estos puntos es que en el periodo del 2022 no existía un equipo de comunicación encargado de llevar todo este entorno, y que la responsabilidad caía dentro una sola persona, en este caso el licenciado Javier Marchan, quien asumía sus funciones con el cargo de Relacionista Publico de la asociación y que puso en conocimiento de estos particulares para la presente investigación.

- Posteriormente a la realización del artículo científico que sigue la línea investigativa del presente trabajo de titulación, se marco el análisis de publicaciones de la Afnach tales como imágenes, fotografía, video en vivo, arte, video, mostrando un resultado más específico y llegando a la conclusión que el número de seguidores total de la página de la Asociación llega a 4600 lo cual muestra que existe un potencial sin explotar para incrementar el alcance y la participación de la comunidad.

5.2 Recomendaciones

- Dada la investigación enfocada en un complejo virtual de comunicación inmerso dentro de la Asociación de Fútbol no Aficionado de Chimborazo, se recomienda dar marcha a un proceso de reclutamiento de auspiciantes interesados en el regimiento de los clubes deportivos de fútbol pertenecientes al torneo provincial, con la finalidad de poder obtener resultados positivos y que estos auspiciantes otorguen recursos económicos a la asociación de fútbol y que en ese sentido, la Afnach tenga la posibilidad de emplear un complejo virtual de comunicación que este acorde al nivel de una organización deportiva encargada de administrar los ascensos de clubes de Chimborazo logrando así, el correcto manejo de un entorno digital con un plan de comunicación previsto y acorde a las necesidades de todos los seguidores que en este caso, muestran intereses futbolísticos.

- La entera comunicación digital de la Afnach recaía en la red social Facebook, con lo cual se recomienda la incorporación de otras plataformas digitales donde se puedan crear contenidos deportivos y que estas sean acogidas por un buen nivel de seguidores, a su vez se recomienda que las narrativas, estrategias, acciones sean propias de cada plataforma para que la audiencia sienta la necesidad de visitar todo el entorno y no solo una red porque existen narrativas que serán diferentes entre cada red social, por ultimo que aquellos contenidos sean interactivos y capaces de despertar el interés en el consumidor digital.
- Se recomienda que la asociación desarrolle una estrategia de comunicación digital estructurada que incluya un plan de contenido semanal o mensual, con objetivos claros en cuanto al tipo de publicaciones y la interacción esperada con los seguidores. Asimismo, sería beneficioso realizar un monitoreo constante de las métricas de rendimiento en redes sociales para ajustar los enfoques de comunicación de manera oportuna, y capacitar al equipo en tendencias actuales de comunicación digital, asegurando así que cada publicación esté alineada con la identidad de la asociación. y que impulsa el compromiso de la audiencia.

BIBLIOGRAFÍA

- Abad, M. V. (2013). Estrategias de comunicación para generar confianza. *Comunicación y hombre: Revista interdisciplinar de ciencias de la comunicación y humanidades*, (9), 59-73.
- Arellano, E. (2008). LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN ORIENTADA AL DESARROLLO DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL. *Razón y palabra*, 13(2).
- Basile, D., Linne, J., & Urresti, M. (2015). *Conexión total: los jóvenes y la experiencia social en la era de la comunicación digital*. CLACSO.
- Benko, G. (2000). Estrategias de comunicación y marketing urbano. *EURE (Santiago)*, 26(79), 67-76.
- Bott, Elizabeth (1990). Familia y red social. Roles, normas y relaciones externas en las familias urbanas corrientes. Madrid: Taurus Humanidades.
- BOYD, D. M. & ELLISON, N. B. (2007). «Social network sites: Definition, history, and scholarship». *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1), article 11. Consultado el 4 de diciembre de 2008
- Cáceres, L. J. G., & Jesús, L. (2012). *Ingeniería en comunicación social y deporte*. INDECUS.
- Camino, X., Maza, G., & Puig, N. (2008). Redes sociales y deporte en los espacios públicos de Barcelona. *Apunts Educación Física y Deportes*, (91), 12-28.
- Carballo, R. F. (2001). La entrevista en la investigación cualitativa. *Pensamiento actual*, 2(3).
- Cardona, I. Mesias, O. (2009) "Comunicometodología. Intervención social estratégica". Universidad de Colima, Mexico.
- FERNÁNDEZ, E.; RAMAJO, N.; ARÁUZ, M. (2014). "Social Media in the Olympic Games: Actors, Management and Participation". En, BILLINGS, A.; HARDIN, M. (eds.) (2014). *Handbook of Sport and New Media*. New York: Routledge.
- González, R. A. P. (2001). *Estrategias de comunicación*. Ariel, Barcelona, España.

- Herbas, C., Pinos, M., Yanchaguano, E., & Miranda, C. (2017). Importancia de los canales de comunicación digital para los turistas millennials. Caso Guayaquil-Ecuador. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales* (enero 2017). En línea: <http://www.eumed.net/rev/caribe/2017/01/millennials.html>.
- Jaramillo Moreira, M. A. (2021). Plan de negocio para la Asociación de Fútbol no Aficionado de Chimborazo (AFNACH) en la ciudad de Riobamba.
- Jiménez, I. E. L. (2012). El impacto de la tecnología en la comunicación empresarial: reflexiones y análisis. *Razón y palabra*, (79).
- López-Noguero, F. (2002). El análisis de contenido como método de investigación. *XXI. Revista de educación*, (4), 167-180.
- Magrinyà, F. (1998). Urbanismo de redes y planeamiento urbano. Urbanismo II, Tercera época. Barcelona: Colegio de Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos
- MARTÍNEZ- FRESNEDA OSORIO, Humberto. “Estrategias persuasivas en la Comunicación”. En COMUNICACIÓN Y HOMBRE. 2010, n°6, pp.21-22.
- Mora, MNB, Carvajal, VMP y Álvarez, GDL (2019). El Buyer Persona como factor clave entre las tendencias en Gestión Empresarial. *RECIMUNDO* , 3 (3ESP), 659-681.
- Pérez, J. P. D. (2009). Ensayo sobre la cuádruple espectacularidad del periodismo deportivo. *Razón y palabra*, (69).
- Ramallal, M. E. G. (2004). El reflejo del deporte en los medios de comunicación en España. *RES. Revista Española de Sociología*, (4), 271-280.
- Real, M. (1990). Comunicación, publicidad y deportes. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, (34), 57-65.
- Sainz de Baranda Andújar, C. (2013). Mujeres y deporte en los medios de comunicación: estudio de la prensa deportiva española (1979-2010).
- Salinero López, J. C. (2014). Nuevas formas de comunicación en el deporte. El twitter de Cristiano Ronaldo.
- Sánchez Upegui, A., (2006). Comunicación digital: nuevas posibilidades y rigor informativo. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, (17), Revista de

Ciencias Sociales y Humanidades (1998). Recuperado de:
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=194220465006>

Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Editorial Gedisa.

Scolari, C. A. (2012). Comunicación digital: recuerdos del futuro. *El Profesional de la Información*. 2012; 21 (4): 337-340.

Vizcarra, J. M. (2009). PERIODISMO DEPORTIVO 3.0. *Razón y Palabra*, (69).

ANEXOS

Publicación del Artículo Científico

 Jose Carlos Lozano | Francisco Javier Martínez Garza via Global Media Journal México <revistas@uanl.mx> ← ↩ ⋮
Para: Usted Lun 14/10/2024 22:26

Geovanny Miranda:

Gracias por enviar el manuscrito, "La Comunicación en el entorno digital de la Afnach, período junio - diciembre 2022" a Global Media Journal México. Con nuestro sistema de gestión de revistas en línea, podrá iniciar sesión en el sitio web de la revista y hacer un seguimiento de su progreso a través del proceso editorial:

URL del manuscrito: https://gmjmexico.uanl.mx/index.php/GMJ_El/authorDashboard/submission/539
Nombre de usuario/a: lgmiranda1

En caso de dudas, contacte conmigo. Gracias por elegir esta revista para publicar su trabajo.

