



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN**

**ESTUDIANTE:**

**HELLEN CAROLINA PONGUILLO MALAVÉ**

**DOCENTE TUTOR:**

**LCDA. VÉLEZ BERMELLO GABRIELA LOURDES, MG.**

**ARTICULO ACADEMICO:**

**LOS CONTENIDOS MULTIMEDIA COMO ESTRATEGIAS DE  
COMUNICACIÓN EN EL DIARIO SÚPER DE SANTA ELENA**

**SANTA ELENA – ECUADOR**

**2022**

## DECLARACIÓN DE AUTORIA

Quien suscribe; **Hellen Carolina Ponguillo Malavé** con número de C.C: **2450926361**, estudiante de Comunicación, declaro que el Trabajo de Titulación; Artículo Académico presentado a la Unidad de Integración Curricular, cuyo tema es: **Los contenidos multimedia como estrategias de comunicación en el Diario Súper de Santa Elena**. Corresponde exclusiva responsabilidad del autor y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena

La Libertad, enero 20 del 2022

Atentamente,

Handwritten signature of Hellen Carolina Ponguillo Malavé in black ink, written over a horizontal line. The signature is stylized and includes the name 'Hellen Ponguillo'.

**Hellen Carolina Ponguillo Malavé**  
**C.C:2450926361**



UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD  
CARRERA COMUNICACIÓN

**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC ARTÍCULO  
ACADÉMICO  
MODALIDAD TELETRABAJO**

La Libertad, 20 de enero de 2022

Magíster

BENJAMÍN WILSON LEON VALLE, MDL

**DIRECTOR DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN**

En su despacho. -

En calidad de tutora asignada por la carrera de Comunicación, informo a usted que: **PONGUILLO MALAVÈ HELLEN CAROLINA** con cédula de identidad N° **2450926361**, ha cumplido con los requisitos estipulados en el **Instructivo para la implementación de la Unidad de Integración Curricular – UIC**, debido al estado de excepción decretado por la emergencia sanitaria ocasionada por la pandemia de covid-19.

**Art 14.- Actividades académicas del docente tutor.** - El docente tutor realizará un acompañamiento a los estudiantes en el desarrollo del proyecto del trabajo de integración curricular en la plataforma Zoom, quién presentará el informe correspondiente de acuerdo con la planificación presentada por el Docente Guía.

Debo indicar, que: **PONGUILLO MALAVÈ HELLEN CAROLINA**, ha cumplido el Trabajo de Titulación en la UIC con el Artículo Académico: **LOS CONTENIDOS MULTIMEDIA COMO ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN EL DIARIO SUPER DE SANTA ELENA.**

Por lo ante expuesto, recomiendo se apruebe el Trabajo de Titulación; Artículo Académico.

Debo indicar que es de exclusiva responsabilidad del estudiante, cumplir con las sugerencias realizadas durante el proceso de revisión.

Para los fines académicos pertinentes, es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

Atentamente,

Lic. Gabriela Lourdes Vélez Bermello, Mg.

**DOCENTE TUTOR**

**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**



**LILIAN  
SUSANA  
MOLINA  
BENAVIDES**

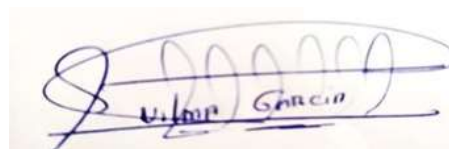
Digitalizado by Lilian Susana  
Molina Benavides  
DR. LILIAN SUSANA MOLINA  
BENAVIDES  
SERIE NUMERADO 01 (00) DEL  
COMITÉ DE CERTIFICACIÓN DE  
INFORMACIÓN, INVESTIGATIVA SA  
I. OAC

---

Lcdo. Benjamín Wilson León Valle, Mgtr.  
**DIRECTOR CARRERA DE  
COMUNICACIÓN**

---

Lcda. Lilian Molina Benavides, PhD.  
**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA  
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



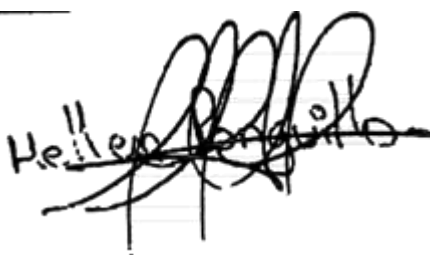
---

Lcda. Vélez Bermello Gabriela Lourdes,  
Mgtr.  
**DOCENTE TUTORA DE LA CARRERA  
DE COMUNICACIÓN**

---

Lcda. García González Vilma Maribel,  
Mgtr.  
**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA  
DE COMUNICACIÓN**

---



---

Hellen Carolina Ponguillo Malavé  
**ESTUDIANTE**

**Los contenidos multimedia como estrategias de comunicación en el Diario Super de  
Santa Elena**

*Multimedia contents as communication strategies in the Newspaper Super of Santa  
Elena*

