



FACULTAD DE COMUNICACIONES

Carrera de **COMUNICACIÓN Y PERIODISMO**

“ESTRATEGIAS DE INSTAGRAM EN EL MEDIO
DIGITAL FUTBRO, LIMA 2024”

Tesis para optar al título profesional de:
Licenciado en Comunicación y Periodismo

Autor:

Renato Jesus Becerra Stucchi

Asesor:

Lic. María Mamani Gómez

Código ORCID [0000-0001-7006-7671](https://orcid.org/0000-0001-7006-7671)

Lima - Perú

2024

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	WILLY SAAVEDRA VILLACREZ	
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	LUIS ALBERTO CHÁVEZ RAMOS	
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	MARIA ELENA MAMANI GOMEZ	
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

INFORME DE SIMILITUD



Página 2 of 96 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega: br-uid-173209321448

6% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Fuentes principales

- 5% Fuentes de Internet
- 1% Publicaciones
- 4% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitan distinguir lo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y lo revise.



Página 2 of 96 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega: br-uid-173209321448

DEDICATORIA

Dedicado a mí, por superar cada obstáculo que se atravesó en mi vida personal y académica para poder llegar hasta aquí, por cada amanecida y por cada lágrima.

Dedicado a mi madre, por formarme como persona y así poder afrontar las adversidades de la vida.

Dedicado a mi abuela, quien siempre fue como una madre para mí, por apoyarme en los momentos más difíciles y guiarme hacia el bien.

Y dedicado, principalmente, a mi abuelo, quien también fue como mi padre desde pequeño, por siempre aconsejarme lo mejor y estar presente cuando lo necesitaba.

Descansa en paz, papito.

AGRADECIMIENTO

A mis profesores, por formarme como profesional y enseñarme todo lo que sé.

A mi asesora, por guiarme en el proceso y ayudarme a realizar un buen proyecto.

Y a mi padre, por ayudarme a que este título sea posible, ya que gracias a él puedo
obtener este reconocimiento.

Tabla de contenido

DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDO	6
ÍNDICE DE FIGURAS	7
RESUMEN	9
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	18
CAPÍTULO III: RESULTADOS	22
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	33
REFERENCIAS	39
ANEXOS	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

Índice de figuras

Figura 1	21
Figura 2	22
Figura 3	22
Figura 4	23
Figura 5	23
Figura 6	24
Figura 7	24
Figura 8	25
Figura 9	25
Figura 10	26
Figura 11	26
Figura 12	27
Figura 13	27
Figura 14	28
Figura 15	29
Figura 16	29
Figura 17	30
Figura 18	30

Figura 19	31
Figura 20	32
Figura 21	32
Figura 22	33
Figura 23	33
Figura 24	34
Figura 25	34
Figura 26	35
Figura 27	36
Figura 28	36
Figura 29	37
Figura 30	37
Figura 31	38
Figura 32	38
Figura 33	39
Figura 34	40
Figura 35	40

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación se analizaron las estrategias de Instagram que pueden ser útiles para una mejor difusión de contenido en esta red social con el objetivo principal de establecer los tipos de estrategia que utiliza el medio digital Futbro en su cuenta de Instagram. La metodología empleada fue de tipo descriptiva, enfoque cualitativo y diseño experimental. Se obtuvo como conclusión que los tipos de estrategia que utiliza el medio digital Futbro en su cuenta de Instagram son los reels, los carruseles y los hashtags, con sus respectivos indicadores que desglosan el uso específico de estas estrategias. Los reels tuvieron poca presencia en las publicaciones analizadas, teniendo los sonidos como el indicador más utilizado, mientras que los carruseles se presentaron con menor frecuencia que las publicaciones con fotos únicas y los hashtags que más se usaron fueron los de ubicación.

PALABRAS CLAVES: Estrategias, Instagram, Reels, Carruseles, Hashtags, En vivo, Historias, Medio digital

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Olivares y Méndez (2022) aseguran que la pandemia de la COVID-19 sin dudas marcó un precedente para las redes sociales, ya que, en el transcurso de los tres primeros meses del 2020, en la etapa de cuarentena, muchas de estas expresaron su aumento en cuanto a usuarios a nivel mundial. De acuerdo con el informe elaborado por Meltwater en 2024, Instagram es la tercera red social más usada en el mundo, con una suma mayor a los 2000 millones de usuarios, es por ello que muchas empresas y medios de comunicación optan por esta plataforma para compartir contenidos mediante diferentes estrategias.

En ese sentido, Ramos (2020) afirma que Instagram es un canal con diversas estrategias para generar mayor visibilidad y aumentar el número de seguidores, como lo son las publicaciones de fotos, los enlaces redireccionados o los *hashtags*, de la mano de una buena construcción de imagen de marca y la retroalimentación constante con los usuarios.

Asimismo, Melwani et al. (2022) resaltan la relevancia de los *reels* para introducir un medio digital en tan solo minutos y hacerlo ver atractivo, ya que, en el mundo moderno actual, más de dos mil millones de personas interactúan con *reels* cada mes, siendo India el país con mayor uso de esta herramienta con 230.25 millones de usuarios seguido por Estados Unidos (159.75 millones) y Brasil (119.45 millones).

En adición a lo mencionado, un estudio de Semrush (2023) revela que los *reels* son el contenido con mayor impacto en Instagram, superando a los carruseles y las imágenes, ya

que es la estrategia que recibe más “Me gusta” y se guarda más veces en comparación a otro tipo de publicaciones.

Por otro lado, Kostygina et al. (2021) analizaron el uso de los *hashtags* en Instagram y afirmaron que estos son características de suma importancia en los algoritmos que las cuentas en Instagram usan para mostrar temas de tendencia y proveer publicaciones direccionadas a los intereses de los usuarios. Además de ello, Montaury (2019) menciona que el *hashtag* es utilizado como herramienta de marketing para atraer al público objetivo y comunicarse con él. Esta es una estrategia que se usa mucho por los grandes medios de comunicación y marcas que tienen presencia en Instagram, ya que la utilización de un *hashtag* en específico crea un vínculo más cercano con el público.

En cuanto a Latinoamérica, un informe de Lab Colombia (2023) revela que, en el año 2019, cuando Instagram incorporó los *reels* en su plataforma con una duración máxima de 15 segundos, su impacto representó solo el 10% de las métricas de interacción frente a un aplastante 90% por parte de los carruseles. Pese a esta gran diferencia, esta situación cambió al año siguiente cuando la duración de los *reels* fue extendida a 90 segundos y en 2023, los *reels* representaron un 58.9% de la suma total entre este formato y los carruseles.

Mientras que, en el plano nacional, el uso de Instagram cada vez aumenta más gracias a sus constantes actualizaciones y a la preferencia de los peruanos por los nuevos formatos, como las historias o los *reels*, como prueba de ello, Meltwater (2024) señala que el alcance publicitario potencial de Instagram en el Perú logró aumentar a 1.5 millones, lo que representa más del 17.6% entre el mes de enero de 2023 y enero de 2024, de acuerdo con la información detallada en los instrumentos de planteamiento de Meta. Asimismo, las publicaciones anuales incrementaron en el país por parte de los usuarios de Instagram, puesto

que se manifestó un aumento de 11.3 publicaciones en promedio a un 41.3, en el 2021 (Lab Colombia, 2022).

Antecedentes nacionales

Calle y Montoya (2022) realizaron una tesis titulada “Uso de Instagram como plataforma para la difusión de contenido periodístico: Caso ElBúho.Pe y Diario Ep. Arequipa - 2022”, la cual tuvo como objetivo general establecer si los medios digitales de Arequipa utilizan las redes sociales para difundir noticias. La metodología empleada fue de alcance descriptivo, diseño no experimental transversal descriptivo y de enfoque mixto. Se concluyó que, el uso de Instagram de ElBúho.pe y Diario EP como herramienta para difundir noticias no es el mejor, ya que no aprovechan todas las herramientas digitales que tienen a su alcance.

De otro lado, Pariona (2021) realizó una tesis titulada “Los Instagram reels como una nueva forma audiovisual de invitar espectadores a ver el programa Noche de Patas”, la cual tuvo como objetivo general realizar un análisis los medios audiovisuales en los Instagram reels, del programa Noche de Patas en la etapa de cuarentena y confirmar de qué manera influye en el alcance al público. La metodología empleada fue de tipo interpretativo y un diseño cualitativo, con la realización de entrevistas mediante una guía de entrevista. Se concluyó que lo reels de Instagram son de mucha importancia con la finalidad de captar la atención de los seguidores del programa Noche de Patas, por ello es vital tener conocimiento de las composiciones audiovisuales.

Antecedentes internacionales

Pérez (2019) realizó una tesis titulada “Instagram como herramienta de difusión de contenidos para un medio de tv: Directv Sports”, la cual tuvo como objetivo general

determinar una estrategia que guíe a los distintos medios de comunicación a posicionarse en Instagram. Dentro de la metodología, se aplicó un enfoque mixto mediante un *focus group* y una entrevista a profundidad. Según los resultados, DirecTv se posicionó muy bien en Instagram en cuanto a temas relacionados con el fútbol, sin embargo, no se visualiza mayor impulso para la generación a contenidos con diferente temática. Como conclusión, se obtuvo que las fotografías, los videos y las ilustraciones son estrategias que permiten la interacción constante y la información de eventos, es por ello que Instagram se considera como bidireccional de comunicación que sirve de mucha ayuda para los medios de comunicación.

Mientras que, Quilumba (2022) realizó un trabajo de investigación titulado “Instagram como herramienta de difusión de contenidos del medio Radio Salinas 103.3 FM”, el cual tuvo como objetivo general establecer qué tipo de contenidos se difunden en la cuenta de Instagram de Radio Salinas. La metodología empleada fue de enfoque cualitativo y de carácter básica no experimental. Los resultados evidenciaron que existen un uso muy vago de las herramientas como el “hashtag” y la geolocalización en sus contenidos, asimismo, la poca retroalimentación con su público a lo largo de los cuatro años de la presencia de Radio Salinas en Instagram. Se concluyó que los tipos de contenidos realizados por Radio Salinas son informativos, sociales, deportivos, políticos, institucionales, de opinión, de entretenimiento, publicitarios y culturales.

Estrategias digitales

La estrategia digital es considerada, por Levy (2022), como la evolución de la estrategia de negocios, puesto que consiste en la utilización de los recursos tecnológicos para crear valores en un organismo y optimizar su productividad, ya sea por medio de la generación de productos o servicios nuevos, o realizando una reestructuración de una marca con la finalidad de migar al mundo digital partiendo de distintas perspectivas. Del mismo

modo, la estrategia digital guía el camino que una organización va a tomar para desarrollar e innovar capacidades más novedosas que previamente no eran factibles de realizar. En ese sentido, se deben destacar las zonas de crecimiento como nuevas secciones para los usuarios, la generación de beneficios competitivos y los métodos que se usarán para conseguir estos cambios.