Jose Carlos Lozano | Francisco Javier Martínez Garza

Comité Editorial
GLOBAL MEDIA JOURNAL MÉXICO

539 / **Miranda et al.** / Comunicación en el entorno digital de la Afnach, período junio - diciembre 2022 Biblioteca de envío

Flujo de trabajo **Publicación**

Envío **Revisión** Editorial Producción

Archivos de envío Q Buscar

 2905 Artículo LM.docx	octubre 14, 2024	Texto del artículo
---	------------------	--------------------

Descargar todos los archivos

Matrices de análisis de contenidos

CONTENIDOS DE FACEBOOK										
N. 1 Fecha de publicación: 01/06/2022	Título: Saludamos a todos los niños y niñas en este su día.	Imagen del post: 								
Tipo de contenido: Imagen	Lenguaje: Coloquial	Enlace: https://www.facebook.com/AfnachOficial/photos/pb.100071091077329.-2207520000/1109155982975922/?type=3								
Interacciones:	¿A Quién? Niños	Hashtag: No se implemento								
<table border="1"> <tr> <td>Compartidos</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Me gusta</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Me encanta</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me importa</td> <td>0</td> </tr> </table>	Compartidos	1	Me gusta	3	Me encanta	0	Me importa	0	Tono Comentarios: No se implemento	Interpretación: La publicación muestra una imagen de un niño con una frase motivadora por la conmemoración por el día del padre dedicado a todos sus seguidores padres de familia de la página.
Compartidos	1									
Me gusta	3									
Me encanta	0									
Me importa	0									
<table border="1"> <tr> <td>Me divierte</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me asombra</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me entristece</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me enoja</td> <td>0</td> </tr> </table>	Me divierte	0	Me asombra	0	Me entristece	0	Me enoja	0		
Me divierte	0									
Me asombra	0									
Me entristece	0									
Me enoja	0									

CONTENIDOS DE FACEBOOK																		
<p>N. 2</p> <p>Fecha de publicación:</p> <p>03/06/2022</p>	<p>Título:</p> <p>PARTIDOS PREPARATORIOS, SEGUNDA CATEGORÍA</p>	<p>Imagen del post:</p> 																
<p>Tipo de contenido:</p> <p>Imagen</p>	<p>Lenguaje:</p> <p>Formal</p>	<p>Enlace:</p> <p>https://www.facebook.com/photo/?fbid=11110653606159493&set=pb.100071091077329.-2207520000</p>																
<p>Interacciones:</p> <table border="1" data-bbox="229 1182 467 1751"> <tr> <td>Compartidos</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Me gusta</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>Me encanta</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me importa</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me divierte</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me asombra</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me entristece</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me enoja</td> <td>0</td> </tr> </table>	Compartidos	2	Me gusta	7	Me encanta	0	Me importa	0	Me divierte	0	Me asombra	0	Me entristece	0	Me enoja	0	<p>¿A Quién?</p> <p>Colectividad futbolera</p> <p>Tono Comentarios:</p> <p>No se implemento</p>	<p>Hashtag:</p> <p>No se implementó</p> <p>Interpretación:</p> <p>La publicación muestra una imagen donde se plasma en encuentro futbolístico a disputarse entre los equipos de Peñarol y sonorama.</p>
Compartidos	2																	
Me gusta	7																	
Me encanta	0																	
Me importa	0																	
Me divierte	0																	
Me asombra	0																	
Me entristece	0																	
Me enoja	0																	

CONTENIDOS DE FACEBOOK																		
N. 3 Fecha de publicación: 07/06/2022	Título: ELECCIONES AFNACH	Imagen del post: 																
Tipo de contenido: Fotografía	Lenguaje: Coloquial	Enlace: https://www.facebook.com/photo/?fbid=1113169652574555&set=pb.100071091077329.-2207520000																
Interacciones: <table border="1" data-bbox="231 1153 513 1715"> <tr> <td>Compartidos</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Me gusta</td> <td>12</td> </tr> <tr> <td>Me encanta</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me importa</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me divierte</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me asombra</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me entristece</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me enoja</td> <td>0</td> </tr> </table>	Compartidos	1	Me gusta	12	Me encanta	0	Me importa	0	Me divierte	0	Me asombra	0	Me entristece	0	Me enoja	0	¿A Quién? Comunidad afnach Tono Comentarios: Positivos	Hashtag: No se implemento Interpretación: La publicación muestra una fotografía de una entrevista al señor Gustavo Torres quien fue electo por la presidencia de la Asociación Afnach.
Compartidos	1																	
Me gusta	12																	
Me encanta	0																	
Me importa	0																	
Me divierte	0																	
Me asombra	0																	
Me entristece	0																	
Me enoja	0																	

CONTENIDOS DE FACEBOOK		
N. 4	Título: Elecciones nuevo directorio AFNACH 2022 - 2026	Imagen del post: 
Fecha de publicación: 07/06/2022		
Tipo de contenido: Video Live	Lenguaje: Coloquial	Enlace: https://www.facebook.com/photo/?fbid=1109155982975922&set=pb.100071091077329.-2207520000
Interacciones:	¿A Quién? Comunidad Afnach	Hashtag: No se implemento
Visualizaciones	580	
Me gusta	16	
Me encanta	0	
Me importa	0	
Me divierte	0	Interpretación: En la publicación muestra un live que fue grabado en directo con la finalidad de evidenciar las elecciones del nuevo directorio de la asociación hasta el año 2026.
Me asombra	0	
Me entristece	0	
Me enoja	0	
	Tono Comentarios: Negativo	

CONTENIDOS DE FACEBOOK										
N. 5 Fecha de publicación: 07/06/2022	Título: ¡Felicitaciones! A la nueva directiva	Imagen del post: 								
Tipo de contenido: Arte	Lenguaje: Coloquial	Enlace: https://www.facebook.com/photo/?fbid=1113239752567545&set=pb.100071091077329.-2207520000								
Interacciones:	¿A Quién? Comunidad Afnach	Hashtag: #SomosAFNACH #ELECCIONDirectorio								
<table border="1"> <tr> <td>Compartidos</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Me gusta</td> <td>31</td> </tr> <tr> <td>Me encanta</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Me importa</td> <td>0</td> </tr> </table>	Compartidos	3	Me gusta	31	Me encanta	4	Me importa	0	Tono Comentarios: Positivos	Interpretación: La publicación muestra una imagen donde la Federación Ecuatoriana de Fútbol extiende una felicitación a la nueva directiva electa de la Afnach.
Compartidos	3									
Me gusta	31									
Me encanta	4									
Me importa	0									
<table border="1"> <tr> <td>Me divierte</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me asombra</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me entristece</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me enoja</td> <td>0</td> </tr> </table>	Me divierte	0	Me asombra	0	Me entristece	0	Me enoja	0		
Me divierte	0									
Me asombra	0									
Me entristece	0									
Me enoja	0									

CONTENIDOS DE FACEBOOK		
N. 6 Fecha de publicación: 08/06/2022	Título: DIRECTORIO AFNACH 2022 - 2026	Imagen del post: 
Tipo de contenido: Imagen	Lenguaje: Coloquial	Enlace: https://www.facebook.com/photo/?fbid=1113537592537761&set=pb.100071091077329.-2207520000
Interacciones:	¿A Quién? Comunidad afnach	Hashtag: No se implemento
Compartidos	1	Interpretación: La publicación muestra una imagen donde se da a conocer todos los nombres del nuevo directorio de la Afnach.
Me gusta	17	
Me encanta	0	
Me importa	0	
Me divierte	0	
Me asombra	0	
Me entristece	0	
Me enoja	0	
Tono Comentarios: No se implemento		

CONTENIDOS DE FACEBOOK										
N. 7 Fecha de publicación: 10/06/2022	Título: Copa Ecuador	Imagen del post: 								
Tipo de contenido: Imagen	Lenguaje: Coloquial	Enlace: https://www.facebook.com/photo/?fbid=1114982292393291&set=pb.100071091077329.-2207520000								
Interacciones:	¿A Quién? Comunidad afnach	Hashtag: No se implemento								
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 2px;">Compartidos</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">2</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Me gusta</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">10</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Me encanta</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">0</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Me importa</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">0</td> </tr> </table>	Compartidos	2	Me gusta	10	Me encanta	0	Me importa	0	Tono Comentarios: No se implemento	Interpretación: La publicación muestra imagen de autoría de Copa Ecuador donde se evidencia la participación de un equipo perteneciente a la Afnach, Peñarol, que disputara un encuentro en este torneo.
Compartidos	2									
Me gusta	10									
Me encanta	0									
Me importa	0									
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 2px;">Me divierte</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">0</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Me asombra</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">0</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Me entristece</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">0</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Me enoja</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">0</td> </tr> </table>	Me divierte	0	Me asombra	0	Me entristece	0	Me enoja	0		
Me divierte	0									
Me asombra	0									
Me entristece	0									
Me enoja	0									

CONTENIDOS DE FACEBOOK			
N. 8	Título: LLEGA EL CAMPEONATO PROVINCIAL DE SEGUNDA CATEGORIA CHIMBORAZO 2022	Imagen del post: 	
Fecha de publicación: 13/06/2022			
Tipo de contenido: Video	Lenguaje: Coloquial	Enlace: https://www.facebook.com/photo/?fbid=1114982292393291&set=pb.100071091077329.-2207520000	
Interacciones:	¿A Quién? Comunidad afnach Tono Comentarios: Negativo	Hashtag: No se implemento Interpretación: En la publicación se evidencia un live que promociona el inicio del torneo de la segunda categoría de la provincia de Chimborazo.	
Visualizaciones			706
Me gusta			16
Me encanta			0
Me importa			0
Me divierte			0
Me asombra			0
Me entristece			0
Me enoja			0