Hellen Carolina Ponguillo Malavé <https://orcid.org/0000-0002-9314-354X>

Universidad Estatal Península de Santa  
Elena, Ecuador

[hellen.ponguillomalave@upse.edu.ec](mailto:hellen.ponguillomalave@upse.edu.ec)

Gabriela Lourdes Vélez Bermello <https://orcid.org/0000-0002-7414-8441>

Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ecuador  
[gvelezb@upse.edu.ec](mailto:gvelezb@upse.edu.ec)

## Resumen

Este artículo académico se enfoca de forma científica en el uso de contenidos multimedia como estrategias de comunicación de Diario Súper en la provincia de Santa Elena, estudio que no se ha realizado antes de manera local; este estudio tiene como objetivo general analizar los contenidos multimedia publicados y determinar cuáles son sus estrategias comunicacionales, el enfoque metodológico es de carácter cualitativo, que aporta profundidad, dispersión, riqueza explicativa, contextualización, detalle y experiencias únicas en contexto de los datos; la población considerada fue la *Fan page* de Diario Súper Peninsular, tomado como muestras las publicaciones realizadas en un lapso de 12 días, como técnica se utilizó la observación y aporte bibliográfico, el instrumento utilizado fue la ficha de observación. Como resultado se tiene que el uso de contenido multimedia es decir la integración de datos, texto, imágenes y sonido en la *Fan Page* de Diario Súper Peninsular programadas para determinar un mensaje principal son las fotografías, además de acompañar las publicaciones con hipertextos haciendo de esto una estrategia comunicacional ya que se posiciona el mensaje ante los usuarios. En conclusión, se determina que los contenidos multimedia utilizados son adecuados y una estrategia comunicacional más interactiva y participativa.

**Palabras clave:** Contenidos multimedia, estrategias comunicacionales, *Fan Page*, usuarios, *Facebook*

## Abstract

*This academic article focuses scientifically on the use of multimedia content as communication strategies of newspaper Super in the province of Santa Elena, a study that has not been done before locally; the general objective of this study is to analyze the multimedia content published and determine what their communication strategies are, the methodological approach is qualitative, which provides depth, dispersion, explanatory richness, contextualization, detail and unique experiences in the context of the data; The population considered was the Fan page of newspaper Super Peninsular, taken as samples the publications made in a period of 12 days, as a technique observation and bibliographic contribution were used, the instrument used was the observation sheet. As a result, the use of multimedia content, that is, the integration of data, text, images and sound in the Fan Page of newspaper Super Peninsular programming to determine a main message is the photographs, in addition to accompanying the publications with hypertexts, doing this a communication strategy since the message is positioned before the users. In conclusion, it is determined that the multimedia content used is adequate and a more interactive and participatory communication strategy. **keywords:** multimedia contents, communication strategies, Fan Page, users, Facebook.*

## Introducción

El modo en que llega la información ha cambiado con el tiempo, las redacciones de los medios impresos se ven afectadas debido a que las personas cada vez compran menos los periódicos llevando a que se trasladen a los medios digitales para mejorar sus ingresos económicos y no perder lectores. Para esto crean contenidos multimedia para llamar la atención de sus usuarios.

Chaquila (2019) en su investigación “Contenido multimedia del *Fan Page* de la marca Coca-Cola, marzo-junio, 2018”, tuvo como objetivo principal analizar la presentación del contenido multimedia de las publicaciones en la fan page de la marca Coca-Cola durante en el periodo abril, mayo y junio de 2018. Para ello, se realizó en el paradigma cuantitativo, adoptando el método descriptivo, donde se aplicó fichas de observación como instrumento de recolección de datos, la muestra estuvo conformada de 25 publicaciones. Se concluyó que en las formas del contenido multimedia priman las campañas publicitarias como contenido multimedia publicitario; en los tipos, el pie de foto, el texto y las imágenes dinámicas; y en la clasificación de contenido multimedia, la hipermedia prima, como multimedia informativo.

Medina (2018) en su estudio denominado “Análisis de contenidos multimedia de las páginas Webs de Imbabura”, tuvo como objetivo analizar los contenidos multimedia en los medios digitales de Imbabura y Carchi, donde se desarrolló el método analítico con técnicas de análisis de contenido, además, emplearon tres tipos de instrumentos: fichas, cuestionarios y entrevistas. Como resultado de la investigación dio a conocer tres aspectos centrales: el primer aspecto especifica el uso y utilidad de la técnica de análisis de contenido aplicada, las entrevistas realizadas y la observación confrontada en las fichas de recogida de datos. El segundo aspecto, evidencia los datos de forma descriptiva, objetiva, sistemática y cuantitativa de la información en el cronograma establecido para el trabajo de campo durante un tiempo establecido para desarrollar las técnicas de corte mayormente cualitativo. El tercer aspecto determina el contenido latente y la apariencia del mensaje de los medios para revelar aún más los resultados y extraer la mayor cantidad de información de los datos obtenidos.