Las estrategias en redes sociales son de mucha relevancia para optimizar la presencia digital de una empresa, ya que al tener un modelo de enfoque estratégico y aprovechar todos los instrumentos y metodologías disponibles, se puede incrementar la visibilidad de una página de redes sociales, se pueden generar interacciones con el público y se puede producir mayor tráfico entre los usuarios, y así lograr una fidelización con la audiencia. Es importante también, llevar un monitoreo y evaluación constante de los resultados para tener una cuenta exitosa en redes sociales (Gianotti, 2023).

Los carruseles de Instagram, según Romero (2024), son una función que permite compartir más de una foto o video en una misma publicación. En comparación a las publicaciones con una sola imagen o video, con este método se pueden seleccionar hasta 10 de ellos y así los usuarios pueden deslizar de uno a otro como si de un carrusel se tratase. Esta estrategia es perfecta para el relatar un acontecimiento, mostrar diversos puntos de vista de un evento en específico o compartir ciertos servicios o productos, para ello es importante elegir la cantidad precisa de fotos dependiendo de la finalidad de publicación, así como la descripción al pie de cada carrusel para posteriormente medir el alcance de esta estrategia por medio de los “likes” y los comentarios.

Los *reels* son videos de entretenimiento e inmersión en los que se puede comunicar de manera creativa la historia de una marca, los usuarios pueden aprender de ciertas

temáticas en específico y pueden ser descubiertos por un público que esté interesado en el tipo de contenido que se difunda (Melwani et al., 2022).

En ese sentido, los *reels* son una herramienta moderna que llegó a Instagram en 2020 y permiten la creación de videos con la ayuda de diversos fragmentos audiovisuales a los que se añaden sonidos o canciones específicas en tendencia que sirvan para atraer al público, así como ciertos efectos en edición con el uso de otros instrumentos creativos, estos videos tienen una duración máxima de 60 segundos. Cuando los *reels* son publicados, estos se almacenan en nuevo *feed*, el cual se creó de forma exclusiva para ellos, incluso existe la opción de guardarlos en el *feed* principal, compartiendo espacio con las demás publicaciones que no necesariamente son videos (Doval y Sánchez, 2021).

Otra de las estrategias utilizadas en Instagram, son los *hashtags*, los cuales Later (2020) menciona que son palabras que preceden al símbolo # y se utilizan para resaltar el contenido de una imagen y así aumentar la visibilidad de la misma. Además, los *hashtags* son de gran ayuda para generar compromiso y fidelizar al público, ya que las publicaciones con al menos un *hashtag* consiguen mayor alcance en comparación a aquellas que no los utilizan.

Añadido a lo anterior, Imagine Hub (2023) explica los diferentes tipos de *hashtag* que se emplean en Instagram para categorizar los contenidos, estos se dividen en *hashtags* de marca, de interés de nicho, de temporada y de ubicación.

Por otro lado, Sprout Social (2020) indica que el correcto uso de los *hashtags* para una publicación es esencial, logrando aumentar de manera significativa la llegada al público. Por ello, recomienda la utilización de *hashtags* puntuales de la industria que la marca o el medio de comunicación pertenece o la creación de nuevos *hashtags* de marca que sean

representativos y únicos. En cuanto a este último tipo de *hashtag* mencionado, es importante lograr la participación constante de los usuarios con el objetivo de incrementar la visibilidad.

Así mismo, los en vivo forman parte de este grupo de estrategias de contenido utilizadas en esta plataforma, los cuales, según Instagram (2024), permiten compartir hechos que están siendo realizados al instante de manera que los usuarios pueden comunicar ciertas ideas de forma espontánea y en tiempo real, esto sirve para hacer videos con mayor autenticidad y así el público se identifique con dicho contenido. Además, Instagram notifica a los seguidores que se está realizando un en vivo para que ellos pueden unirse a la transmisión y cuando esta finalice, el video se guarda automáticamente en los archivos o también pueden ser guardados en la propia galería, o ser compartido a manera de *reel*. Es crucial, para esta estrategia en particular, detectar la cantidad de personas conectadas a la transmisión, tanto como los “likes” y los comentarios que estas puedan hacer a medida que el en vivo va transcurriendo, de esta manera se puede precisar la eficiencia de esta estrategia.

Finalmente, una de las estrategias más empleadas por las empresas o medios de comunicación en Instagram, son las historias, las cuales son videos que fueron creados por Instagram en 2016 como adaptación de Snapchat con una duración de 15 segundos como máximo y solo son mostradas por 24 horas en la cuenta del creador, asimismo, esta es la herramienta con mayor visualización en la plataforma, ya que atraen mucho tráfico de usuarios. Las historias en Instagram cuentan con ciertos indicadores esenciales para determinar su alcance, como lo son los *likes*, las reacciones, los comentarios y las comparticiones (Fondevila et al., 2020).

1.2. Formulación del problema

Pregunta general

¿Cómo son las estrategias de contenido que utiliza el medio digital Futbro en Instagram, Lima, 2024?

Preguntas específicas

¿De qué manera se manejan los *reels* en la cuenta de Instagram del medio digital Futbro, en Lima, 2024?

¿De qué manera se manejan los carruseles en la cuenta de Instagram del medio digital Futbro, en Lima, 2024?

¿De qué manera se manejan los *hashtags* en la cuenta de Instagram del medio digital Futbro, en Lima, 2024?

¿De qué manera se manejan los en vivo en la cuenta de Instagram del medio digital Futbro, en Lima, 2024?

¿De qué manera se manejan las historias en la cuenta de Instagram del medio digital Futbro, en Lima, 2024?

1.3. Objetivos

Objetivo general

Establecer los tipos de estrategia que utiliza el medio digital Futbro en su cuenta de Instagram

Objetivos específicos

Determinar las características de los *reels* utilizados en la cuenta de Instagram del medio digital Futbro

Determinar las características de los carruseles utilizados en la cuenta de Instagram del medio digital Futbro

Determinar las características de los *hashtags* utilizados en la cuenta de Instagram del medio digital Futbro

Determinar las características de los en vivo utilizados en la cuenta de Instagram del medio digital Futbro

Determinar las características de las historias utilizadas en la cuenta de Instagram del medio digital Futbro

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

2.1. Tipo

El presente trabajo de investigación será de tipo descriptivo, ya que se necesita considerablemente de conocimientos del área que será investigada para generar preguntas que buscarán ser respondidas (Sánchez et al., 2018). Asimismo, será cualitativa, ya que comprende el estudio de información no numérica en el que los datos se califican, se categorizan y se describen con el objetivo de conseguir una interpretación de estos (Hernández et al., 2014).

2.2. Población y muestra

La población del trabajo de investigación fueron 70 tipos publicaciones de Futbro en su cuenta de Instagram durante el periodo del 31 de agosto de 2024 al 31 de octubre de 2024, ya que fueron meses en los que difundieron más contenido gracias la repercusión mediática de la llegada de Paolo Guerrero a Alianza Lima, los partidos de Perú en las Eliminatorias al Mundial 2026 y el cierre de la temporada de la Liga 1.

Para la muestra, se escogieron 40 publicaciones de Futbro en su cuenta de Instagram durante el periodo del 31 de agosto de 2024 al 31 de octubre de 2024.

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

El instrumento que se empleará en el presente trabajo de investigación será la ficha de observación, la cual servirá para la recolección metódica de información observacional, lo que permite la documentación estructurada de las conductas, las interacciones y los sucesos esenciales de la variable de estudio (Díaz, 2021).

2.4. Procedimiento de recolección de datos

Se usará como técnica principal la observación, la cual es un procedimiento de recopilación de datos e información que consiste en utilizar los sentidos para observar hechos y realidades sociales presentes (Sánchez et al., 2018).

2.5. Análisis de datos

Luego de elaborar los instrumentos y de recopilar la información de cada instrumento, se procederá a desarrollar la técnica de codificación.

2.6. Aspectos éticos

Se asegura que toda información mencionada en el presente trabajo de investigación es cien por ciento certera y sin ningún tipo de plagio, únicamente se optó por el método de parafraseo, utilizando el formato correcto del APA 7.

Ficha de observación

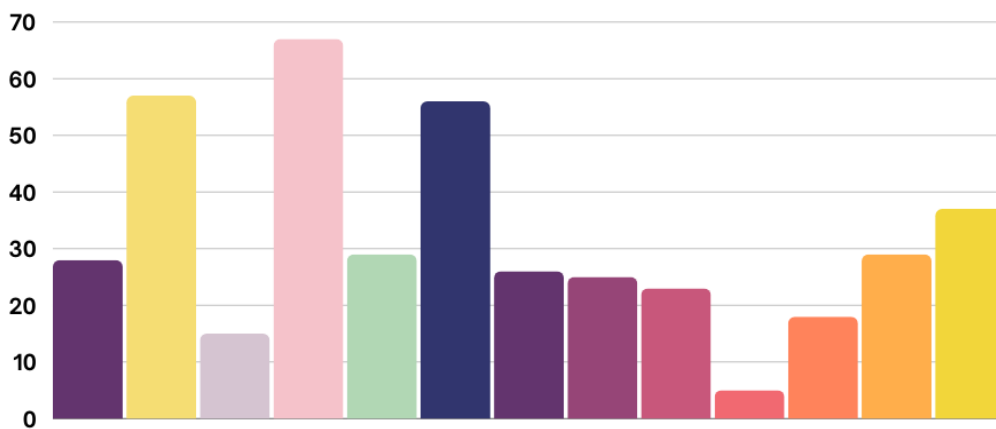
DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍAS	USO	OBSERVACIONES
Reels	Duración de video	15-30 seg.		
		30-60 seg.		
	Efectos de edición	-		
	Sonidos	Voz		
		Efectos de sonido		
		Canciones		
	Subtítulos	-		
Carruseles	Videos	-		
	Fotos			
	Descripción	-		
	Likes			
	Comentarios	-		
	Compartidos			
Hashtags	Hashtags de ubicación	-		
	Hashtags de temporada	-		
	Hashtags de interés de nicho	-		
	Hashtags de marca	-		
En vivo	Personas conectadas	-		
	Reacciones	-		
Historias	Likes	-		
	Compartidos	-		

Matriz de consistencia

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	DISEÑO METODOLÓGICO
ESTRATEGIAS DE INSTAGRAM EN EL MEDIO DIGITAL FUTBRO, LIMA 2024	Problema Principal	Objetivo Principal	Método
	¿Cómo son las estrategias de contenido que utiliza el medio digital Futbro en Instagram, Lima, 2024?	Establecer los tipos de estrategia que utiliza el medio digital Futbro en Instagram, Lima 2024	Tipo: Descriptiva. Enfoque: Cualitativo. Diseño de investigación: Experimental
	Problema Específico 1	Objetivo Específico 1	Técnicas de recolección de datos: Observación.
	¿De qué manera se manejan los reels?	Determinar las características de los reels	Instrumentos de recolección de datos: Ficha de observación.
	Problema Específico 2	Objetivo Específico 2	Población: 71 publicaciones de Futbro en su cuenta de Instagram durante el periodo del 30 de agosto de 2024 al 31 de octubre de 2024
	¿De qué manera se manejan los carruseles?	Determinar las características de los carruseles	Muestra: 40 publicaciones de Futbro
Problema Específico 3	Objetivo Específico 3		
¿De qué manera se manejan los hashtags?	Determinar las características de los hashtags		
Problema Específico 4	Objetivo Específico 4		
¿De qué manera se manejan los en vivo?	Determinar las características de los en vivo		
Problema Específico 5	Objetivo Específico 5		
¿De qué manera se manejan las historias?	Determinar las características de las historias		