CONTENIDOS DE FACEBOOK			
N. 9	Título: COMUNICADO A LA AFICIÓN	Imagen del post: 	
Fecha de publicación: 15/06/2022			
Tipo de contenido: Imagen	Lenguaje: Coloquial	Enlace: https://www.facebook.com/photo/?fbid=1118135198744667&set=pb.100071091077329.-2207520000	
Interacciones:	¿A Quién? Afición afnach Tono Comentarios: No se implemento	Hashtag: No se implemento Interpretación: En la publicación se evidencia una imagen que contiene un oficio donde se da a informar que la fecha una del torneo queda postergada por razones ajenas a la organización.	
Compartidos			2
Me gusta			4
Me encanta			0
Me importa			0
Me divierte			0
Me asombra			0
Me entristece			0
Me enoja	0		

CONTENIDOS DE FACEBOOK		
N. 10	Título: Felicidades e su cumpleaños	Imagen del post: 
Fecha de publicación: 17/06/2022		
Tipo de contenido: Arte	Lenguaje: Coloquial	Enlace: https://www.facebook.com/photo/?fbid=1119430198615167&set=pb.100071091077329.-2207520000
Interacciones:	¿A Quién? Camilo Paguay	Hashtag: No se implemento
Compartidos		
Me gusta	6	
Me encanta	1	
Me importa	0	
Me divierte	0	Interpretación: En la publicación se muestra una imagen de felicitación por un cumpleaños hacia un miembro del equipo Centro Deportivo Olmedo.
Me asombra	0	
Me entristece	0	
Me enoja	0	
	Tono Comentarios: Positivo	

CONTENIDOS DE FACEBOOK

N. 11	Título: Feliz dia papa	Imagen del post:
Fecha de publicación: 19/06/2022		
Tipo de contenido: Arte	Lenguaje: Coloquial	Enlace: https://www.facebook.com/photo/?fbid=1120421751849345&set=pb.100071091077329.-2207520000
Interacciones:	¿A Quién? Padres seguidores Afnach	Hashtag: No se implemento
Compartidos	0	
Me gusta	5	
Me encanta	1	
Me importa	0	
Me divierte	0	Interpretación: La publicación muestra un arte donde se extiende una felicitación a todos los padres por su día.
Me asombra	0	
Me entristece	0	
Me enoja	0	
	Tono Comentarios: No se implemento	

CONTENIDOS DE FACEBOOK		
N. 12	Título: Comunicado	Imagen del post: 
Fecha de publicación: 30/06/2022		
Tipo de contenido: Imagen	Lenguaje: Coloquial	Enlace: https://www.facebook.com/photo/?fbid=1128161071075413&set=pb.100071091077329.-2207520000
Interacciones:	¿A Quién? Colectividad futbolera	Hashtag: #SomosAfnach #SegundaChimborazo #Ascenso2022
Compartidos		
Me gusta	4	
Me encanta	0	
Me importa	0	
Me divierte	0	Interpretación: La publicación contiene una imagen con un comunicado donde se informa la reprogramación del campeonato de segunda categoría.
Me asombra	0	
Me entristece	0	
Me enoja	0	
	Tono Comentarios: No se implemento	

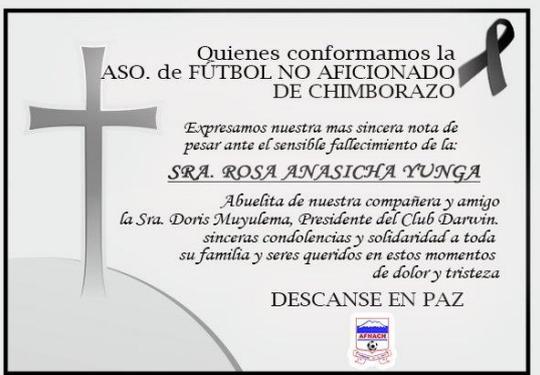
CONTENIDOS DE FACEBOOK																		
<p>N. 13</p> <p>Fecha de publicación:</p> <p>02/07/2022</p>	<p>Título:</p> <p>TODOS EL DOMINGO AL OLÍMPICO</p>	<p>Imagen del post:</p> 																
<p>Tipo de contenido:</p> <p>Imagen</p>	<p>Lenguaje:</p> <p>Coloquial</p>	<p>Enlace:</p> <p>https://www.facebook.com/photo/?fbid=1129104807647706&set=pb.100071091077329.-2207520000</p>																
<p>Interacciones:</p> <table border="1" data-bbox="229 1232 512 1805"> <tr> <td>Compartidos</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me gusta</td> <td>9</td> </tr> <tr> <td>Me encanta</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me importa</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me divierte</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me asombra</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me entristece</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me enoja</td> <td>0</td> </tr> </table>	Compartidos	0	Me gusta	9	Me encanta	0	Me importa	0	Me divierte	0	Me asombra	0	Me entristece	0	Me enoja	0	<p>¿A Quién?</p> <p>Comunidad Afnach</p> <p>Tono</p> <p>Comentarios:</p> <p>No se implemento</p>	<p>Hashtag:</p> <p>No se implemento</p> <p>Interpretación:</p> <p>La publicación muestra una imagen donde se informa del próximo rival del equipo de Olmedo por un encuentro en el torneo por Copa Ecuador.</p>
Compartidos	0																	
Me gusta	9																	
Me encanta	0																	
Me importa	0																	
Me divierte	0																	
Me asombra	0																	
Me entristece	0																	
Me enoja	0																	

CONTENIDOS DE FACEBOOK

N. 14		Título: Llega la #FECHA1 del "Campeonato Provincial de Segunda Categoría Chimborazo 2022"	Imagen del post: 
Fecha de publicación: 09/07/2022			
Tipo de contenido: Imagen		Lenguaje: Coloquial	Enlace: https://www.facebook.com/photo/?fbid=1133652217192965&set=pb.100071091077329.-2207520000
Interacciones:		¿A Quién? Comunidad Afnach	Hashtag: #FECHA1
Compartidos	4		
Me gusta	10		
Me encanta	4		
Me importa	0		
Me divierte	0		
Me asombra	0		
Me entristece	0		
Me enoja	0		
		Tono Comentarios: No se implemento	Interpretación: La imagen muestra los encuentros que se darán en la fecha uno del torneo de Ascenso Provincial por la segunda categoría.

CONTENIDOS DE FACEBOOK										
N. 15 Fecha de publicación: 09/07/2022	Título: RESULTADOS DE LA #Fecha1 del Campeonato Provincial de Segunda Categoría Chimborazo 2022.	Imagen del post: 								
Tipo de contenido: Imagen	Lenguaje: Coloquial	Enlace: https://www.facebook.com/photo/?fbid=1133924543832399&set=pb.100071091077329.-2207520000								
Interacciones:	¿A Quién? Comunidad Afnach	Hashtag: #Fecha1 #AscensoChimborazo2022 #SegundaCHIMBORAZO								
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 2px;">Compartidos</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">4</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Me gusta</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">23</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Me encanta</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">0</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Me importa</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">0</td> </tr> </table>	Compartidos	4	Me gusta	23	Me encanta	0	Me importa	0	Tono Comentarios: No se implemento	Interpretación: En la publicación se evidencia los resultados de los partidos de la Fecha 1
Compartidos	4									
Me gusta	23									
Me encanta	0									
Me importa	0									
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 2px;">Me divierte</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">0</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Me asombra</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">0</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Me entristece</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">0</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Me enoja</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">0</td> </tr> </table>	Me divierte	0	Me asombra	0	Me entristece	0	Me enoja	0		
Me divierte	0									
Me asombra	0									
Me entristece	0									
Me enoja	0									