Cambridge International Dictionary afirma que multimedia es el uso de una combinación de imágenes estáticas y móviles, sonido, música y palabras, especialmente en ordenadores o entretenimiento como se citó en Salaverria (2001)

Las variables de estudio se centran en el uso de contenido multimedia en la *Fan Page* la misma que depende de las estrategias comunicacionales a través de la intervención de Diario Súper de la provincia de Santa Elena

Es necesario profundizar que son contenidos multimedia y cómo estos son utilizados como estrategias de comunicación las mismas que promueven en la elaboración y publicación de diferentes contenidos como fotografía, infografía, audio y video. La importancia de esta investigación es determinar cuáles de los contenidos multimedia son utilizados como estrategias de comunicación en Diario Súper de Santa Elena.

Esta investigación tiene como propósito analizar los distintos contenidos multimedia publicados en la *Fan Page* y qué estrategia comunicacional utiliza, por otro lado, este estudio tiene como beneficiarios a los medios de comunicación especialmente a Diario Súper de Santa Elena.

Esta investigación contribuye mediante la construcción de fichas de observación como modelo de instrumento de análisis aplicable en los contenidos de la página de Facebook (*Fan Page*) de medio antes mencionado. La relevancia de este estudio es que da a conocer que son los contenidos multimedia, además, permite explicar las estrategias comunicacionales en cada publicación realizada en la *Fan Page*.

Es así como esta investigación tiene como objetivo analizar los contenidos multimedia como estrategia comunicacional del Diario Súper de Santa Elena, así mismo se pretende examinar el uso correcto de los contenidos multimedia en su *Fan Page*; además de implementar el uso de contenido multimedia para captar la atención del público, a través del análisis de su contenido.

Según Diario El Universo (2021) Diario Súper fue creado en el año 2004 con la premisa de informar y entretener a lectores de sectores populares, pero además con la misión de darle la mano para que mejore su estándar de vida, además circula con sus ediciones de Sierra en Quito, Costa en la Península de Santa Elena y Oriente.

Según Gil (2002) las Tecnologías de la Información y la Comunicación (*TIC'S*) son un conjunto de aplicaciones, sistemas, herramientas, técnicas y metodologías relacionadas con la digitalización de señales analógicas, audio, texto e imágenes, que se pueden gestionar en tiempo real. Por su parte, Ochoa y Cordero (2002) establecen que se trata de un conjunto de procesos y productos derivados de nuevas herramientas (hardware y software), medios y canales de



comunicación, asociados al almacenamiento, procesamiento y transmisión de información digital.

**Variable independiente:** contenidos multimedia

**Variable dependiente:** estrategias comunicacionales

**Variable interviniente:** Diario Súper de Santa Elena

Para evidenciar el estudio de este caso, se escogió a Diario Super, en el cual se analizará por un lapso de 12 días los contenidos multimedia que se publican en la *Fan Page*.

### 1.1 Contenido multimedia

Para Lamarca (2015) el concepto de multimedia es tan antiguo como la comunicación humana, ya que al expresarnos en una charla normal hablamos (sonido), escribimos (texto), observamos a nuestro interlocutor (video) y accionamos con gestos y movimientos de las manos (animación). Con el auge de las aplicaciones multimedia para computador este vocablo entró a formar parte del lenguaje habitual. Mientras Antonio Bartolomé afirma que los sistemas Multimedia, en el sentido que hoy se da al término, son básicamente sistemas interactivos con múltiples códigos como se citó en Cabrero (1994)

Por otro lado, Ramos y Ortega (2017) afirman que:

La combinación de audio, video y texto en un mismo producto informativo significa que el periodismo encontrará una nueva ventana en las narrativas audiovisuales para informar de manera rápida y eficiente y así llegar a una audiencia severamente desconectada del área de prensa, como los jóvenes. Todos los estudios de consumo muestran que el contenido comunicativo más importante ya no es el texto sino el audiovisual en el contexto del doble escenario móvil-audiovisual que es la columna vertebral de la industria mediática contemporánea (pp. 704-718)

De acuerdo con Gonzales y Ortells (2012) los contenidos multimedia siempre han estado presentes en los cibermedios. Sin embargo, en los últimos años su presencia ha dominado los portales de noticias.

Según la Asociación de medios de información et al. (2017) las fotografías, claramente subsidiarias del texto, se mantienen, pero cada vez es más común encontrar instantáneas

con valor periodístico propio y una mayor variedad de recursos multimedia: galerías de fotos, videos individuales o en formación, fragmentos de audio e infografías, que permite una mejor información, por otro lado, el auge de internet y las redes sociales ha propiciado un cambio en los hábitos de los usuarios a la hora de consumir y leer noticias.