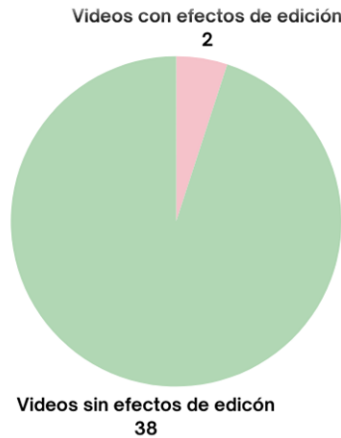
CAPÍTULO III: RESULTADOS

3.1. Resultados de la duración de video de las publicaciones de la cuenta de Instagram de Futbro



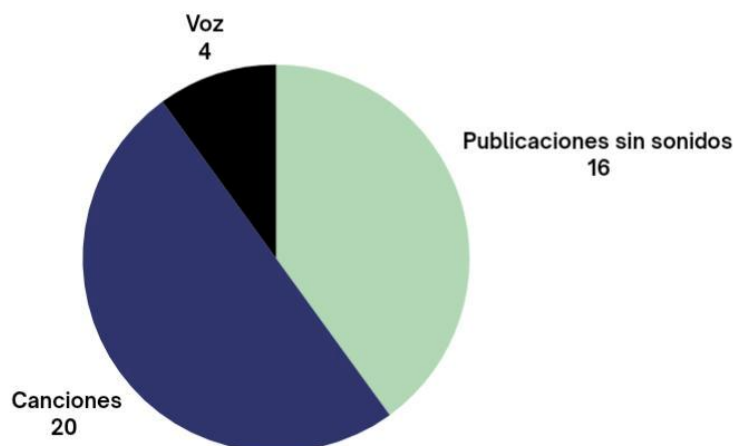
Luego del análisis realizado a las publicaciones con la ficha de observación, se obtuvo como resultado sobre la duración de los videos que 9 de ellos duran menos de 30 segundos, mientras que los 4 restantes tienen una duración mayor a los 30 segundos. Esto muestra una tendencia por los videos con menor duración, priorizando la puntualidad y la inmediatez en los videos compartidos por Futbro.

3.2. Resultados de los efectos de edición de las publicaciones de la cuenta de Instagram de Futbro



Con respecto a los efectos de edición, únicamente se encontraron 2 publicaciones que contenían esta característica. Los efectos de edición fueron aplicados a 2 videos, uno de ellos es una entrevista propia al exfutbolista Leao Butrón, mientras que el otro video es un extracto de la conferencia de prensa del futbolista de la selección peruana Luis Advíncula. En ambos videos se puede reconocer los mismos efectos utilizados, siendo estos un de "zoom in" al inicio de los videos como forma de presentación y un efecto de desvanecimiento para cerrar el video.

3.3. Resultados de los sonidos de las publicaciones de la cuenta de Instagram de Futbro

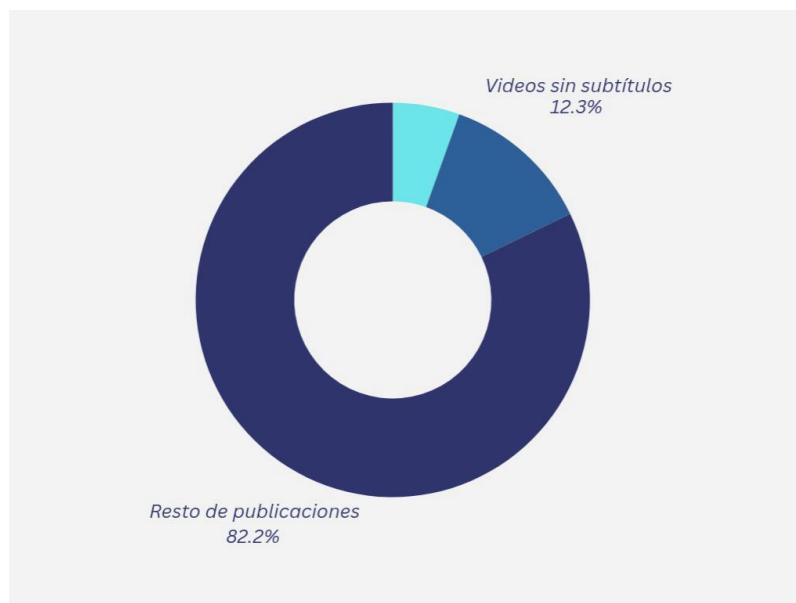


Los resultados con respecto a los sonidos arrojaron una tendencia abundante de las canciones en las publicaciones de Futbro, siendo esta la categoría más utilizada dentro del indicador sonidos. Se emplearon 20 canciones en distintas fotos y videos. Estas canciones fueron elegidas estratégicamente según la audiencia a la que iba dirigida cada publicación, por ello Futbro utilizó canciones en tendencia en esos momentos y barras representativas de los clubes peruanos de fútbol.

En segundo lugar, se encuentra la voz, una categoría que se utilizó en 4 videos, siendo entrevistas en su totalidad en las que se escuchan las voces de los propios entrevistadores de Futbro.

Finalmente, no se encontró presencia de efectos de sonido en ninguna de las 40 publicaciones analizadas.

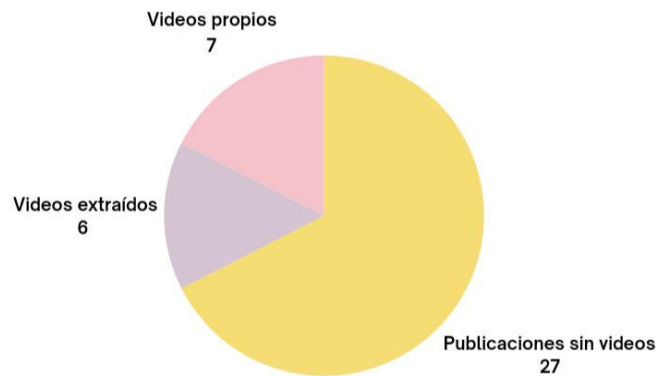
3.4. Resultados de subtítulos de las publicaciones de la cuenta de Instagram de Futbro



El análisis en cuanto a los subtítulos arrojó como resultado que solamente 3 publicaciones contienen esta característica dentro de ellas, siendo aplicada en videos de

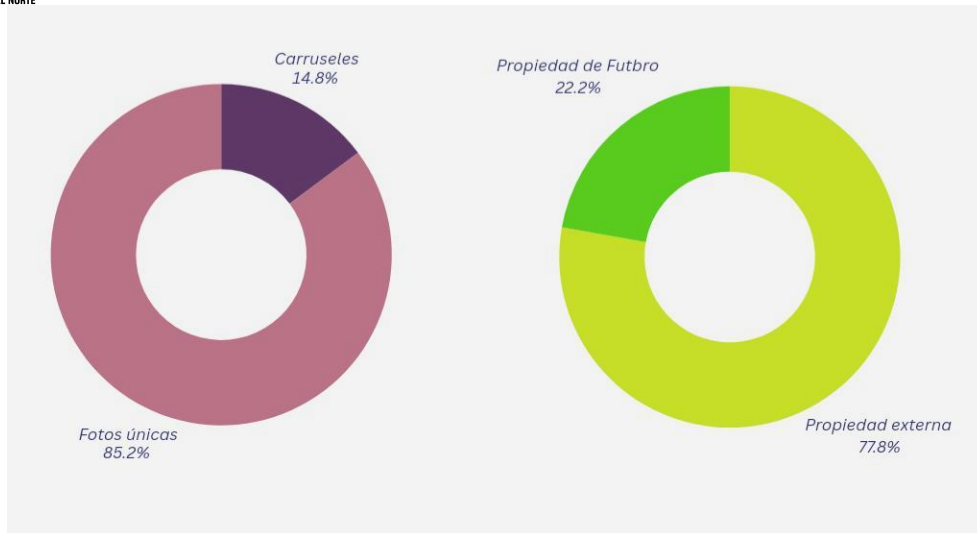
entrevistas a jugadores de fútbol y declaraciones de aficionados. Los subtítulos fueron implementados por Futbro con la finalidad de optimizar la comprensión del mensaje y facilitar el entendimiento visual.

3.5. Resultados de los videos en las publicaciones de la cuenta de Instagram de Futbro



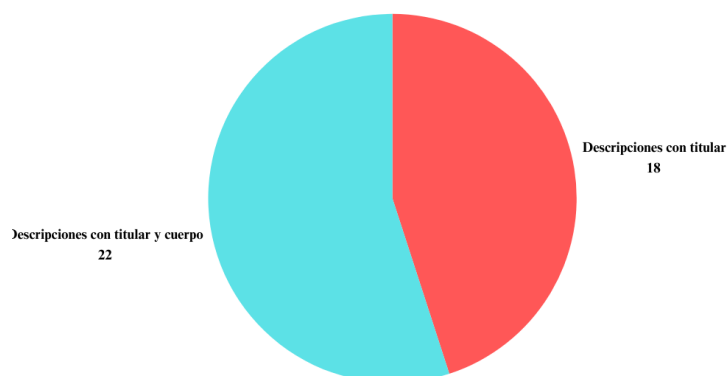
Después de analizar 40 de las publicaciones de Futbro en su cuenta de Instagram, se encontraron 13 videos, de los cuales 7 son de autoría del propio medio digital mientras que, los 6 videos restantes fueron extraídos de otros canales de televisión nacional como ATV y Gol Perú o medios digitales como Enfocados Podcast. Es decir, más de la mitad de los videos se grabaron por corresponsales y camarógrafos de Futbro.