CONTENIDOS DE FACEBOOK																		
<p>N. 16</p> <p>Fecha de publicación:</p> <p>13/07/2022</p>	<p>Título:</p> <p>INDEPENDIENTE SAN PEDRO CIERRA LA FECHA UNO FRENTE A CHAMBO FC</p>	<p>Imagen del post:</p> 																
<p>Tipo de contenido:</p> <p>Imagen</p>	<p>Lenguaje:</p> <p>Coloquial</p>	<p>Enlace:</p> <p>https://www.facebook.com/photo/?fbid=1136483053576548&set=pb.100071091077329.-2207520000</p>																
<p>Interacciones:</p> <table border="1" data-bbox="229 1205 509 1771"> <tr> <td>Compartidos</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Me gusta</td> <td>9</td> </tr> <tr> <td>Me encanta</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me importa</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me divierte</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me asombra</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me entristece</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me enoja</td> <td>0</td> </tr> </table>	Compartidos	1	Me gusta	9	Me encanta	0	Me importa	0	Me divierte	0	Me asombra	0	Me entristece	0	Me enoja	0	<p>¿A Quién?</p> <p>Comunidad Afnach</p> <p>Tono</p> <p>Comentarios:</p> <p>Positivo</p>	<p>Hashtag:</p> <p>#Fecha1 #ascensochimborazo2022 #Ascenso2022 #SegundaCHIMBORAZO #FutbolAlausi #AlausiPuebloMagico #CantonAlausi #FutbolChambo</p> <p>Interpretación:</p> <p>En la publicación se observa una imagen donde se da a conocer el último partido de la Fecha 1 del torneo.</p>
Compartidos	1																	
Me gusta	9																	
Me encanta	0																	
Me importa	0																	
Me divierte	0																	
Me asombra	0																	
Me entristece	0																	
Me enoja	0																	

CONTENIDOS DE FACEBOOK																		
N. 17 Fecha de publicación: 13/07/2022	Título: Extendemos nuestra nota de pesar	Imagen del post: 																
Tipo de contenido: Arte	Lenguaje: Coloquial	Enlace: https://www.facebook.com/photo/?fbid=1136551613569692&set=pb.100071091077329.-2207520000																
Interacciones: <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 70%;">Compartidos</td> <td style="text-align: center;">0</td> </tr> <tr> <td>Me gusta</td> <td style="text-align: center;">1</td> </tr> <tr> <td>Me encanta</td> <td style="text-align: center;">0</td> </tr> <tr> <td>Me importa</td> <td style="text-align: center;">0</td> </tr> <tr> <td>Me divierte</td> <td style="text-align: center;">0</td> </tr> <tr> <td>Me asombra</td> <td style="text-align: center;">0</td> </tr> <tr> <td>Me entristece</td> <td style="text-align: center;">1</td> </tr> <tr> <td>Me enoja</td> <td style="text-align: center;">0</td> </tr> </table>	Compartidos	0	Me gusta	1	Me encanta	0	Me importa	0	Me divierte	0	Me asombra	0	Me entristece	1	Me enoja	0	¿A Quién? Comunidad Club Darwin Tono Comentarios: No se implemento	Hashtag: #SomosAfnach Interpretación: En la publicación se ve una imagen con una nota de pesar para un familiar de los miembros deportivos de un club perteneciente a la Asociación.
Compartidos	0																	
Me gusta	1																	
Me encanta	0																	
Me importa	0																	
Me divierte	0																	
Me asombra	0																	
Me entristece	1																	
Me enoja	0																	

CONTENIDOS DE FACEBOOK																		
N. 18 Fecha de publicación: 13/07/2022	Título: PARTIDO FINALIZADO EN ALAUSÍ	Imagen del post: 																
Tipo de contenido: Imagen	Lenguaje: Coloquial	Enlace: https://www.facebook.com/photo/?fbid=1136595436898643&set=pb.100071091077329.-2207520000																
Interacciones:	¿A Quién? Comunidad Afnach	Hashtag: #ascensochimborazo2022 #FutbolAlausi #Ascenso2022																
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 2px;">Compartidos</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">0</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Me gusta</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">5</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Me encanta</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">1</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Me importa</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">0</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Me divierte</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">0</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Me asombra</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">0</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Me entristece</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">0</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Me enoja</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">0</td> </tr> </table>	Compartidos	0	Me gusta	5	Me encanta	1	Me importa	0	Me divierte	0	Me asombra	0	Me entristece	0	Me enoja	0	Tono Comentarios: No se implemento	Interpretación: La publicación muestra el resultado de un encuentro disputado entre el Club San Pedro y Chambo Fc.
Compartidos	0																	
Me gusta	5																	
Me encanta	1																	
Me importa	0																	
Me divierte	0																	
Me asombra	0																	
Me entristece	0																	
Me enoja	0																	

CONTENIDOS DE FACEBOOK		
N. 19	Título: FECHA 1 RESULTADOS	Imagen del post: 
Fecha de publicación: 13/07/2022		
Tipo de contenido: Imagen	Lenguaje: Coloquial	Enlace: https://www.facebook.com/photo/?fbid=1136596976898489&set=pb.100071091077329.-2207520000
Interacciones:	¿A Quién? Comunidad Afnach	Hashtag: #ascensochimborazo2022 #Ascenso2022 #SomosAfnach
Compartidos		
Me gusta	2	
Me encanta	0	
Me importa	0	
Me divierte	0	Interpretación: La publicación muestra una imagen donde se observa los resultados de todos los encuentros que se dieron en la fecha 1 del torneo.
Me asombra	0	
Me entristece	0	
Me enoja	0	
	Tono Comentarios: Negativo	

CONTENIDOS DE FACEBOOK		
N. 20	Título:	Imagen del post:
Fecha de publicación:	Tabla de posiciones	
13/07/2022		
Tipo de contenido:	Lenguaje:	Enlace:
Imagen	Coloquial	https://www.facebook.com/AfnachOficial/photos/pb.100071091077329.-2207520000/1136601983564655/?type=3
Interacciones:	¿A Quién?	Hashtag:
Compartidos	0	#ascensochimborazo2022 #Ascenso2022
Me gusta	19	#SomosAfnach
Me encanta	0	
Me importa	0	
Me divierte	0	
Me asombra	0	
Me entristece	0	
Me enoja	0	
	Tono	Interpretación:
	Comentarios:	La publicación muestra la tabla de resultados después de los encuentros disputados.
	Neutro	

CONTENIDOS DE FACEBOOK		
N. 21	Título:	Imagen del post:
Fecha de publicación:	Partidos fecha 2	
14/07/2022		
Tipo de contenido:	Lenguaje:	Enlace:
Imagen	Coloquial	https://www.facebook.com/AfnachOficial/photos/pb.100071091077329.-2207520000/1137062416851945/?type=3
Interacciones:	¿A Quién?	Hashtag:
Compartidos	7	#ascensochimborazo2022 #Ascenso2022
Me gusta	10	#SomosAfnach
Me encanta	0	
Me importa	0	
Me divierte	0	Tono
Me asombra	0	Comentarios:
Me entristece	0	No se implemento
Me enoja	0	Interpretación:
		La publicación muestra los partidos a disputarse en la fecha, horario, y lugar.

CONTENIDOS DE FACEBOOK																		
N. 22 Fecha de publicación: 17/07/2022	Título: Campeonato de Fútbol Aficionado de Chimborazo	Imagen del post: 																
Tipo de contenido: Video Live	Lenguaje: Coloquial	Enlace: https://www.facebook.com/100071091077329/videos/765333191161810																
Interacciones:	¿A Quién? Comunidad Afnach	Hashtag: #SomosAfnach #ascensochimborazo2022 #Fecha2																
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 70%;">Visualizaciones</td> <td style="text-align: center;">2.200</td> </tr> <tr> <td>Me gusta</td> <td style="text-align: center;">26</td> </tr> <tr> <td>Me encanta</td> <td style="text-align: center;">6</td> </tr> <tr> <td>Me importa</td> <td style="text-align: center;">0</td> </tr> <tr> <td>Me divierte</td> <td style="text-align: center;">1</td> </tr> <tr> <td>Me asombra</td> <td style="text-align: center;">2</td> </tr> <tr> <td>Me entristece</td> <td style="text-align: center;">1</td> </tr> <tr> <td>Me enoja</td> <td style="text-align: center;">1</td> </tr> </table>	Visualizaciones	2.200	Me gusta	26	Me encanta	6	Me importa	0	Me divierte	1	Me asombra	2	Me entristece	1	Me enoja	1	Tono Comentarios: Positivo	Interpretación: La publicación se trata sobre un live emitido por la fan page de la asociación donde se transmite el partido disputado entre Independiente y Sonorama.
Visualizaciones	2.200																	
Me gusta	26																	
Me encanta	6																	
Me importa	0																	
Me divierte	1																	
Me asombra	2																	
Me entristece	1																	
Me enoja	1																	

CONTENIDOS DE FACEBOOK		
N. 23	Título: Resultados fecha 2	Imagen del post:
Fecha de publicación: 18/07/2022		
Tipo de contenido: Imagen	Lenguaje: Coloquial	Enlace: https://www.facebook.com/AfnachOficial/photos/pb.100071091077329.-2207520000/1139701519921368/?type=3
Interacciones:	¿A Quién? Comunidad Afnach	Hashtag: #SomosAfnach #ascensochimborazo2022 #Fecha2
Compartidos	5	
Me gusta	21	
Me encanta	0	
Me importa	0	
Me divierte	0	Tono
Me asombra	0	Comentarios: No se implemento
Me entristece	0	Interpretación: La publicación contiene una imagen que muestra los resultados de todos los partidos disputados dentro de la fecha 2.
Me enoja	0	