Por lo tanto, se entiende por contenido multimedia son los mensajes enviados al público objetivo que están compuestos por texto, sonido y animación.

## **1.2 Estrategias comunicacionales**

Las estrategias desde el punto de vista de la planificación, constituyen cursos de acción para el logro de objetivos propuestos, aunque éstas puedan surgir de manera emergente antes circunstancias imprevistas. Garrido (2004) señala la variación de las estrategias según las necesidades de las distintas épocas, realidades sociales, mercados y empresas, destacando su aplicabilidad en la búsqueda de ventajas sostenibles a largo plazo y su orientación hacia la definición de posibilidades de rentabilidad económica y social propuesta.

Por otra parte, Carrillo (2014) señala que al desarrollar la estrategia se debe considerar el público a quien va dirigida, puesto que algunos componentes específicos pueden ameritar adaptación a determinados grupos o individuos.

## **1.3 TIC'S**

Dentro de las *TIC'S* existen múltiples instrumentos que cumplen estas características como la televisión, el teléfono y la radio, pero las computadoras u ordenadores personales nos permiten el uso de distintas aplicaciones informáticas, como editores de texto, multimedia y de vídeo, y sobre todo redes de comunicación como Internet (Belloch, 2012)

Cobo (2009) afirma que:

Las *TIC'S* se definen generalmente como innovaciones en microelectrónica, tecnología de la información (hardware y software), telecomunicaciones y optoelectrónica, microprocesadores, semiconductores y fibras ópticas que permiten el procesamiento y acumulación de grandes cantidades de información, así como la difusión de información a través de redes de comunicación.

La interconexión de estos dispositivos electrónicos, que les permite comunicarse entre sí, crea un sistema de información en red basado en un protocolo común., y en particular, el uso de computadoras y programas que le permiten crear, modificar, almacenar, proteger y recuperar esta información (pp. 305)

### **Materiales y métodos**

El eje de la investigación está amparado de acuerdo a la línea general número dos, medios de comunicación, cuya sub-línea está direccionada a medios impresos y la utilización de las *TIC'S* al desarrollo social. Estos ejes nacen de la Carrera de Comunicación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE).

La base metodológica de este estudio se centra en una revisión de los métodos especificados en la metodología de investigación, con el fin de seleccionar el método más factible para el desarrollo de este estudio. En este contexto, este trabajo se basa en un modelo cualitativo, que aporta profundidad, dispersión, riqueza explicativa, contextualización, detalle y experiencias únicas en contexto de los datos Sampieri et al. (2014).

El método utilizado en este estudio es inductivo debido a que es importante porque ayuda a construir hipótesis, investigar leyes científicas y resultados. Según Martínez (1997) el razonamiento inductivo es una relación de juicios que "va de lo particular a lo general. En la inferencia inductiva se parte de juicios particulares para dar un salto y concluir con un juicio universal.

El diseño de la investigación es empírico donde se diseñan métodos de recolección de datos y herramientas de implementación, y se realiza un análisis cualitativo efectivo para identificar herramientas que sean compatibles con el estudio y así brindar información confiable.

Finalmente, se plantearon herramientas para recolectar información como fichas de observación y análisis bibliográfico para lograr los objetivos trazados en el marco de este estudio.

El caso de estudio fue elegido por que Diario Súper es uno de los medios de comunicación con más acogida dentro de la provincia de Santa Elena según Vera (2007) y con una *Fan Page* en la cual publica contenido multimedia diario.

Por tanto, Okuda Benavides & Gómez Restrepo (2005) dicen que el método de recogida de datos basado en la aplicación de la triangulación de datos permite comparar resultados. Este triángulo consiste en examinar y comparar información obtenida en diferentes momentos de diferentes formas.

En este caso de estudio se tiene como población a Diario Super Peninsular que se enfoca a la parte digital en su cuenta de Facebook.

Se utilizará como muestras los diferentes tipos de contenido multimedia, publicados en la *Fan Page* de dicho medio. Esto impacta a la población debido a que, en su página de Facebook cuenta con al redor de 162.191 usuarios.

Los instrumentos utilizados para esta investigación y la recolección de información que sustenta este trabajo fueron dos: el primer instrumento de investigación fue una revisión y contrastación bibliográfica, siendo esta la parte fundamental que nos permite correlacionar las estrategias de comunicación con los contenidos multimedia, las diferentes consultas bibliográficas a expertos sirven para tener una percepción clara y amplia con el caso de estudio. Y el segundo instrumento es la ficha de observación directa sistematizada que es aplicada en la fan page de Diario Súper Peninsular que se desarrolló en un lapso de 12 días.