3.6. Resultados de las fotos de las publicaciones de la cuenta de Instagram de Futbro



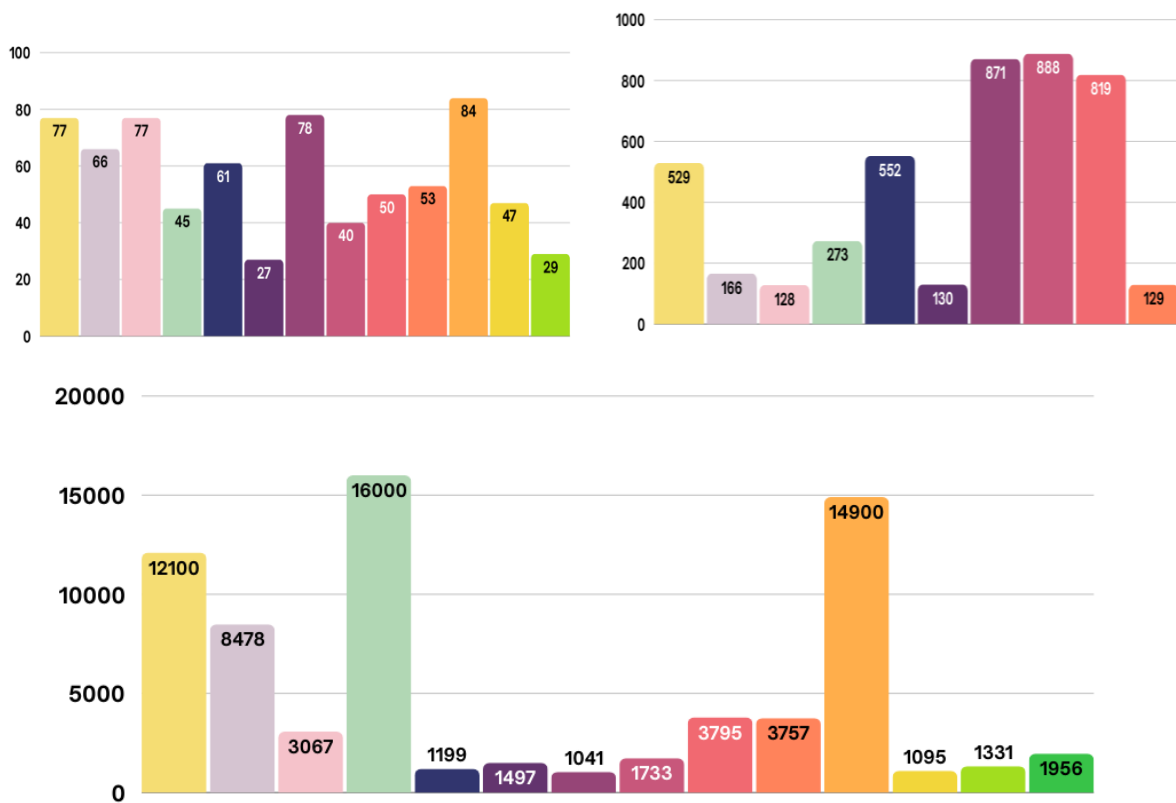
Dentro de las 40 publicaciones analizadas, 27 de ellas contenían fotos. De dicha cantidad, únicamente se encontraron 4 carruseles. Por otro lado, 23 publicaciones contenían solo una fotografía. Asimismo, se halló que 21 de las 27 publicaciones con fotos eran de propiedad externa a Futbro, sin embargo, solo una de ellas presentaba el crédito al autor de la foto, el que cual fue Enfocados, mientras que, 6 de las publicaciones contenían fotos capturadas por camarógrafos de Futbro, quienes eran mencionados en cada publicación haciendo reconocimiento de su labor.

3.7. Resultados de las descripciones de las publicaciones de la cuenta de Instagram de Futbro



Luego de analizar todas las descripciones, los resultados arrojan una similitud en todas y cada una de las 40 publicaciones. Estas poseen una descripción puntual y precisa con la presencia de titulares que resaltan la noticia y pequeños textos o párrafos que explican y detallan lo sucedido de manera rauda. Específicamente, 18 de las 40 publicaciones analizadas presentan únicamente frases a modo de titular sin ningún texto seguido de este. Mientras que, 22 publicaciones tienen un titular y uno a más párrafos que forman el cuerpo de la noticia.

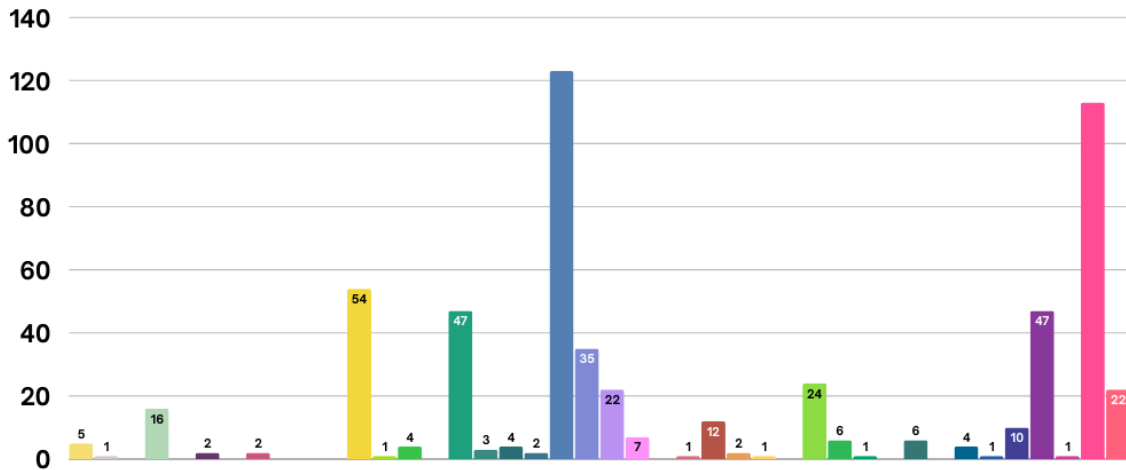
3.8. Resultados de los likes de las publicaciones de la cuenta de Instagram de Futbro



Luego del análisis de los likes de las 40 publicaciones de la cuenta de Instagram de Futbro, se precisó que los usuarios son muy constantes con los likes aportados en cada publicación, ya sean videos o fotografías. La publicación con más éxito tuvo más de 16,00 likes, superando ampliamente a la publicación con menos likes (27).

3.9. Resultados de los comentarios de las publicaciones de la cuenta de Instagram de

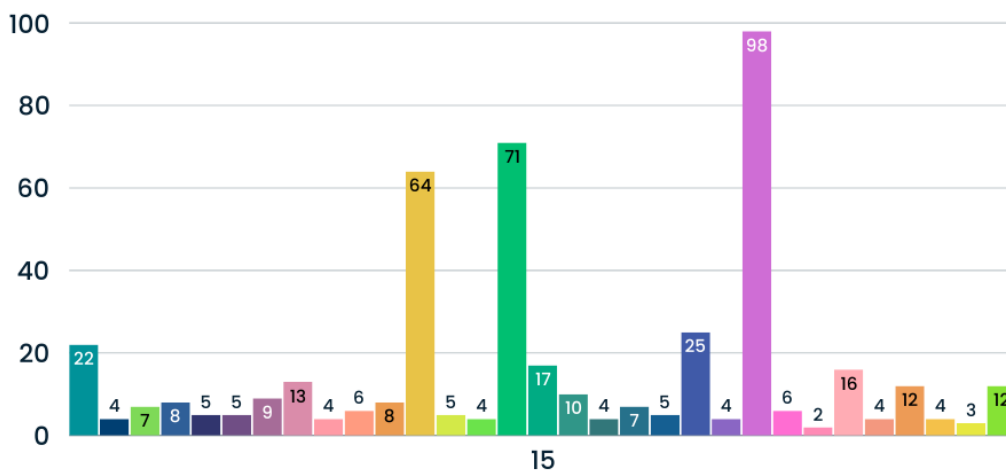
Futbro

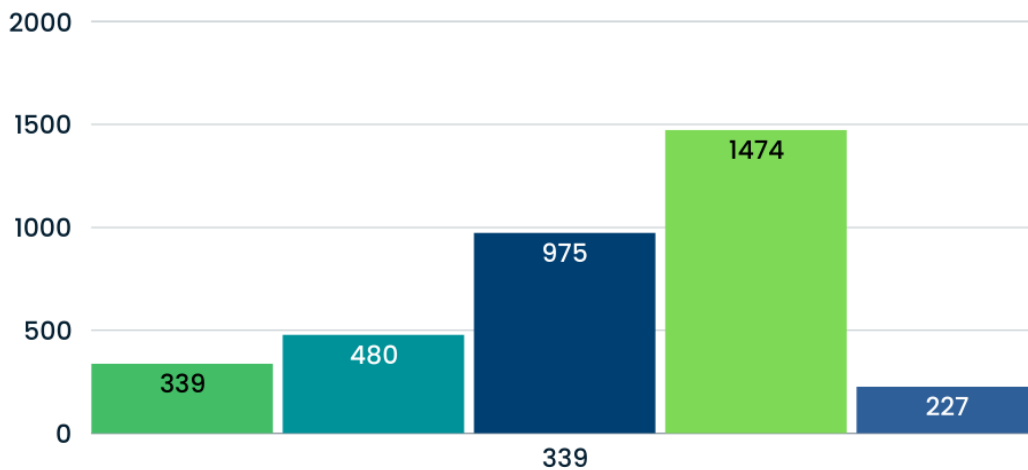


Con respecto a los comentarios en las publicaciones, los resultados mostraron una gran diferencia en comparación a los likes, puesto que en 10 de las 40 publicaciones no se encontró ningún comentario. Por otra parte, la publicación con más comentarios alcanzó la suma de 123 mientras que 7 publicaciones tuvieron solamente un comentario, siendo las que lograron el menor alcance.

3.10. Resultados de los compartidos de las publicaciones de la cuenta de Instagram de

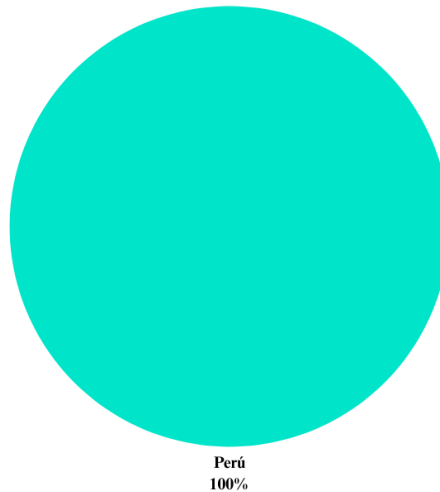
Futbro





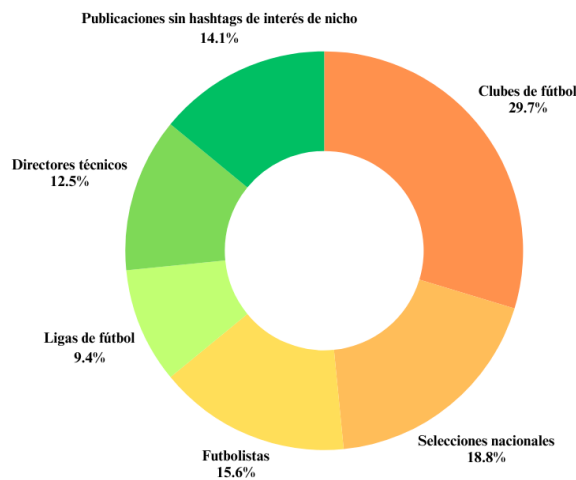
Los compartidos en las publicaciones de Futbro en Instagram revelaron unos resultados más inestables en cuanto a los likes y los comentarios, ya que se percibieron publicaciones con un máximo alcance de 1,474 compartidos, así como publicaciones con solo 3 compartidos. En este caso, se encontró escasez de compartidos en 2 de las 40 publicaciones.