CONTENIDOS DE FACEBOOK

N. 24	Título:	Imagen del post:
Fecha de publicación:	TABLA DE POSICIONES JUGADA LA FECHA 2	
19/07/2022		
Tipo de contenido:	Lenguaje:	Enlace:
Imagen	Coloquial	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1140303799861140&set=pb.100071091077329.-2207520000
Interacciones:	¿A Quién?	Hashtag:
Compartidos	1	#ascensochimborazo2022 #Ascenso2022 #Fecha2 #SomosAfnach
Me gusta	7	
Me encanta	0	
Me importa	0	
Me divierte	0	
Me asombra	0	
Me entristece	0	
Me enoja	0	
Tono	Interpretación:	
Comentarios:	La publicación muestra cómo queda la tabla de posiciones del torneo tras jugarse la fecha 2.	
No se implemento		

CONTENIDOS DE FACEBOOK																		
<p>N. 25</p> <p>Fecha de publicación:</p> <p>20/07/2022</p>	<p>Título:</p> <p>TODO LISTO PARA JUGARSE LA FECHA #3</p>	<p>Imagen del post:</p> 																
<p>Tipo de contenido:</p> <p>Imagen</p>	<p>Lenguaje:</p> <p>Coloquial</p>	<p>Enlace:</p> <p>https://www.facebook.com/photo/?fbid=1140968676461319&set=pb.100071091077329.-2207520000</p>																
<p>Interacciones:</p> <table border="1" data-bbox="229 1240 512 1805"> <tr> <td>Compartidos</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Me gusta</td> <td>18</td> </tr> <tr> <td>Me encanta</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me importa</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me divierte</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me asombra</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me entristece</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me enoja</td> <td>0</td> </tr> </table>	Compartidos	4	Me gusta	18	Me encanta	0	Me importa	0	Me divierte	0	Me asombra	0	Me entristece	0	Me enoja	0	<p>¿A Quién?</p> <p>Comunidad Afnach</p> <p>Tono</p> <p>Comentarios:</p> <p>No se implemento</p>	<p>Hashtag:</p> <p>#ascensochimborazo2022 #Ascenso2022 #SomosAfnach #Fecha3</p> <p>Interpretación:</p> <p>La publicación muestra una imagen donde se ve todos los encuentros previstos a darse en la fecha 3, así como también sus horarios, localidades y lugares a darse.</p>
Compartidos	4																	
Me gusta	18																	
Me encanta	0																	
Me importa	0																	
Me divierte	0																	
Me asombra	0																	
Me entristece	0																	
Me enoja	0																	

CONTENIDOS DE FACEBOOK																		
<p>N. 26</p> <p>Fecha de publicación:</p> <p>24/07/2022</p>	<p>Título:</p> <p>RESULTADOS FECHA #3</p>	<p>Imagen del post:</p> 																
<p>Tipo de contenido:</p> <p>Imagen</p>	<p>Lenguaje:</p> <p>Coloquial</p>	<p>Enlace:</p> <p>https://www.facebook.com/photo/?fbid=1140968676461319&set=pb.100071091077329.-2207520000</p>																
<p>Interacciones:</p> <table border="1" data-bbox="229 1205 512 1765"> <tr> <td>Compartidos</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Me gusta</td> <td>18</td> </tr> <tr> <td>Me encanta</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me importa</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me divierte</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me asombra</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me entristece</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me enoja</td> <td>0</td> </tr> </table>	Compartidos	4	Me gusta	18	Me encanta	0	Me importa	0	Me divierte	0	Me asombra	0	Me entristece	0	Me enoja	0	<p>¿A Quién?</p> <p>Comunidad Afnach</p> <p>Tono</p> <p>Comentarios:</p> <p>No se implemento</p>	<p>Hashtag:</p> <p>#ascensochimborazo2022 #Ascenso2022 #SomosAfnach #Fecha3</p> <p>Interpretación:</p> <p>La publicación muestra una imagen donde se expone los resultados de los partidos de la fecha 3.</p>
Compartidos	4																	
Me gusta	18																	
Me encanta	0																	
Me importa	0																	
Me divierte	0																	
Me asombra	0																	
Me entristece	0																	
Me enoja	0																	

CONTENIDOS DE FACEBOOK																																					
N. 27	Título: TABLA DE POSICIONES JUGADA LA FECHA #3	Imagen del post:																																			
Fecha de publicación:		 <table border="1" data-bbox="970 499 1184 656"> <thead> <tr> <th>Pos.</th> <th>Equipo</th> <th>Pts.</th> <th>D.G.</th> <th>P.J.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>Sununama FC</td> <td>7</td> <td>+3</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Ind. San Pedro</td> <td>5</td> <td>+2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Club Petenari</td> <td>4</td> <td>+3</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>Club Seo Pablo</td> <td>4</td> <td>0</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>Star Club</td> <td>3</td> <td>0</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>Chambo FC</td> <td>0</td> <td>-8</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table>	Pos.	Equipo	Pts.	D.G.	P.J.	1	Sununama FC	7	+3	3	2	Ind. San Pedro	5	+2	3	3	Club Petenari	4	+3	3	4	Club Seo Pablo	4	0	3	5	Star Club	3	0	3	6	Chambo FC	0	-8	3
Pos.	Equipo		Pts.	D.G.	P.J.																																
1	Sununama FC	7	+3	3																																	
2	Ind. San Pedro	5	+2	3																																	
3	Club Petenari	4	+3	3																																	
4	Club Seo Pablo	4	0	3																																	
5	Star Club	3	0	3																																	
6	Chambo FC	0	-8	3																																	
24/07/2022		Enlace:																																			
Tipo de contenido:	Lenguaje:																																				
Imagen	Coloquial	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1143717319519788&set=pb.100071091077329.-2207520000																																			
Interacciones:	¿A Quién?	Hashtag:																																			
Compartidos	4	No se implemento																																			
Me gusta	22																																				
Me encanta	0																																				
Me importa	0																																				
Me divierte	0	Interpretación:																																			
Me asombra	0	La publicación muestra la tabla de posiciones de los equipos tras jugarse la fecha 3.																																			
Me entristece	0																																				
Me enoja	0																																				
	Tono																																				
	Comentarios:																																				
	No se implemento																																				

CONTENIDOS DE FACEBOOK		
N. 28	Título: DEFINIDA LA FECHA #4 Y SUS HORARIOS	Imagen del post:
Fecha de publicación:		
28/07/2022		
Tipo de contenido: Imagen	Lenguaje: Coloquial	Enlace: https://www.facebook.com/photo/?fbid=1145933179298202&set=pb.100071091077329.-2207520000
Interacciones:	¿A Quién? Comunidad Afnach	Hashtag: No se implemento
Compartidos	7	Interpretación: La publicación muestra todos los encuentros a disputarse entre los clubes para la fecha 4, así como también sus horarios, localidades y fechas
Me gusta	21	
Me encanta	0	
Me importa	0	
Me divierte	0	
Me asombra	0	
Me entristece	0	
Me enoja	0	
Tono Comentarios: Positivo		

CONTENIDOS DE FACEBOOK										
N. 29 Fecha de publicación: 29/07/2022	Título: COMUNICADO	Imagen del post: 								
Tipo de contenido: Arte	Lenguaje: Coloquial	Enlace: https://www.facebook.com/photo/?fbid=146612822563571&set=pb.100071091077329.-2207520000								
Interacciones:	¿A Quién? Medios de comunicación	Hashtag: #SomosAfnach #ascensochimborazo2022 #SegundaCHIMBORAZO								
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 2px;">Compartidos</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">2</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Me gusta</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">10</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Me encanta</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">0</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Me importa</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">0</td> </tr> </table>	Compartidos	2	Me gusta	10	Me encanta	0	Me importa	0	Tono Comentarios: No se implementó	Interpretación: La publicación muestra un comunicado donde se informa sobre los derechos de transmisión de los partidos de la asociación.
Compartidos	2									
Me gusta	10									
Me encanta	0									
Me importa	0									
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 2px;">Me divierte</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">0</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Me asombra</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">0</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Me entristece</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">0</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Me enoja</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">0</td> </tr> </table>	Me divierte	0	Me asombra	0	Me entristece	0	Me enoja	0		
Me divierte	0									
Me asombra	0									
Me entristece	0									
Me enoja	0									