Para obtener los resultados, se utiliza inicialmente la búsqueda bibliográfica, que permite construir una base teórica sobre el tema de investigación, a través de consultas en archivos, bibliotecas virtuales, revistas académicas, para esto se utiliza una ficha elaborada por Suarez Roca (2021)

Para el análisis de sus contenidos en la *Fan Page* de dicho medio se emplea una ficha de observación en un periodo establecido que va desde el 8 al 20 noviembre del 2021, donde se determinará que tipo de contenido multimedia usa al momento que publicar. Las fichas de observación utilizadas como instrumento para la investigación fueron validadas por la Magister Paola Elizabeth Cortez Clavijo especialista en Investigación, Comunicación y Educación

### **Variables (matriz)**

			<b>OPERACIONALIZACIÓN</b>

Variable	Definición conceptual	Dimensión	Indicadores	Instrumentos
<b>Independiente Contenidos multimedia</b>	Una estrategia de comunicación permite establecer metas claras frente al análisis de problemáticas comunicacionales previamente concebidas en un proceso investigativo y que determinan metas y objetivos claros para dar soluciones concretas a lo establecido previamente	<b>Fotografía</b>	¿Qué tipo de contenido multimedia utiliza Diario Super en sus publicaciones?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ficha de observación</li> <li>• Análisis bibliográfico</li> </ul>
		<b>Infografía</b>		
		<b>Audio</b>		
		<b>Video</b>		

	estrategia se			
--	---------------	--	--	--

<b>Dependiente Estrategias comunicacionales</b>	define como un plan o pauta que integra los objetivos, las políticas y la secuencia de acciones principales de una organización en un todo coherente”. Lo anterior, manifiesta que la estrategia determina el análisis situacional en que se presentan las realidades que deben ser abordadas a través de acciones concretas y que den respuestas a las necesidades planteadas.	<b>Transmisiva</b>	¿Cuál es la estrategia comunicacional que usa al momento de publicar los contenidos multimedia?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ficha de observación</li> <li>• Análisis bibliográfico</li> </ul>
		<b>Participativa</b>		

### Aspectos éticos

La presente investigación se efectúa a través de los principios universales de investigación que rigen en las normas realizados por los distintos niveles de estudio y modalidad

Según la Universidad Tecnológica Intercontinental (s.f.) define los siguientes principios éticos para la investigación de la siguiente manera:

### **Principios éticos en relación con el investigador y los participantes de su investigación**

- La confidencialidad y el mantenimiento del anonimato e intimidad
- La no coacción
- Protección contra daños
- Derecho a acceder a los resultados por parte de los que participaron en la investigación
- Comunicación

### **Principios éticos en relación con el investigador y los datos de su investigación**

- Transparencia y manejo inadecuado de datos
- Comunicación de los resultados
- Citación de fuentes: plagio y autoplagio
- Preservar los datos originales

## **Resultados**

### **Contrastación bibliográfica**

En este apartado se da a conocer los aportes realizador por autores bibliográficos para tener en claro como los contenidos multimedia son utilizados como estrategias de comunicación.

<b>Tabla 1: aporte bibliográfico</b>	
<b>Ítems a analizar</b>	<b>Aporte bibliográfico</b>
Contenido multimedia	Integración sin fisuras de datos, texto, imágenes de todo tipo y sonido en un único entorno digital de información (Feldman, 1994).
	Define como el uso de una combinación de imágenes estáticas y móviles, sonido, música y palabras, especialmente en ordenadores o entretenimiento. Cambridge International Dictionary (2000)

Estrategia comunicacional	Es una serie de acciones programadas y planificadas que se implementan a partir de ciertos intereses y necesidades, en un espacio de
	<p>interacción humana, en una gran variedad de tiempos. La estrategia lleva un principio de orden, de selección, de intervención sobre una situación establecida. Arellano (1998)</p> <p>Es la vía por la que se pretende posicionar determinado concepto comunicativo (mensaje principal) entre los distintos públicos. Se expresa en acciones específicas que definen una alternativa principal para conseguir el fin y otras alternativas secundarias o contingenciales en aras de lograr el mismo propósito. Martínez (2009)</p>

**Fuente: Elaboración Propia**

El investigador Feldman (1994) menciona que los contenidos multimedia son la integración perfecta de datos, texto, imágenes y sonido en un único entorno de información digital, por otro lado, Cambridge International Dictionary (2000) lo define como el uso de una combinación de imágenes estáticas y móviles, sonido, música y palabras, especialmente en ordenadores o entretenimiento.

Las estrategias comunicacionales son uno de los factores analizados en la investigación por tal motivo Arellano (1998) afirma que son una serie de acciones programadas y planificadas que se llevan a cabo según determinados intereses y necesidades, en el espacio de la interacción humana, en momentos completamente distintos. La estrategia sostiene el principio de orden, elección e intervención en una situación establecida, mientras que Martínez (2009) es la vía por la que se pretende posicionar determinado concepto comunicativo (mensaje principal) entre los distintos públicos. Se expresa en acciones específicas que definen una alternativa principal para conseguir el fin y otras alternativas secundarias o contingenciales en aras de lograr el mismo propósito.