3.11. Resultados de los hashtags de ubicación de las publicaciones de la cuenta de Instagram de Futbro



En cuanto a los hashtags de ubicación, según los resultados del análisis de las fichas de observación, el único que se puso en práctico fue aquel que mencionaba a Perú, país en donde acontecieron la mayor parte de noticias reparadas por Futbro. Este tipo de hashtag se utilizó en con el propósito de atraer a usuarios de este país gracias los algoritmos de Instagram, lo que hace que las publicaciones de Futbro tengan mayor alcance en el público peruano.

3.12. Resultados de los hashtags de interés de nicho de las publicaciones de la cuenta de Instagram de Futbro



Los resultados de los hashtags de interés de nicho arrojaron que hubo presencia de estos en las publicaciones en donde Futbro mencionó a los clubes de fútbol, las selecciones nacionales de fútbol, futbolistas, ligas de fútbol y directores técnicos. El uso de este hashtag sirvió para que Futbro segmente y direcciona sus publicaciones a su público objetivo, el cual en su mayoría son espectadores del fútbol peruano. Se pudo precisar que fueron utilizados 19 hashtags mencionando a clubes de fútbol, 12 de selecciones nacionales, 10 de futbolistas, 6 de ligas de fútbol, 8 de directores técnicos y 9 publicaciones no presentaron hashtags de interés de nicho.

3.13. Resultados de los hashtags de temporada de las publicaciones de la cuenta de Instagram de Futbro

Luego del análisis de las 40 publicaciones, se pudo observar la ausencia de hashtags de temporada en todas ellas, lo que indica que Futbro no toma en consideración este tipo de hashtag para sus contenidos.

3.14. Resultados de los hashtags de marca de las publicaciones de la cuenta de Instagram de Futbro

Luego del análisis de las 40 publicaciones, se pudo observar la ausencia de hashtags de marca en todas ellas, lo que indica que Futbro no toma en consideración este tipo de hashtag para sus contenidos.

3.15. Resultados de personas conectadas en los en vivo de la cuenta de Instagram de Futbro

Luego del análisis de las 40 publicaciones, no se encontraron transmisiones en vivo en la cuenta de Instagram de Futbro.

3.16. Resultados de las reacciones en los en vivo de la cuenta de Instagram de Futbro

Luego del análisis de las 40 publicaciones, no se encontraron transmisiones en vivo en la cuenta de Instagram de Futbro.

3.17. Resultados de los likes en las historias de la cuenta de Instagram de Futbro

Luego del análisis de las 40 publicaciones, no se encontraron historias destacadas en la cuenta de Instagram de Futbro.

3.18. Resultados de los compartidos en las historias de la cuenta de Instagram de Futbro

Luego del análisis de las 40 publicaciones, no se encontraron historias destacadas en la cuenta de Instagram de Futbro.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1. Discusión de los reels

En el campo de los reels, los resultados que se obtuvieron de la presente investigación mostraron que Futbro prefiere la precisión en sus videos, ya que la mayoría de estos tienen una duración menor a los 30 segundos. Por otro lado, los efectos de sonido fueron muy poco empleados en sus reels, reflejando que la edición de estos no es una característica a la que Futbro tome mayor relevancia. Asimismo, en cuanto a los sonidos, las canciones fueron las más utilizadas, enfatizando en cánticos de equipos de fútbol y canciones populares, lo que muestra una clara tendencia del medio digital para llegar a su público por medio de esta vía. Mientras tanto, las voces se emplearon solo en reels de entrevistas y los efectos de sonido tampoco fueron implementados. Finalmente, los subtítulos se usaron solo en 3 reels en los que Futbro buscaba enfatizar el contenido visual para ayudar a los usuarios a comprender mejor el mensaje. Es así como, Doval y Sánchez (2021) afirman que los reels son una herramienta moderna que permite crear videos con la ayuda de diversos implementos audiovisuales a los que se pueden añadir sonidos o canciones específicas para atraer al público. Los autores guardan concordancia con Pariona (2021) en las terminologías empleadas, especificando qué características se deben tomar en cuenta para obtener un reel que tenga éxito con la audiencia. Entonces, de esta discusión se puede inferir que Futbro busca la inmediatez y la sencillez en la realización de sus reels, enfatizando más el contenido audible, que en el visual y sin utilizar otras herramientas audiovisuales o de edición que optimicen el resultado final de sus videos.

4.2. Discusión de los carruseles

En cuanto al indicador carruseles, los resultados reflejaron una tendencia negativa en cuanto a la creación de contenido propio por parte de Futbro. En cuanto a los videos, el porcentaje de contenido propio es ligeramente superior, con un 53.8% contra un 46.2% de videos externos. Sin embargo, el panorama cambia exponencialmente con respecto a las fotos, indicando un contundente 77.8% de fotografías extraídas de otros autores, dejando atrás a las fotos tomadas por camarógrafos de Futbro, con un 22.2%. Además, hubo mucha más presencia de publicaciones con fotos únicas, que de carruseles. Por su parte, las descripciones se redactaron de manera muy puntual con titulares precisos y párrafos cortos a manera del cuerpo de la noticia para extender la información de lo sucedido. Se encontraron 18 publicaciones únicamente con titular y 22, con titular y cuerpo. Así mismo, los likes estuvieron presentes en todas las publicaciones, llegando a alcanzar un máximo de 16,000 likes en una publicación. Con relación a los comentarios, los usuarios mostraron menor constancia comparada a los likes, siendo 123 la mayor cantidad de comentarios que recibió una de las publicaciones. Finalmente, los compartidos tuvieron una tendencia muy baja, sin embargo, el alcance máximo fue de 1,478. En ese sentido, Romero (2024) asegura que los carruseles sirven para contar una historia o mostrar diversos puntos de vista de un evento en específico, por ello es vital elegir la cantidad de fotos precisa y colocar una descripción al pie de cada publicación para poder medir el alcance de esta con los likes y los comentarios. El autor concuerda con Quilumba (2022), quien realza la importancia de los carruseles para hacer los contenidos más dinámicos y así puede tener éxito en cuanto a likes, comentarios y compartidos. Es así como, en esta discusión se afirma que Futbro tiene tendencia en el uso de fotografías extraídas de otros medios, las cuales en muchas publicaciones no presentan el crédito correspondiente al autor, mientras que en los videos propios de Futbro tienen una

ligera ventaja con respecto a los videos de otros propietarios. Asimismo, los likes reflejaron una mayor presencia en comparación a los comentarios y los compartidos.

4.3. Discusión de los hashtags

En el apartado de los hashtags, los resultados reflejaron un uso muy dividido de los distintos tipos de esta estrategia, ya que no hubo presencia de hashtags de temporada ni de hashtags de marca, lo que muestra que Futbro se centra más en otro tipo de hashtags para manejar los algoritmos de Instagram y tener mayor alcance en el público peruano. Por otro lado, los hashtags de ubicación estuvieron presentes en todas las 40 publicaciones analizadas y con una similitud del 100% en cada una de ellas. El único hashtag de ubicación que utilizó Futbro fue *#Perú*, puesto que su contenido se basa principalmente en el fútbol de la liga peruana y de la selección nacional de este país, es por ello que hacen uso de este hashtag de manera global para dirigir sus publicaciones a los usuarios de Perú. Mientras tanto, los hashtags de interés de nicho fueron los más variados de este indicador. Futbro presentó diversos hashtags mencionando a clubes peruanos de fútbol, futbolistas, selecciones nacionales, ligas de fútbol y directores técnicos. Esta variedad de hashtags de interés de nicho ayuda aún más a la definición del público objetivo. Es así como, Sprout Social (2020) menciona que la buena utilización de los hashtags en las publicaciones es vital porque aumentan de manera significativa la llegada al público, por lo que es indispensable utilizar hashtags de la industria a la cual el medio de comunicación pertenece o crear nuevos hashtags de marca que representen a la marca y sean auténticos. El autor concuerda con Calle y Montoya (2022), quienes recomiendan usar los hashtags de forma estratégica y que estén relacionados directamente con los temas que se mencionen en las publicaciones del medio con la finalidad de posicionar el contenido. En ese sentido, la discusión concluye que Futbro tiene claro cuál es el público al cual se quiere dirigir, enfatizando sus hashtags en el sector

futbolístico del Perú, ya sea fútbol femenino, masculino, de clubes o de selecciones. Esto ayuda a que el medio digital direcciona adecuadamente sus contenidos. Sin embargo, no se han utilizado todos los recursos que ofrecen los hashtags. Si bien Futbro usó hashtags de ubicación y de interés de nicho, la falta de hashtags de temporada y de marca hace que se desperdicie una ventaja para ayudar al algoritmo de Instagram a difundir las publicaciones a más personas.

4.4. Discusión de los en vivo

En el campo de los en vivo, los resultados arrojaron una ausencia en su totalidad de esta estrategia, ya que Futbro no hizo transmisiones en vivo durante las fechas seleccionadas en la muestra. Por su parte, Instagram (2024) afirma que los envivo permiten compartir hechos que están siendo realizados al instante de manera que los usuarios pueden comunicar ciertas ideas de forma espontánea y en tiempo real, esto sirve para hacer videos con mayor autenticidad y así el público se identifique con dicho contenido. El autor guarda concordancia con Calle y Montoya (2022), quienes resaltan la importancia de los en vivo en su estudio, haciendo énfasis en que esta herramienta permite potenciar el medio de comunicación. Esta discusión muestra que Futbro no presta importancia a una de las estrategias que permite mantener al público más conectado con el medio digital e incentiva el dinamismo constante.

4.5. Discusión de las historias

Con respecto al indicador de historias, así como los en vivo, no se encontró presencia de estas en el análisis realizado. Si bien se pueden apreciar historias destacadas en el perfil de Instagram de Futbro, ninguna de estas pertenece al rango de tiempo de la muestra elegida. Por tanto, Fondevilla et al. (2020) aseguran que las historias son una de las estrategias más empleadas por los medios de comunicación en Instagram, las cuales son la herramienta con

mayor visualización en la plataforma, ya que atraen mucho tráfico de usuarios. Este autor concuerda con Quilumba (2022), quien resalta la funcionalidad de las historias de Instagram para mantener el vínculo con los usuarios en la plataforma. Es así como, en esta discusión se infiere que esta función debería ser mejor aprovechada porque brinda mayor conexión con los usuarios de manera más fresca y rápida en comparación a las publicaciones.