CONTENIDOS DE FACEBOOK																		
<p>N. 30</p> <p>Fecha de publicación:</p> <p>29/07/2022</p>	<p>Título:</p> <p>QUE LLEGUE EL FÚTBOL A MAS RINCONES</p>	<p>Imagen del post:</p> 																
<p>Tipo de contenido:</p> <p>Imagen</p>	<p>Lenguaje:</p> <p>Coloquial</p>	<p>Enlace:</p> <p>https://www.facebook.com/photo/?fbid=1146713342553519&set=pb.100071091077329.-2207520000</p>																
<p>Interacciones:</p> <table border="1" data-bbox="229 1160 512 1727"> <tr> <td>Compartidos</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Me gusta</td> <td>15</td> </tr> <tr> <td>Me encanta</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Me importa</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me divierte</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me asombra</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me entristece</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me enoja</td> <td>0</td> </tr> </table>	Compartidos	1	Me gusta	15	Me encanta	3	Me importa	0	Me divierte	0	Me asombra	0	Me entristece	0	Me enoja	0	<p>¿A Quién?</p> <p>Comunidad Afnach</p> <p>Tono</p> <p>Comentarios:</p> <p>Negativo</p>	<p>Hashtag:</p> <p>No se implementó</p> <p>Interpretación:</p> <p>La publicación muestra una imagen donde se da a conocer la transmisión en vivo del partido que se llevara a cabo entre los cuadros de San Pablo e Independiente.</p>
Compartidos	1																	
Me gusta	15																	
Me encanta	3																	
Me importa	0																	
Me divierte	0																	
Me asombra	0																	
Me entristece	0																	
Me enoja	0																	

CONTENIDOS DE FACEBOOK		
N. 31	Título:	Imagen del post:
Fecha de publicación:	QUE LLEGUE EL FÚTBOL A MAS RINCONES	
30/07/2022		
Tipo de contenido:	Lenguaje:	Enlace:
Arte	Coloquial	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1147178792506974&set=pb.100071091077329.-2207520000
Interacciones:	¿A Quién?	Hashtag:
Compartidos	2	No se implementó
Me gusta	16	
Me encanta	3	
Me importa	1	
Me divierte	0	
Me asombra	0	Interpretación: La publicación muestra una imagen donde se da a conocer la transmisión en vivo del partido que se llevara a cabo entre los cuadros de Sonorama y Peñarol.
Me entristece	0	
Me enoja	0	
Tono	Comunidad	
Comentarios:	Afnach	
	No se implemento	

CONTENIDOS DE FACEBOOK		
N. 32	Título:	Imagen del post:
Fecha de publicación: 31/07/2022	ESTOS SON LOS RESULTADOS JUGADA LA FECHA #4	
Tipo de contenido: Arte	Lenguaje: Coloquial	Enlace: https://www.facebook.com/photo/?fbid=1148065639084956&set=pb.100071091077329.-2207520000
Interacciones:	¿A Quién? Comunidad Afnach	Hashtag: #SomosAfnach #SegundaCHIMBORAZO #Fecha4 #Ascenso2022
Compartidos	2	Interpretación: La publicación muestra los resultados obtenidos tras jugarse la fecha 4.
Me gusta	13	
Me encanta	3	
Me importa	0	
Me divierte	0	
Me asombra	0	
Me entristece	0	Tono Comentarios: No se implemento
Me enoja	0	

CONTENIDOS DE FACEBOOK		
N. 33	Título: TABLA DE POSICIONES JUGADA LA FECHA #4	Imagen del post: 
Fecha de publicación: 31/07/2022		
Tipo de contenido: Imagen	Lenguaje: Coloquial	Enlace: https://www.facebook.com/photo/?fbid=1148069635751223&set=pb.100071091077329.-2207520000
Interacciones:	¿A Quién? Comunidad Afnach	Hashtag: #Ascenso2022 #SomosAfnach #SegundaCHIMBORAZO
Compartidos		
Me gusta	27	
Me encanta	3	
Me importa	0	
Me divierte	0	Interpretación: La publicación muestra cómo queda la tabla de posiciones jugada la fecha 4 del torneo.
Me asombra	0	
Me entristece	0	
Me enoja	0	
	Tono No se implementó	

CONTENIDOS DE FACEBOOK		
N. 34	Título:	Imagen del post:
Fecha de publicación: 03/08/2022	DEFINIDOS LOS COMPROMISOS DE LA FECHA #5	
Tipo de contenido: Imagen	Lenguaje: Coloquial	Enlace: https://www.facebook.com/photo/?fbid=1149734798918040&set=pb.100071091077329.-2207520000
Interacciones:	¿A Quién? Comunidad Afnach	Hashtag: #Ascenso2022 #SegundaCHIMBORAZO #ascensochimborazo2022 #Fecha5
Compartidos	3	Interpretación: La publicación muestra como están definidos todos los compromisos que están previstos para la fecha 5.
Me gusta	17	
Me encanta	2	
Me importa	0	
Me divierte	0	
Me asombra	0	
Me entristece	0	Tono
Me enoja	0	Comentarios: Positivo

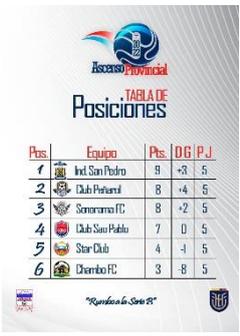
CONTENIDOS DE FACEBOOK										
N. 35 Fecha de publicación: 03/08/2022	Título: COMUNICADO	Imagen del post: 								
Tipo de contenido: Arte	Lenguaje: Coloquial	Enlace: https://www.facebook.com/photo/?fbid=1149738438917676&set=pb.100071091077329.-2207520000								
Interacciones:	¿A Quién? Medios de comunicación	Hashtag: #SomosAfnach #ascensochimborazo2022								
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 2px;">Compartidos</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">1</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Me gusta</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">7</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Me encanta</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">0</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Me importa</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">0</td> </tr> </table>	Compartidos	1	Me gusta	7	Me encanta	0	Me importa	0	Tono Comentarios: No se implementó	Interpretación: La publicación muestra un comunicado donde se da a conocer a los medios de comunicación los pasos para obtener una acreditación para transmisión de partidos.
Compartidos	1									
Me gusta	7									
Me encanta	0									
Me importa	0									
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 2px;">Me divierte</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">0</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Me asombra</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">0</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Me entristece</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">0</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Me enoja</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">0</td> </tr> </table>	Me divierte	0	Me asombra	0	Me entristece	0	Me enoja	0		
Me divierte	0									
Me asombra	0									
Me entristece	0									
Me enoja	0									

CONTENIDOS DE FACEBOOK		
N. 36	Título:	Imagen del post:
Fecha de publicación:	TRANSMISIÓN EN VIVO DESDE YARUQUÍES	
04/08/2022		
Tipo de contenido:	Lenguaje:	Enlace:
Arte	Coloquial	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1150270062197847&set=pb.100071091077329.-2207520000
Interacciones:	¿A Quién?	Hashtag:
Compartidos	3	#ascensochimborazo2022
Me gusta	14	#SegundaCHIMBORAZO #SomosAfnach
Me encanta	0	
Me importa	0	
Me divierte	0	
Me asombra	0	
Me entristece	0	
Me enoja	0	
	Tono	Interpretación:
	Comentarios:	La publicación informa a toda la comunidad sobre la transmisión del partido a darse entre Sonorama y Star Club, por parte de la asociación.
	No se implementó	

CONTENIDOS DE FACEBOOK										
N. 37 Fecha de publicación: 04/08/2022	Título: TRANSMISIÓN EN VIVO DE ALAUSÍ	Imagen del post: 								
Tipo de contenido: Arte	Lenguaje: Coloquial	Enlace: https://www.facebook.com/photo/?fbid=1150359378855582&set=pb.100071091077329.-2207520000								
Interacciones:	¿A Quién? Comunidad Afnach	Hashtag: #ascensochimborazo2022 #SegundaCHIMBORAZO #SomosAfnach								
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 70%;">Compartidos</td> <td style="text-align: center;">4</td> </tr> <tr> <td>Me gusta</td> <td style="text-align: center;">15</td> </tr> <tr> <td>Me encanta</td> <td style="text-align: center;">3</td> </tr> <tr> <td>Me importa</td> <td style="text-align: center;">1</td> </tr> </table>	Compartidos	4	Me gusta	15	Me encanta	3	Me importa	1	Tono Comentarios: No se implementó	Interpretación: La publicación informa a toda la comunidad sobre la transmisión del partido a darse entre Independiente y Peñarol, por parte de la asociación.
Compartidos	4									
Me gusta	15									
Me encanta	3									
Me importa	1									
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 70%;">Me divierte</td> <td style="text-align: center;">0</td> </tr> <tr> <td>Me asombra</td> <td style="text-align: center;">0</td> </tr> <tr> <td>Me entristece</td> <td style="text-align: center;">0</td> </tr> <tr> <td>Me enoja</td> <td style="text-align: center;">0</td> </tr> </table>	Me divierte	0	Me asombra	0	Me entristece	0	Me enoja	0		
Me divierte	0									
Me asombra	0									
Me entristece	0									
Me enoja	0									