### **Ficha de observación**



<b>Tabla 1: Contenidos multimedia publicados en la fan page de Diario Super Peninsular (Santa Elena)</b>					
<b>Fecha</b>	<b>Contenido multimedia</b>				<b>Observación</b>
	<b>Fotografía</b>	<b>Audio</b>	<b>Video</b>	<b>Infografías</b>	
<b>12/11/2021</b>	<b>X</b>				Fotografías poco poca interacción por parte de los usuarios
<b>13/11/2021</b>			<b>X</b>		Videos y trasmisiones en directo con mayor interacción y compartidas por parte de los usuarios
<b>14/11/2021</b>	<b>X</b>				Fotografías con una breve descripción en ellas es lo que más utilizan al momento de publicar
<b>15/11/2021</b>	<b>X</b>		<b>X</b>		Uno de los video publicados no es elaborado por el medio digital, comparte noticias de otras redes sociales, utiliza y comparte noticias de diario El Universo además de utilizar hipertextos
<b>16/11/2021</b>	<b>X</b>		<b>X</b>		Utiliza videos no elaborado por ellos además de fotografía por diario El Universo, hipervínculos directos a noticias de Diario antes mencionado
<b>17/11/2021</b>	<b>X</b>				Utiliza tres fotografías todas ellas cortesía de diario el Universo con hipertextos a su sitio web
<b>18/11/2021</b>	<b>X</b>				Pocas de sus fotografías son realiza por el medio de comunicación
<b>19/11/2021</b>	<b>X</b>				En su mayoría las fotografías utilizadas pertenecen a diario El Universo
<b>20/11/2021</b>	<b>X</b>				Fotografías utilizadas no son realizadas por el medio de comunicación

Fuente: elaboración propia

A partir de lo observado, se determinó que la variable independiente se emplea de la siguiente manera el contenido multimedia que más uso tiene en la *Fan Page* es la fotografía, seguido de los videos estos son pregrabados o por transmisión en vivo, se muestra un trabajo bien elaborado, de buena calidad, con mensajes claros e imágenes nítidas, el léxico utilizado es coloquial y es entendible para los seguidores.

En su mayoría las fotografías que utiliza en las diferentes publicaciones son de Diario El Universo debido a que Diario Súper pertenece como tal al diario antes mencionado, en otra ficha de observación se analizó que los contenidos publicados cumplen con calidad del entorno audiovisual, calidad en los contenidos, interacción entre los usuarios y la publicación con contenidos multimedia, posee hipertextos cuyo objetivo principal es enganchar a los seguidores con una información más completa en una página web confiable.

Por ejemplo, en la mayoría de las publicaciones muestran imágenes que acompañan con un texto que relata o especifica la idea general del contenido, además con un enlace en el que invitan a los seguidores a ver la noticia más detalla. Así están utilizando una buena estrategia para poder enlazar o conectar al usuario a otras plataformas que contienen el mismo contenido en forma más completa.

El uso de contenido multimedia es decir la integración de datos, texto, imágenes y sonido en la *Fan Page* de Diario Súper Peninsular programadas para determinar un mensaje principal son las fotografías debido a que se publican de dos a tres por día, seguido de videos en directo o pregrabados para que los usuarios tengan una mejor interacción con las publicaciones. Además de contar con hipertextos que ayudan a tener una información más detallada para los usuarios, estos se redireccionan al sitio web de Diario El Universo haciendo que los usuarios confíen en las publicaciones observadas.

## **Discusión**

Según los resultados obtenidos mediante la ficha de observación, se encontró que las características del contenido multimedia y estrategias comunicacionales estuvieron presentes en las publicaciones del *Fan page* de Diario Súper Peninsular (Santa Elena), en el periodo del 12 al 20 de noviembre del 2021. Estas complementaron el mensaje que se deseaba emitir, ya que ofrece una información más detallada y completa sobre el tema específico.

Cuando hablamos de contenido multimedia tenemos a Lamarca (2015) que dice multimedia es tan antiguo como la comunicación humana, ya que al expresarnos en una charla normal hablamos (sonido), escribimos (texto), observamos a nuestro interlocutor (video) y accionamos con gestos y movimientos de las manos (animación). Con el auge de las aplicaciones multimedia

para computador este vocablo entró a formar parte del lenguaje habitual, mientras que Feldman (1994) menciona que los contenidos multimedia son la integración perfecta de datos, texto, imágenes y sonido en un único entorno de información digital, aquí hay una similitud llegando a un mismo concepto que se interpreta de la siguiente manera los contenidos multimedia son la interacción de audios, videos, fotografías e infografías para dar a conocer una información a los usuarios.