CONCLUSIONES

1. Según los resultados de la investigación y tomando en cuenta el objetivo general, se concluye que los tipos de estrategia que utiliza el medio digital Futbro en su cuenta de Instagram son los reels, los carruseles y los hashtags, con sus respectivos indicadores que desglosan el uso específico de estas estrategias. Los reels tuvieron poca presencia en las publicaciones analizadas, teniendo los sonidos como el indicador más utilizado, mientras que los carruseles se presentaron con menor frecuencia que las publicaciones con fotos únicas y los hashtags que más se usaron fueron los de ubicación.
2. De acuerdo con los resultados del objetivo específico 1, se concluye que las características utilizadas de los reels de la cuenta de Instagram del medio digital Futbro fueron los videos con duración menor a 30 segundos, los efectos de edición, los subtítulos y los sonidos, incluyendo voces en ciertas ocasiones y canciones en la gran mayoría de sus publicaciones.
3. Con respecto a los resultados del objetivo específico 2, la conclusión es que las características de los carruseles utilizados de la cuenta de Instagram del medio digital Futbro fueron los videos, las fotos, las descripciones, los likes, los comentarios y los compartidos. Cada uno de estos indicadores se vio reflejado

diversamente en todas las publicaciones analizadas, siendo los likes los que tuvieron mayor alcance del público y las fotos las que más abundaron con relación a los videos.

4. En relación con los resultados del objetivo específico 3, se concluye que las características de los hashtags utilizados de la cuenta de Instagram del medio digital Futbro fueron los hashtags de ubicación, mencionando al Perú como parte de este tipo de hashtag y los hashtags de interés de nicho, haciendo mención a los clubes de fútbol, los futbolistas, las ligas de fútbol, las selecciones nacionales y a los entrenadores de fútbol.
5. De acuerdo con los resultados del objetivo específico 4, la conclusión es que las características de los en vivo utilizados de la cuenta de Instagram del medio digital Futbro fueron nulas, ya que no se encontró evidencia de transmisiones en vivo durante el periodo de muestra.
6. Con respecto a los resultados del objetivo específico 5, se concluye que las características de las historias utilizadas de la cuenta de Instagram del medio digital Futbro fueron completamente escasas, puesto que no hubo presencia de ninguna historia destacada durante las fechas seleccionadas de la muestra.

Referencias

- Anderson D. (2020). *Instagram Reels Marketing*. Estanolontech.
https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=XtUDEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=instagram+reels&ots=yjN2A0atIf&sig=7-6ulhS-_MK6IyeI2-vTXil7CiQ#v=onepage&q=instagram%20reels&f=false
- Calle G., Montoya A. (2022). *Uso de Instagram como plataforma para la difusión de contenido periodístico: Caso ElBúho.Pe y Diario Ep. Arequipa – 2022* [Tesis de licenciatura en Ciencias de la Comunicación]. Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa. file:///C:/Users/USER/Downloads/CDLCEPmocaam_cacagl1.pdf
- Díaz M. (30 de junio de 2021). *Fichas de observación de clase 2.0*.
<https://www.codimg.com/education/blog/es/fichas-observacion-clase>
- Doval T., Sánchez E. (2021). *Instagram como herramienta de Marketing de destinos: funcionalidad y utilidades* 11,(24) 236-257.
<https://revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1786/1587>
- Fondevila J., Gutiérrez O., Copeiro M., Villalba V., Polo M. (2020). Influencia de las historias de Instagram en la atención y emoción según el género. *Revista Científica de Educomunicación*. 63, 41-50.
<https://redined.educacion.gob.es/xmlui/bitstream/handle/11162/197515/Influencia%20de%20las%20historias.pdf?sequence=1>
- Gianotti R. (23 de mayo de 2023). *Estrategias en redes sociales: destacar en el mundo digital*. <https://dossetenta.com/estrategias-en-redes-sociales-destacar-en-el-mundo-digital/>

Imagine Hub (2024, 21 marzo). Conoce los 6 tipos principales de hashtags en Instagram -

Imagine Hub. *Imagine Hub*. <https://imagine-hub.com/blog/conoce-los-6-tipos-principales-de-hashtags-en-instagram/>

Instagram (22 de Julio de 2024). *Todo sobre Instagram Live*. [https://about.instagram.com/es-](https://about.instagram.com/es-la/blog/tips-and-tricks/instagram-live-tips-tricks#:~:text=Todo%20sobre%20Instagram%20Live&text=Instagram%20Live%20permite%20compartir,se%20sientan%20identificadas%20con%20%C3%A)

[la/blog/tips-and-tricks/instagram-live-tips-](https://about.instagram.com/es-la/blog/tips-and-tricks/instagram-live-tips-tricks#:~:text=Todo%20sobre%20Instagram%20Live&text=Instagram%20Live%20permite%20compartir,se%20sientan%20identificadas%20con%20%C3%A)

[tricks#:~:text=Todo%20sobre%20Instagram%20Live&text=Instagram%20Live%2](https://about.instagram.com/es-la/blog/tips-and-tricks/instagram-live-tips-tricks#:~:text=Todo%20sobre%20Instagram%20Live&text=Instagram%20Live%20permite%20compartir,se%20sientan%20identificadas%20con%20%C3%A)

[0te%20permite%20compartir,se%20sientan%20identificadas%20con%20%C3%A](https://about.instagram.com/es-la/blog/tips-and-tricks/instagram-live-tips-tricks#:~:text=Todo%20sobre%20Instagram%20Live&text=Instagram%20Live%20permite%20compartir,se%20sientan%20identificadas%20con%20%C3%A)

[9l](https://about.instagram.com/es-la/blog/tips-and-tricks/instagram-live-tips-tricks#:~:text=Todo%20sobre%20Instagram%20Live&text=Instagram%20Live%20permite%20compartir,se%20sientan%20identificadas%20con%20%C3%A).

Kostygina, G., Feng, M., Czaplicki, L., Tran, H., Tulsiani, S., Perks, S. N., Emery, S., &

Schillo, B. (2021). Exploring the Discursive Function of Hashtags: A Semantic

Network Analysis of JUUL-Related Instagram Messages. *Social Media + Society*,

7(4). <https://doi.org/10.1177/20563051211055442>

IAB Colombia. (2023, 30 junio). *Casi 9 de cada 10 latinoamericanos accede a redes*

sociales. [https://www.iabcolombia.com/casi-9-de-cada-10-latinoamericanos-](https://www.iabcolombia.com/casi-9-de-cada-10-latinoamericanos-accede-a-redes-sociales/)

[accede-a-redes-sociales/](https://www.iabcolombia.com/casi-9-de-cada-10-latinoamericanos-accede-a-redes-sociales/)

Levy, D. (2022, 18 julio). *La importancia de la estrategia digital en tu negocio*. Lemon

Digital Marketing. [https://lemon.digital/la-importancia-de-la-estrategia-digital-en-](https://lemon.digital/la-importancia-de-la-estrategia-digital-en-tu-negocio/)

[tu-negocio/](https://lemon.digital/la-importancia-de-la-estrategia-digital-en-tu-negocio/)

Meltwani T., Jain C., Kachwala M., Sopariwla S., Sanji Z. Instagram reela importance in

new product promotion. *International Journal of Research and Analytical Reviews*,

9(4), 185-191. <https://www.ijrar.org/papers/IJRAR22D1945.pdf>

Meltwater (2024). *Las redes sociales más usadas en el mundo*.

<https://mkparadise.com/redes-sociales-mas->

[utilizadas#:~:text=Como%20no%20pod%C3%ADa%20ser%20de,y%20TikTok%20en%20el%20ranking](#)

Montary A. (2019). *O uso das #hashtags como forma de autorização para a reprodução de imagem no uam*. <https://www.montaury.com.br/images/artigos/2019-09-03-uso-hashtag/uso-hashtags-ana-luiza-montaury-p-correa.pdf>

O'Shea, S. (2023, 26 septiembre). *Los reels de Instagram son un éxito seguro para cualquier negocio*. Semrush Blog. <https://es.semrush.com/blog/reels-de-instagram-para-empresas/>

Pariona J. (2021) *Los Instagram reels como una nueva forma audiovisual de invitar espectadores a ver el programa Noche de Patas* [Tesis de bachiller en Comunicaci3n Audiovisual y Medios Interactivos]. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/661006/Pariona_R_J.pdf?sequence=3&isAllowed=y

P3rez D. (2019) *Instagram como herramienta de difusi3n de contenidos para un medio de tv: Directv Sports* [Tesis de licenciatura en Comunicaci3n con menci3n en Comunicaci3n Organizacional]. Pontificia Universidad Cat3lica del Per3. <https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/61bdfdd0-f7c6-43f5-8d9a-8e4648f7624a/content>

Quilumba G. (2022) *Instagram como herramienta de difusi3n de contenidos del medio Radio Salinas 103.3 fm* [Tesis de titulaci3n en Comunicaci3n]. Universidad Estatal Península de Santa Elena. <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/7016/1/UPSE-TCO-2022-0043.pdf>

Ramos J. (2020). *Estrategias de Marketing en Instagram*. XinXii.

https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=veX2DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT12&dq=estrategias+de+difusi%C3%B3n+en+instagram&ots=uKf4KjwRsg&sig=sJXnrxC4TitqIVPy_yD4in7CFRE#v=onepage&q=estrategias%20de%20difusi%C3%B3n%20en%20instagram&f=false

Romero, I. (2024, 26 septiembre). *Cómo hacer y programar un Carrusel en Instagram*.

Metricool. <https://metricool.com/es/programar-carrusel-instagram/#:~:text=Un%20carrusel%20de%20Instagram%20es,si%20estuvieran%20en%20un%20carrusel.>

Vázquez-Herrero, J., Direito-Rebollal, S., & López-García, X. (2019). Ephemeral

journalism: news distribution through Instagram Stories. *Social Media + Society*, 5(4), 205630511988865. <https://doi.org/10.1177/2056305119888657>

We Are Social y Hootsuite (2020). *Digital 2020: Global Digital Overview*. Simon Kemp.

<https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview>

Anexos

Anexo N° 1: Fichas de observación: publicación del 30 de agosto de 2024

DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍAS	USO	OBSERVACIONES
Reels	Duración de video	15-30 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		30-60 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Efectos de edición	-		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Sonidos	Voz		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Efectos de sonido		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Canciones		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
Subtítulos	-		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.	
Carruseles	Videos	-		Esta publicación no cuenta con videos.
	Fotos		X	Las fotografías tomadas de esta publicación son de autoría de unos de los camarógrafos de Futbro y se muestran a las futbolistas de Alianza Lima celebrando el título conseguido. Las fotos fueron tomadas por un camarógrafo de Futbro.
	Descripción	-	X	En la descripción se presenta puntualmente el titular de la noticia, indicando el campeonato conseguido por el equipo femenino de Alianza Lima.
	Likes		X	Se registran 12,100 likes en esta publicación.
	Comentarios	-	X	Hubo 22 comentarios en esta publicación.
	Compartidos		X	Esta publicación se compartió 339 veces.
Hashtags	Hashtags de ubicación	-		No se utilizaron hashtags de ubicación en esta publicación.
	Hashtags de temporada	-		No se utilizaron hashtags de temporada en esta publicación.
	Hashtags de interés de nicho	-	X	Se aprecian hashtags mencionando al club de fútbol Alianza Lima y al área específica como lo es el fútbol peruano.
	Hashtags de marca	-		No se utilizaron hashtags de marca en esta publicación.
En vivo	Personas conectadas	-		No hay presencia de contenido en vivo.
	Reacciones	-		No hay presencia de contenido en vivo.
Historias	Likes	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.