CONTENIDOS DE FACEBOOK		
N. 38	Título:	Imagen del post:
Fecha de publicación:	LLEGA EL FÚTBOL SALA A CHIMBORAZO	
04/08/2022		
Tipo de contenido:	Lenguaje:	Enlace:
Arte	Formal	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1150455905512596&set=pb.100071091077329.-2207520000
Interacciones:	¿A Quién?	Hashtag:
Compartidos	6	No se implementó
Me gusta	21	
Me encanta	0	
Me importa	0	
Me divierte	0	
Me asombra	0	
Me entristece	0	
Me enoja	0	
Tono	Interpretación:	
Comentarios:	La publicación muestra una imagen donde se informa sobre la realización de un campeonato de futbol sala masculino Chimborazo 2022.	
No se implementó		

CONTENIDOS DE FACEBOOK										
N. 39 Fecha de publicación: 08/08/2022	Título: RESULTADOS FECHA #5	Imagen del post: 								
Tipo de contenido: Arte	Lenguaje: Coloquial	Enlace: https://www.facebook.com/photo/?fbid=1152863375271849&set=pb.100071091077329.-2207520000								
Interacciones:	¿A Quién? Comunidad Afnach	Hashtag: No se implementó								
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 70%;">Compartidos</td> <td style="text-align: center;">1</td> </tr> <tr> <td>Me gusta</td> <td style="text-align: center;">11</td> </tr> <tr> <td>Me encanta</td> <td style="text-align: center;">1</td> </tr> <tr> <td>Me importa</td> <td style="text-align: center;">0</td> </tr> </table>	Compartidos	1	Me gusta	11	Me encanta	1	Me importa	0	Tono Comentarios: No se implementó	Interpretación: La publicación muestra todos los resultados de los partidos tras haberse jugado la fecha 5.
Compartidos	1									
Me gusta	11									
Me encanta	1									
Me importa	0									
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 70%;">Me divierte</td> <td style="text-align: center;">0</td> </tr> <tr> <td>Me asombra</td> <td style="text-align: center;">0</td> </tr> <tr> <td>Me entristece</td> <td style="text-align: center;">0</td> </tr> <tr> <td>Me enoja</td> <td style="text-align: center;">1</td> </tr> </table>	Me divierte	0	Me asombra	0	Me entristece	0	Me enoja	1		
Me divierte	0									
Me asombra	0									
Me entristece	0									
Me enoja	1									

CONTENIDOS DE FACEBOOK		
N. 40	Título: TABLA DE POSICIONES JUGADA LA FECHA 5	Imagen del post: 
Fecha de publicación: 08/08/2022		
Tipo de contenido: Imagen	Lenguaje: Coloquial	Enlace: https://www.facebook.com/photo/?fbid=1152864668605053&set=pb.100071091077329.-2207520000
Interacciones:	¿A Quién? Comunidad Afnach	Hashtag: #ascensochimborazo2022 #SomosAfnach #SegundaCHIMBORAZO
Compartidos		
Me gusta	27	
Me encanta	0	
Me importa	0	
Me divierte	0	Tono Comentarios: No se implementó
Me asombra	0	
Me entristece	0	
Me enoja	0	
		Interpretación: La publicación muestra como queda la tabla de posiciones tras haberse jugada la fecha 5.

CONTENIDOS DE FACEBOOK		
N. 41	Título:	Imagen del post:
Fecha de publicación: 09/08/2022	DEFINIDAS LAS ZONAS PARA EL ASCENSO DE FUTSAL	
Tipo de contenido: Imagen	Lenguaje: Coloquial	Enlace: https://www.facebook.com/photo/?fbid=1152864668605053&set=pb.100071091077329.-2207520000
Interacciones:	¿A Quién? Comunidad Afnach	Hashtag: #SomosAfnach #FTUSALChimborazo
Compartidos	10	Interpretación: La publicación informa sobre las zonas definidas para el campeonato a realizarse de futbol sala masculino.
Me gusta	25	
Me encanta	0	
Me importa	0	
Me divierte	0	
Me asombra	0	
Me entristece	0	
Me enoja	0	
Tono Comentarios: Positivo		

CONTENIDOS DE FACEBOOK		
N. 42	Título: BIENVENIDOS A TODOS AL FUTSAL EN CHIMBORAZO	Imagen del post: 
Fecha de publicación: 10/08/2022		
Tipo de contenido: Imagen	Lenguaje: Coloquial	Enlace: https://www.facebook.com/photo/?fbid=1154151631809690&set=pb.100071091077329.-2207520000
Interacciones:	¿A Quién? Comunidad Afnach	Hashtag: #SomosAfnach
Compartidos	6	Interpretación: La publicación informa todos los cantones pertenecientes a la Zona 3 para llevarse a cabo el campeonato de fútbol sala masculino donde también se indica el contacto responsable de la zona.
Me gusta	11	
Me encanta	0	
Me importa	0	
Tono	Comentarios: No se implementó	
Me divierte	0	
Me asombra	0	
Me entristece	0	
Me enoja	0	

CONTENIDOS DE FACEBOOK										
N. 43 Fecha de publicación: 10/08/2022	Título: BIENVENIDOS A TODOS AL FUTSAL EN CHIMBORAZO	Imagen del post: 								
Tipo de contenido: Imagen	Lenguaje: Coloquial	Enlace: https://www.facebook.com/photo/?fbid=1154273438464176&set=pb.100071091077329.-2207520000								
Interacciones:	¿A Quién? Comunidad Afnach	Hashtag: #SomosAfnach								
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 2px;">Compartidos</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">0</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Me gusta</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">9</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Me encanta</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">0</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Me importa</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">0</td> </tr> </table>	Compartidos	0	Me gusta	9	Me encanta	0	Me importa	0	Tono Comentarios: No se implementó	Interpretación: La publicación informa todos los cantones pertenecientes a la Zona 2 para llevarse a cabo el campeonato de fútbol sala masculino donde también se indica el contacto responsable de la zona.
Compartidos	0									
Me gusta	9									
Me encanta	0									
Me importa	0									
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 2px;">Me divierte</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">0</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Me asombra</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">0</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Me entristece</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">0</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Me enoja</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">0</td> </tr> </table>	Me divierte	0	Me asombra	0	Me entristece	0	Me enoja	0		
Me divierte	0									
Me asombra	0									
Me entristece	0									
Me enoja	0									

CONTENIDOS DE FACEBOOK		
N. 44	Título: INFORMAMOS LA PERDIDA DE 3 PUNTOS AL CLUB SAO PABLO	Imagen del post: 
Fecha de publicación: 10/08/2022		
Tipo de contenido: Arte	Lenguaje: Coloquial	Enlace: https://www.facebook.com/photo/?fbid=1154420068449513&set=pb.100071091077329.-2207520000
Interacciones:	¿A Quién? Comunidad Afnach	Hashtag: #SomosAfnach
Compartidos		
Me gusta	13	
Me encanta	1	
Me importa	0	
Me divierte	2	Interpretación: La publicación da a conocer una sanción otorgada hacia el club de Sao Pablo tras no acatar las reglas del campeonato.
Me asombra	0	
Me entristece	0	
Me enoja	4	
	Tono Comentarios: Negativo	

CONTENIDOS DE FACEBOOK			
N. 45 Fecha de publicación: 10/08/2022	Título: TABLA DE POSICIONES CAMPEONATO PROVINCIAL DE SEGUNDA CATEGORÍA CHIMBORAZO 2022	Imagen del post: 	
Tipo de contenido: Imagen	Lenguaje: Coloquial	Enlace: https://www.facebook.com/photo/?fbid=1154427801782073&set=pb.100071091077329.-2207520000	
Interacciones:	¿A Quién? Comunidad Afnach Tono Comentarios: No se implementó	Hashtag: #SomosAfnach #ascensochimborazo2022 #Ascenso2022 Interpretación: La publicación muestra la tabla general de posiciones de los equipos participantes de la Afnach.	
Compartidos			7
Me gusta			15
Me encanta			1
Me importa			0
Me divierte			0
Me asombra			0
Me entristece			0
Me enoja	6		

CONTENIDOS DE FACEBOOK		
N. 46	Título:	Imagen del post:
Fecha de publicación:	Consternados ante esta triste noticia para el fútbol de nuestra provincia.	
11/08/2022		
Tipo de contenido:	Lenguaje:	Enlace:
Arte	Coloquial	https://www.facebook.com/photo/?fbid=1155085411716312&set=pb.100071091077329.-2207520000
Interacciones:	¿A Quién?	Hashtag:
Compartidos	6	No se implementó
Me gusta	4	
Me encanta	0	
Me importa	1	
Me divierte	0	
Me asombra	1	
Me entristece	19	
Me enoja	0	
Tono	Comentarios:	Interpretación:
Positivo		La publicación muestra una nota de pesar con razón de fallecimiento de un miembro del equipo médico de la asociación.