De acuerdo a lo que dice Carrillo (2014) respecto a las estrategias comunicacionales en el primer ítem sobre saber a dónde se quiere llegar en relación a los resultados se evidencia que hay un objetivo planteado, al desarrollar la estrategia, se debe considerar el público a quien va dirigida, puesto que algunos componentes específicos pueden ameritar adaptación a determinados grupos o individuos.

Por otro lado, Martínez (2009) dice que: es la vía por la que se pretende posicionar determinado concepto comunicativo (mensaje principal) entre los distintos públicos. Se expresa en acciones específicas que definen una alternativa principal para conseguir el fin y otras alternativas secundarias o contingenciales en aras de lograr el mismo propósito, es aquí que existe una diferencia en los conceptos de estrategias comunicacionales.

Cabe mencionar que ante lo investigado se puede deducir que un trabajo de investigación como este no puede considerarse como terminado, debido a la evolución del objeto de estudio con la aparición constante de nuevas tendencias sobre fotografía, audio, video e infografías, aun existiendo muchas más características de esta índole que no fueron empleadas en esta investigación, así como también la idea de variar el enfoque formal por otro, necesitan de una continua actualización y, por ende, una reformulación metodológica cada vez que lo requiera.

## **Conclusión**

En esta investigación se buscó analizar el contenido multimedia del *Fan Page* de Diario Súper Peninsular (Santa Elena), y luego de conocer los resultados hechos a través de las fichas de observación y aportes bibliográficos, se llegó a las siguientes conclusiones:

- El análisis realizado en esta investigación, con el uso de una ficha de observación, da como primera conclusión que, el contenido multimedia usado en el *Fan Page* es el más adecuado para su público objetivo, debido a que en sus publicaciones se emplea

contenido multimedia, permitiendo formar algo más completo para los usuarios con una combinación de textos, fotografías y videos, además, se tiene que el texto que acompaña el contenido publicado en la *Fan Page* juega un rol importante ya que es lo que refuerza la idea de la publicación.

En este análisis podemos destacar la importante presencia de los enlaces que cuyo objetivo principal es enganchar a los seguidores con una información más completa en una página web. Por ejemplo, en la mayoría de las publicaciones analizadas se publica una fotografía acompañada de un texto que relata o especifica la idea general del contenido.

- Como segunda conclusión se tiene que al usar enlaces o hipertextos resulta como estrategia comunicacional más interactiva y participativa, obteniendo muy buenos resultados que generan la fidelidad en los usuarios, con este tipo de publicaciones se ha demostrado que estos llegan a tener aceptación por parte de los seguidores, y mediante este tipo de contenido se logra captar fácilmente el mensaje.

## **Recomendaciones**

En la presente investigación, tras analizar el contenido multimedia que se utiliza como estrategia comunicacional del Diario Súper Peninsular (Santa Elena) se dan las siguientes recomendaciones:

- Se recomienda a futuras investigaciones ahondar en el tema de estrategias utilizadas en los Fan Page para poder alcanzar su objetivo de marca u empresa, puesto que hay un excelente material a disposición que puede servir tanto en estudios a profesionales especializados en redes sociales como a comunista managers, medios escritos, comunicadores, periodistas digitales, medios digitales, instituciones, entre otros.
- Se recomienda aumentar el número publicaciones con contenido multimedia propio de Diario Súper Peninsular, además de generar infografías como parte de los contenidos multimedia publicados lo cual hará que el usuario comprenda la información mucho más rápido y de manera sistematizada.
- Se recomienda continuar con las diferentes publicaciones ya generadas que se ha demostrado en el análisis de la presente investigación que estos llegan a tener

aceptación por parte de los seguidores, y mediante este tipo de contenido se logra captar fácilmente el mensaje

## **Agradecimiento**

Agradezco a Dios por haberme dado la fuerza suficiente para cumplir con esta meta y culminar la etapa universitaria, por permitirme seguir adelante a pesar de los diversos obstáculos presentados a lo largo del camino, agradezco a mi madre por ser mi pilar fundamental, por los consejos dados, porque a pesar de tenerla lejos nunca me abandono, por sacarme adelante como una luchadora, por celebrar mis triunfos con gran orgullo y dándome consejos en mis errores. Agradezco a mi abuelo ese hombre que me vio crecer, pero por cosas de la vida no lo tengo a mi lado, quien tuvo fe en mi hasta el último día de su vida, a mi abuela y demás familiares que porque gracias a ellos estoy donde estoy.

Mis más sinceros agradecimientos a la Magister, Lic. Gabriela Lourdes Vélez Bermello, tutora de titulación quien estuvo desde el primer instante aportando con sus conocimientos y orientación hacia mi persona para llevar a cabo este artículo académico.