	Compartidos	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.
--	-------------	---	--	---

Primera publicación del 31 de agosto de 2024

DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍAS	USO	OBSERVACIONES	
Reels	Duración de video	15-30 seg.	X	El video dura 28 segundos y muestra la llegada de Paolo Guerrero al aeropuerto Jorge Chávez del Callao.	
		30-60 seg.		El video tiene una duración menor a los 30 segundos.	
	Efectos de edición	-		No existe presencia de efectos de edición.	
	Sonidos	Voz			No existe presencia de voces.
		Efectos de sonido			No existe presencia de efectos de sonido.
		Canciones	X		La canción utilizada para este reels fue “Acabou o Cao os Caveiras chegou” de MC Jhonny Bolado.
Subtítulos	-			No existe presencia de subtítulos.	
Carruseles	Videos	-	X	El video utilizado fue grabado por uno de los comensales de Futbro.	
	Fotos			Esta publicación no cuenta con fotos.	
	Descripción	-		En la descripción se presenta puntualmente el titular de la noticia, indicando el próximo fichaje de Paolo Guerrero por Alianza Lima.	
	Likes		X	Se registran 8,478 likes en esta publicación.	
	Comentarios	-	X	Hubo 113 comentarios en esta publicación.	
	Compartidos		X	Esta publicación se compartió 480 veces.	
Hashtags	Hashtags de ubicación	-	X	Se mencionó al Perú como parte del hashtag de ubicación.	
	Hashtags de temporada	-		No se utilizaron hashtags de temporada en esta publicación.	
	Hashtags de interés de nicho	-	X	Se aprecian hashtags mencionando al club de fútbol Alianza Lima y al área específica como lo es el fútbol peruano.	
	Hashtags de marca	-		No se utilizaron hashtags de marca en esta publicación.	
En vivo	Personas conectadas	-		No hay presencia de contenido en vivo.	
	Reacciones	-		No hay presencia de contenido en vivo.	
Historias	Likes	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.	
	Compartidos	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.	

Cuarta publicación del 31 de Agosto de 2024

DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍAS	USO	OBSERVACIONES
Reels	Duración de video	15-30 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		30-60 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Efectos de edición	-		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Sonidos	Voz		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Efectos de sonido		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Canciones	X	La canción utilizada para este reels fue “Alianza Es vn Sentimiento” de Rock And Goal.
Subtítulos	-		No existe presencia de subtítulos.	
Carruseles	Videos	-		Esta publicación no cuenta con videos.
	Fotos		X	La foto presentada en esta publicación es una edición Paolo Guerrero poniéndose la camiseta de Alianza Lima. Esta foto no tiene créditos del autor.
	Descripción	-	X	En la descripción se aprecia un titular puntual confirmando el fichaje de Paolo Guerrero por Alianza Lima.
	Likes		X	Se registran 3,067 likes en esta publicación.
	Comentarios	-	X	Hubo un comentario en esta publicación.
	Compartidos		X	Esta publicación se compartió 15 veces.
Hashtags	Hashtags de ubicación	-	X	Se mencionó al Perú como parte del hashtag de ubicación.
	Hashtags de temporada	-		No se utilizaron hashtags de temporada en esta publicación.
	Hashtags de interés de nicho	-	X	Se aprecian hashtags mencionando al club de fútbol Alianza Lima, al área específica como lo es el fútbol peruano y al jugador peruano.
	Hashtags de marca	-		No se utilizaron hashtags de marca en esta publicación.
En vivo	Personas conectadas	-		No hay presencia de contenido en vivo.
	Reacciones	-		No hay presencia de contenido en vivo.

Historias	Likes	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.
	Compartidos	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.

Tercera publicación del 1 de setiembre de 2024

DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍAS	USO	OBSERVACIONES	
Reels	Duración de video	15-30 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.	
		30-60 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.	
	Efectos de edición	-		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.	
	Sonidos	Voz			No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Efectos de sonido			No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Canciones	X		La canción utilizada para este reels fue “Todos Vuelven” de Rubén Blades.
Subtítulos	-		No existe presencia de subtítulos.		
Carruseles	Videos	-		Esta publicación no cuenta con videos.	
	Fotos		X	En esta publicación se aprecian 2 fotos, haciendo una comparación de una fotografía de Paolo Guerrero y Jefferson Farfán jugando en Alianza Lima cuando eran niños y otra foto de la nueva presentación de Paolo junto a Jefferson. Esta foto no tiene créditos del autor.	
	Descripción	-	X	En la descripción se menciona que la foto tomada de los dos jugadores en la actualidad era algo muy esperado por los aficionados de Alianza.	
	Likes		X	Se registran 16,600 likes en esta publicación.	
	Comentarios	-	X	Hubo 47 comentarios en esta publicación.	
	Compartidos		X	La publicación se compartió 975 veces.	
Hashtags	Hashtags de ubicación	-	X	Se mencionó al Perú como parte del hashtag de ubicación.	
	Hashtags de temporada	-		No se utilizaron hashtags de temporada en esta publicación.	
	Hashtags de interés de nicho	-	X	Se aprecian hashtags mencionando al club de fútbol Alianza Lima y a los jugadores peruanos.	
	Hashtags de marca	-		No se utilizaron hashtags de marca en esta publicación.	
En vivo	Personas conectadas	-		No hay presencia de contenido en vivo.	

	Reacciones	-		No hay presencia de contenido en vivo.
Historias	Likes	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.
	Compartidos	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.

Sexta publicación del 1 de setiembre de 2024

DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍAS	USO	OBSERVACIONES
Reels	Duración de video	15-30 seg.		El video tiene una duración mayor a los 30 segundos.
		30-90 seg.	X	El video dura 57 segundos de una entrevista a Leao Butrón.
	Efectos de edición	-	X	Se aprecia un efecto de zoom al inicio del video y otro efecto de degradado al culminar el mismo.
	Sonidos	Voz	X	En el video se escucha la voz del entrevistador de Futbro.
		Efectos de sonido		No existe presencia de efectos de sonido.
		Canciones		No hay presencia de canciones en esta publicación.
Subtítulos	-	X	Se aprecian subtítulos que ayudan al entendimiento de las declaraciones del entrevistado,	
Carruseles	Videos	-	X	El video es una entrevista al exjugador Leao Butrón acerca de la presentación de Paolo Guerrero como nuevo jugador de Alianza Lima.
	Fotos			Esta publicación no cuenta con fotos.
	Descripción	-	X	En la descripción se menciona puntualmente el titular de la publicación.
	Likes		X	Se registran 1,199 likes en esta publicación.
	Comentarios	-	X	Hubo 10 comentarios en esta publicación.
	Compartidos		X	La publicación se compartió 22 veces.
Hashtags	Hashtags de ubicación	-	X	Se mencionó al Perú como parte del hashtag de ubicación.
	Hashtags de temporada	-		No se utilizaron hashtags de temporada en esta publicación.
	Hashtags de interés de nicho	-	X	Se aprecian hashtags mencionando al club de fútbol Alianza Lima y a Paolo Guerrero.
	Hashtags de marca	-		No se utilizaron hashtags de marca en esta publicación.
En vivo	Personas conectadas	-		No hay presencia de contenido en vivo.
	Reacciones	-		No hay presencia de contenido en vivo.
Historias	Likes	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.
	Compartidos	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.

Primera publicación del 2 de setiembre de 2024

DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍAS	USO	OBSERVACIONES
Reels	Duración de video	15-30 seg.	X	El video dura 15 segundos y muestra una entrevista a Luis Advíncula.
		30-60 seg.		El video tiene una duración menor a los 30 segundos.
	Efectos de edición	-	X	Se aprecia un efecto de zoom al inicio y otro efecto de degradado al final del video.
	Sonidos	Voz		No existe presencia de voces.
		Efectos de sonido		No existe presencia de efectos de sonido.
		Canciones		No existe presencia de alguna canción en esta publicación.
Subtítulos	-		No existe presencia de subtítulos.	
Carruseles	Videos	-	X	Esta publicación muestra extractos de la conferencia de prensa al futbolista de la selección peruana Luis Advíncula. El video es de propiedad de otro medio.
	Fotos			Esta publicación no cuenta con fotos.
	Descripción	-	X	Se describe específicamente el titular de la entrevista.
	Likes		X	Se registran 529 likes en esta publicación.
	Comentarios	-	X	Hubo un comentario en esta publicación.
	Compartidos		X	La publicación se compartió 4 veces.
Hashtags	Hashtags de ubicación	-		No se utilizaron hashtags de ubicación en esta publicación.
	Hashtags de temporada	-		No se utilizaron hashtags de temporada en esta publicación.
	Hashtags de interés de nicho	-	X	Se aprecian hashtags mencionando al club de fútbol Alianza Lima.
	Hashtags de marca	-		No se utilizaron hashtags de marca en esta publicación.
En vivo	Personas conectadas	-		No hay presencia de contenido en vivo.
	Reacciones	-		No hay presencia de contenido en vivo.
Historias	Likes	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.
	Compartidos	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.

Primera publicación del 6 de setiembre de 2024

DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍAS	USO	OBSERVACIONES
Reels	Duración de video	15-30 seg.		El video tiene una duración mayor a los 30 segundos.
		30-90 seg.	X	El video dura 67 segundos y presenta pequeñas entrevistas a hinchas colombianas.
	Efectos de edición	-		No existe presencia de efectos de edición.
	Sonidos	Voz	X	Durante el video, se escucha la voz del entrevistador de Futbro.
		Efectos de sonido		No existe presencia de efectos de sonido.
		Canciones		No existe presencia de alguna canción en esta publicación.
Subtítulos	-	X	Se aprecian subtítulos que ayudan al entendimiento de las declaraciones del entrevistador y los entrevistados.	
Carruseles	Videos	-	X	El video muestra las declaraciones de algunos aficionados colombianos previas al Partido de Perú frente a Colombia en Lima.
	Fotos		X	En el video se aprecian ciertas fotos que van apareciendo en momentos específicos.
	Descripción	-	X	Se describe de manera puntual el titular de la publicación.
	Likes		X	Se registran 77 likes en esta publicación.
	Comentarios	-	X	Hubo 4 comentarios en esta publicación.
	Compartidos			La publicación no se compartió.
Hashtags	Hashtags de ubicación	-	X	Se mencionó al Perú como parte del hashtag de ubicación.
	Hashtags de temporada	-		No se utilizaron hashtags de temporada en esta publicación.
	Hashtags de interés de nicho	-	X	Se aprecian hashtags mencionando a la selección peruana, la selección colombiana y las eliminatorias.
	Hashtags de marca	-		No se utilizaron hashtags de marca en esta publicación.
En vivo	Personas conectadas	-		No hay presencia de contenido en vivo.
	Reacciones	-		No hay presencia de contenido en vivo.
Historias	Likes	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.
	Compartidos	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.