CONTENIDOS DE FACEBOOK																		
N. 47 Fecha de publicación: 11/08/2022	Título: SUSPENDIDA LA FECHA #6	Imagen del post: 																
Tipo de contenido: Imagen	Lenguaje: Coloquial	Enlace: https://www.facebook.com/photo/?fbid=1155144118377108&set=pb.100071091077329.-2207520000																
Interacciones:	¿A Quién? Comunidad Afnach	Hashtag: #SomosAFNACH #SEGUNDACHIMBORAZO																
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 2px;">Compartidos</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">6</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Me gusta</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">3</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Me encanta</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">0</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Me importa</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">0</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Me divierte</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">0</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Me asombra</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">2</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Me entristece</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">2</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">Me enoja</td> <td style="text-align: center; padding: 2px;">0</td> </tr> </table>	Compartidos	6	Me gusta	3	Me encanta	0	Me importa	0	Me divierte	0	Me asombra	2	Me entristece	2	Me enoja	0	Tono Comentarios: No se implementó	Interpretación: La publicación muestra un oficio donde se informa la suspensión de la fecha 6, orden emitida por la Federación Ecuatoriana de Fútbol.
Compartidos	6																	
Me gusta	3																	
Me encanta	0																	
Me importa	0																	
Me divierte	0																	
Me asombra	2																	
Me entristece	2																	
Me enoja	0																	

CONTENIDOS DE FACEBOOK										
N. 48 Fecha de publicación: 17/08/2022	Título: DEFINIDOS LOS COMPROMISOS DE LA FECHA #6	Imagen del post: 								
Tipo de contenido: Imagen	Lenguaje: Coloquial	Enlace: https://www.facebook.com/photo/?fbid=1158996634658523&set=pb.100071091077329.-2207520000								
Interacciones:	¿A Quién? Comunidad Afnach	Hashtag: #SomosAFNACH #SEGUNDACHIMBORAZO								
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 70%;">Compartidos</td> <td style="text-align: center;">5</td> </tr> <tr> <td>Me gusta</td> <td style="text-align: center;">19</td> </tr> <tr> <td>Me encanta</td> <td style="text-align: center;">0</td> </tr> <tr> <td>Me importa</td> <td style="text-align: center;">0</td> </tr> </table>	Compartidos	5	Me gusta	19	Me encanta	0	Me importa	0	Tono Comentarios: Negativo	Interpretación: La publicación muestra todos los encuentros definidos para la fecha 6, así como también sus horarios, fechas y localidades.
Compartidos	5									
Me gusta	19									
Me encanta	0									
Me importa	0									
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 70%;">Me divierte</td> <td style="text-align: center;">0</td> </tr> <tr> <td>Me asombra</td> <td style="text-align: center;">0</td> </tr> <tr> <td>Me entristece</td> <td style="text-align: center;">0</td> </tr> <tr> <td>Me enoja</td> <td style="text-align: center;">0</td> </tr> </table>	Me divierte	0	Me asombra	0	Me entristece	0	Me enoja	0		
Me divierte	0									
Me asombra	0									
Me entristece	0									
Me enoja	0									

CONTENIDOS DE FACEBOOK		
N. 49	Título:	Imagen del post:
Fecha de publicación:	PEÑAROL JUGARA ANTE STAR CLUB EN YARUQUÍES.	
19/08/2022		
Tipo de contenido:	Lenguaje:	Enlace:
Imagen	Coloquial	https://www.facebook.com/photo/?fbid=160208644537322&set=pb.100071091077329.-2207520000
Interacciones:	¿A Quién?	Hashtag:
Compartidos	0	#ascensochimborazo2022
Me gusta	13	#SegundaCHIMBORAZO #SomosAfnach
Me encanta	2	
Me importa	0	
Me divierte	0	Mensaje:
Me asombra	0	La publicación muestra el encuentro a disputarse por la fecha 6 entre Peñarol y Star Club, donde se informa que la localidad será en Yaruquíes.
Me entristece	0	
Me enoja	0	
	Tono	
	Comentarios:	
	No se implementó	

CONTENIDOS DE FACEBOOK		
N. 50	Título:	Imagen del post:
Fecha de publicación: 22/08/2022	DEFINIDOS LOS COMPROMISOS DE LA FECHA #7	
Tipo de contenido: Imagen	Lenguaje: Coloquial	Enlace: https://www.facebook.com/photo/?fbid=1160208644537322&set=pb.100071091077329.-2207520000
Interacciones:	¿A Quién? Comunidad Afnach	Hashtag: #Ascenso2022 #SegundaCHIMBORAZO #ascensochimborazo2022 #Fecha7
Compartidos	6	Interpretación: La publicación muestra todos los encuentros a darse de la fecha 7, así como también sus horarios, fechas y localidades.
Me gusta	12	
Me encanta	2	
Me importa	0	
Me divierte	0	
Me asombra	0	
Me entristece	0	
Me enoja	0	
	Tono Comentarios: No se implementó	

CONTENIDOS DE FACEBOOK																		
<p>N. 51</p> <p>Fecha de publicación:</p> <p>25/08/2022</p>	<p>Título:</p> <p>DEFINIDOS LOS COMPROMISOS DE LA FECHA #8</p> <p>La</p>	<p>Imagen del post:</p> 																
<p>Tipo de contenido:</p> <p>Imagen</p>	<p>Lenguaje:</p> <p>Coloquial</p>	<p>Enlace:</p> <p>https://www.facebook.com/photo/?fbid=1164110217480498&set=pb.100071091077329.-2207520000</p>																
<p>Interacciones:</p> <table border="1" data-bbox="229 1160 512 1724"> <tr> <td>Compartidos</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Me gusta</td> <td>21</td> </tr> <tr> <td>Me encanta</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Me importa</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me divierte</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me asombra</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Me entristece</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Me enoja</td> <td>1</td> </tr> </table>	Compartidos	4	Me gusta	21	Me encanta	4	Me importa	0	Me divierte	0	Me asombra	1	Me entristece	0	Me enoja	1	<p>¿A Quién?</p> <p>Comunidad Afnach</p> <p>Tono</p> <p>Comentarios:</p> <p>Negativo</p>	<p>Hashtag:</p> <p>#Ascenso2022 #SegundaCHIMBORAZO #ascensochimborazo2022 #Fecha8</p> <p>Interpretación:</p> <p>La publicación muestra todos los compromisos previstos a darse dentro de la fecha 8, así como también sus horarios, fechas y localidades.</p>
Compartidos	4																	
Me gusta	21																	
Me encanta	4																	
Me importa	0																	
Me divierte	0																	
Me asombra	1																	
Me entristece	0																	
Me enoja	1																	

CONTENIDOS DE FACEBOOK																		
N. 52 Fecha de publicación: 04/09/2022	Título: SALUDAMOS A LOS CAMPEONES DE NUESTRO CAMPEONATO	Imagen del post: 																
Tipo de contenido: Imagen	Lenguaje: Coloquial	Enlace: https://www.facebook.com/AfnachOficial/photos/pb.100071091077329.-2207520000/1170876696803850/?type=3																
Interacciones: <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">Compartidos</td> <td style="width: 50%; text-align: center;">23</td> </tr> <tr> <td>Me gusta</td> <td style="text-align: center;">106</td> </tr> <tr> <td>Me encanta</td> <td style="text-align: center;">18</td> </tr> <tr> <td>Me importa</td> <td style="text-align: center;">0</td> </tr> <tr> <td>Me divierte</td> <td style="text-align: center;">1</td> </tr> <tr> <td>Me asombra</td> <td style="text-align: center;">0</td> </tr> <tr> <td>Me entristece</td> <td style="text-align: center;">0</td> </tr> <tr> <td>Me enoja</td> <td style="text-align: center;">0</td> </tr> </table>	Compartidos	23	Me gusta	106	Me encanta	18	Me importa	0	Me divierte	1	Me asombra	0	Me entristece	0	Me enoja	0	¿A Quién? Comunidad Afnach Tono Comentarios: Negativo	Hashtag: No se implementó Interpretación: La publicación muestra el club ganador del torneo provincial de segunda categoría el cual es Sonorama Fc e informan que consiguieron un cupo para disputar los playoffs del ascenso nacional.
Compartidos	23																	
Me gusta	106																	
Me encanta	18																	
Me importa	0																	
Me divierte	1																	
Me asombra	0																	
Me entristece	0																	
Me enoja	0																	