## **Bibliografía**

- AMI. (31 de octubre de 2017). *la informacion de la era digital*. Obtenido de el periodista como principal creador de contenidos. Asociación de Medios de Información: <https://www.ami.info/periodista-principal-creador-de-contenidos.html>
- Arellano, E. C. (1998). *La Estrategia de Comunicación Como un Principio de Integración/Interacción Dentro de las Organizaciones*. *Razon y Palabre* .
- Belloch, C. (2012). *Las Tecnologías de la Información y Comunicación en el aprendizaje* . Obtenido de Departamento de Métodos de Investigación: <https://www.uv.es/bellohc/pedagogia/EVA1.pdf>
- Bialik, K., & Matsa, K. (4 de octubre de 2017). *Key trends in social and digital news media*. Obtenido de Pew Research Center.: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/10/04/key-trends-in-social-and-digital-news-media/> Cabero,
- J. (1994). *Nuevas tecnologías, comunicación y educación*.
- Cambridge, I. D. (2000). *Cambridge International Dictionary*. Obtenido de Cambridge International Dictionary: [http://dictionary.cambridge.org/define.asp?key=multimedia\\*1%2B0](http://dictionary.cambridge.org/define.asp?key=multimedia*1%2B0).

- Carrillo, V. (2014). La comunicación estratégica y sus profesionales . *mediterrane de cominicación* , 33-46.
- Chaquila, S. (2019). *Contenido multimedia del fanpage de la marca Coca-Cola, marzo-junio, 2018*. Universidad Nacional de Piura. Obtenido de <http://repositorio.unp.edu.pe/handle/UNP/1816>
- Cobo, J. C. (2009). El concepto de tecnologías de la información. Benchmarking sobre las definiciones de las TIC en la sociedad del conocimiento. *Revista de estudios de comunicación* , 295-318.
- Garrido, F. (2004). *Comunicación estratégica: las claves de la comunicación empresarial en el siglo XXI*. Barcelona, España: Ediciones Gestión 2000.
- Gil, E. (2002). <http://www.voc.edu/web/esplart/gil0902/htm>. R. Obtenido de <http://www.voc.edu/web/esplart/gil0902/htm>. R: <http://www.voc.edu/web/esplart/gil0902/htm>. R
- González-Molina, S., & Ortells-Badenes, S. (2012). La polivalencia periodística de los profesionales en las redes sociales. *ESMP*, 18, 455-463. Obtenido de <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/41000>
- Lamarca, M. J. (2015). *"Hipertexto: El nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen"*. Obtenido de "hipertexto.info. 2013. : <http://www.hipertexto.info/documentos/indice.htm#3>
- Martinez, F. (1997). *DIVISION DE ESTUDIOS DE POSTGRADO*. Obtenido de <http://eprints.uanl.mx/5599/1/1080071376.PDF>
- Martínez, Y., Romero, F., & Alonso, L. (2009). *Hablemos de comunicación*. La Habana: Ediciones Logos.
- Medina, J. (Enero de 2018). *Análisis de contenidos multimedia de las páginas webs de Imbabura*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra. Obtenido de <https://dspace.pucesi.edu.ec/handle/11010/74>
- Ochoa, X., & Cordero, M. (2002). Obtenido de <http://www.ruv.itesm.mx/especiales/citela/documentos/material/módulos/módulos2/contenidoii.htm>.
- Okuda Benavides, M., & Gómez Restrepo, C. (2005). Métodos de triangulación Cualitativa: Triangulación . *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 34(1). <https://doi.org/0034-7450>
- Ramos-Méndez, D., & Ortega-Mohedano, F. (2017). “La revolución en los hábitos de consumo de vídeo en teléfonos inteligentes entre usuarios millenials, la encrucijada revela-da”. *Revista latina de comunicación social*, v. 72, 704-718. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1187>
- Salaverría, R. (2001). Aproximación al concepto de multimedia desde los planos comunicativos e instrumental. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*(7), 383-395. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/965/1/T-ULVR-0652.pdf>

- Sampieri, R., Torres, C., Collado, C., Lucio, P., & Valencia, S. (2014). *Metodología de la investigación*. Obtenido de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Suarez Roca, J. (2021). Verificación de los hechos: aplicación metodológica en el medio de comunicación El Bacán. *La Libertad*. UPSE, Matriz. Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud.
- Universo, D. E. (2021). *Diario Súper llegó para informar, divertir y premiar*. El Universo. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/patrocinado/diario-super-llego-para-informar-divertir-y-premiar/>
- Vera, V. (2007). *Diario Súper cumple 2 años de circulación*. El Universo. Obtenido de Diario Súper cumple 2 años de circulación
- VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA**. (s.f.). Obtenido de VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA: <https://www.utic.edu.py/investigacion/index.php/reglamentos/codigo-de-etica-de-investigacion-cientifica-y-tecnologica>