Segunda publicación del 6 de setiembre de 2024

DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍAS	USO	OBSERVACIONES
Reels	Duración de video	15-30 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		30-60 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Efectos de edición	-		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Sonidos	Voz		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Efectos de sonido		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Canciones	X	La canción utilizada para este reels fue “Esta hinchada no te deja de alentar” de Aliento Blanquiazul.
Subtítulos	-		No existe presencia de subtítulos.	
Carruseles	Videos	-		Esta publicación no cuenta con videos.
	Fotos		X	La publicación muestra una foto editada del futbolista Gianluca Lapadula y el entrenador Jorge Fossati, de la selección peruana.
	Descripción	-	X	Se describe la imagen con un titular y un párrafo explicando la importancia del partido de la selección peruana contra Colombia.
	Likes		X	Se registran 166 likes en esta publicación.
	Comentarios	-		No hubo comentarios en esta publicación.
	Compartidos		X	La publicación se compartió 7 veces.
Hashtags	Hashtags de ubicación	-	X	Se mencionó al Perú como parte del hashtag de ubicación.
	Hashtags de temporada	-		No se utilizaron hashtags de temporada en esta publicación.
	Hashtags de interés de nicho	-	X	Se aprecian hashtags mencionando a la selección peruana y al técnico Fossati.
	Hashtags de marca	-		No se utilizaron hashtags de marca en esta publicación.
En vivo	Personas conectadas	-		No hay presencia de contenido en vivo.
	Reacciones	-		No hay presencia de contenido en vivo.
Historias	Likes	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.
	Compartidos	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.

Tercera publicación del 6 de setiembre de 2024

DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍAS	USO	OBSERVACIONES
Reels	Duración de video	15-30 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		30-60 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Efectos de edición	-		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Sonidos	Voz		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Efectos de sonido		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Canciones		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
Subtítulos	-		No existe presencia de subtítulos.	
Carruseles	Videos	-		Esta publicación no cuenta con videos.
	Fotos		X	Se muestra un collage de 3 fotos de los futbolistas que no estuvieron en la lista final para el partido de Perú contra Colombia.
	Descripción	-	X	Se describe un titular de la publicación y un texto detallando la ausencia de 3 jugadores de la selección peruana para el encuentro frente a la selección colombiana.
	Likes		X	Se registran 128 likes en esta publicación.
	Comentarios	-	X	Hubo 6 comentarios en esta publicación.
	Compartidos		X	La publicación se compartió 8 veces.
Hashtags	Hashtags de ubicación	-	X	Se mencionó al Perú como parte del hashtag de ubicación.
	Hashtags de temporada	-		No se utilizaron hashtags de temporada en esta publicación.
	Hashtags de interés de nicho	-	X	Se aprecian hashtags mencionando a la selección peruana, al jugador Oliver Sonne y el técnico Fossati.
	Hashtags de marca	-		No se utilizaron hashtags de marca en esta publicación.
En vivo	Personas conectadas	-		No hay presencia de contenido en vivo.
	Reacciones	-		No hay presencia de contenido en vivo.
Historias	Likes	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.
	Compartidos	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.

Cuarta publicación del 6 de setiembre de 2024

DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍAS	USO	OBSERVACIONES
Reels	Duración de video	15-30 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		30-60 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Efectos de edición	-		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Sonidos	Voz		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Efectos de sonido		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Canciones	X	No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
Subtítulos	-		No existe presencia de subtítulos.	
Carruseles	Videos	-		Esta publicación no cuenta con videos.
	Fotos		X	La foto presentada es una del partido de Perú contra Colombia en la que aparece el futbolista peruano Alexander Callens disputando el balón. Esta foto no tiene créditos del autor.
	Descripción	-	X	Se muestra una descripción de un titular y un texto relatando lo ocurrido en el partido de Perú contra Colombia en Lima por las Eliminatorias al Mundial 2026.
	Likes		X	Se registran 66 likes en esta publicación.
	Comentarios	-		No hubo comentarios en esta publicación.
	Compartidos		X	La publicación se compartió 5 veces.
Hashtags	Hashtags de ubicación	-	X	Se mencionó al Perú como parte del hashtag de ubicación.
	Hashtags de temporada	-		No se utilizaron hashtags de temporada en esta publicación.
	Hashtags de interés de nicho	-	X	Se aprecian hashtags mencionando a la selección peruana y al técnico Jorge Fossati.
	Hashtags de marca	-		No se utilizaron hashtags de marca en esta publicación.
En vivo	Personas conectadas	-		No hay presencia de contenido en vivo.
	Reacciones	-		No hay presencia de contenido en vivo.
Historias	Likes	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.
	Compartidos	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.

Segunda publicación del 9 de setiembre de 2024

DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍAS	USO	OBSERVACIONES	
Reels	Duración de video	15-30 seg.		El video tiene una duración mayor a los 30 segundos.	
		30-90 seg.	X	El video dura un minuto con 29 segundos.	
	Efectos de edición	-		No existe presencia de efectos de edición.	
	Sonidos	Voz			No existe presencia de voces.
		Efectos de sonido			No existe presencia de efectos de sonido.
		Canciones			Esta publicación no presenta ninguna canción.
Subtítulos	-		No existe presencia de subtítulos.		
Carruseles	Videos	-	X	El video muestra la salida de los jugadores de la selección peruana del hotel de concentración rumbo al aeropuerto para ir a Quito a jugar contra Ecuador. El video fue grabado por uno de los comensales de Futbro.	
	Fotos			Esta publicación no cuenta con fotos.	
	Descripción	-	X	En la descripción se aprecia un pequeño titular acompañado de un texto en el que se advierte del partido de Perú frente a Ecuador.	
	Likes		X	Se registran 77 likes en esta publicación.	
	Comentarios	-	X	Hubo un comentario en esta publicación.	
	Compartidos		X	La publicación se compartió 5 veces.	
Hashtags	Hashtags de ubicación	-	X	Se mencionó al Perú como parte del hashtag de ubicación.	
	Hashtags de temporada	-		No se utilizaron hashtags de temporada en esta publicación.	
	Hashtags de interés de nicho	-	X	Se aprecian hashtags mencionando a la selección peruana y al técnico Jorge Fossati.	
	Hashtags de marca	-		No se utilizaron hashtags de marca en esta publicación.	
En vivo	Personas conectadas	-		No hay presencia de contenido en vivo.	
	Reacciones	-		No hay presencia de contenido en vivo.	
Historias	Likes	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.	
	Compartidos	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.	

Primera publicación del 10 de setiembre de 2024

DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍAS	USO	OBSERVACIONES	
Reels	Duración de video	15-30 seg.		El video tiene una duración mayor a los 30 segundos.	
		30-60 seg.	X	El video dura 56 segundos.	
	Efectos de edición	-		No existe presencia de efectos de edición	
	Sonidos	Voz			No existe presencia de voces.
		Efectos de sonido			No existe presencia de efectos de sonido.
		Canciones	X		La canción utilizada para este reels fue "Me Fui de Vacaciones" de Bad Bunny.
Subtítulos	-		No existe presencia de subtítulos.		
Carruseles	Videos	-	X	El video es una recopilación de los 2 partidos que Perú ganó en Ecuador por Eliminatorias. Este fue extraído de otro medio.	
	Fotos			Esta publicación no cuenta con fotos.	
	Descripción	-	X	En la descripción se aprecia únicamente la frase "ELEGIMOS CREER".	
	Likes		X	Se registran 273 likes en esta publicación.	
	Comentarios	-	X	Hubo 6 comentarios en esta publicación.	
	Compartidos		X	La publicación se compartió 9 veces.	
Hashtags	Hashtags de ubicación	-	X	Se mencionó al Perú como parte del hashtag de ubicación.	
	Hashtags de temporada	-		No se utilizaron hashtags de temporada en esta publicación.	
	Hashtags de interés de nicho	-	X	Se aprecian hashtags mencionando Ala selección peruana, el jugador Oliver Sonne y el técnico Fossati.	
	Hashtags de marca	-		No se utilizaron hashtags de marca en esta publicación.	
En vivo	Personas conectadas	-		No hay presencia de contenido en vivo.	
	Reacciones	-		No hay presencia de contenido en vivo.	
Historias	Likes	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.	
	Compartidos	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.	

Cuarta publicación del 10 de setiembre de 2024

DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍAS	USO	OBSERVACIONES
Reels	Duración de video	15-30 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		30-60 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Efectos de edición	-		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Sonidos	Voz		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Efectos de sonido		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Canciones		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
Subtítulos	-		No existe presencia de subtítulos.	
Carruseles	Videos	-		Esta publicación no cuenta con videos.
	Fotos		X	La foto utilizada es una en la que se muestra al futbolista de la selección peruana Gianluca Lapadula durante el partido frente a Ecuador en Quito. Esta foto no tiene créditos del autor.
	Descripción	-	X	Se muestra un titular y un pequeño texto describiendo la derrota de Perú en Eliminatorias.
	Likes		X	Se registran 552 likes en esta publicación.
	Comentarios	-	X	Hubo 24 comentarios en esta publicación.
	Compartidos		X	La publicación se compartió 13 veces.
Hashtags	Hashtags de ubicación	-	X	Se mencionó al Perú como parte del hashtag de ubicación.
	Hashtags de temporada	-		No se utilizaron hashtags de temporada en esta publicación.
	Hashtags de interés de nicho	-	X	Se aprecian hashtags mencionando a la selección peruana.
	Hashtags de marca	-		No se utilizaron hashtags de marca en esta publicación.
En vivo	Personas conectadas	-		No hay presencia de contenido en vivo.
	Reacciones	-		No hay presencia de contenido en vivo.
Historias	Likes	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.
	Compartidos	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.

Quinta publicación del 10 de setiembre de 2024

DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍAS	USO	OBSERVACIONES
Reels	Duración de video	15-30 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		30-60 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Efectos de edición	-		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Sonidos	Voz		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Efectos de sonido		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Canciones		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
Subtítulos	-		No existe presencia de subtítulos.	
Carruseles	Videos	-		Esta publicación no cuenta con videos.
	Fotos		X	Se muestra un foto editada de un futbolista de la selección peruana tirado en el campo de juego con la table de posiciones de las Eliminatorias en la parte posterior.
	Descripción	-	X	En la descripción únicamente aparece un pequeño titular con la frase "SITUACIÓN CRÍTICA".
	Likes		X	Se registran 45 likes en esta publicación.
	Comentarios	-		No hubo comentarios en esta publicación.
	Compartidos		X	La publicación se compartió 4 veces.
Hashtags	Hashtags de ubicación	-	X	Se mencionó al Perú como parte del hashtag de ubicación.
	Hashtags de temporada	-		No se utilizaron hashtags de temporada en esta publicación.
	Hashtags de interés de nicho	-	X	Se aprecian hashtags mencionando a la selección peruana y al técnico Fossati.
	Hashtags de marca	-		No se utilizaron hashtags de marca en esta publicación.
En vivo	Personas conectadas	-		No hay presencia de contenido en vivo.
	Reacciones	-		No hay presencia de contenido en vivo.
Historias	Likes	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.
	Compartidos	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.

Sexta publicación del 10 de setiembre de 2024

DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍAS	USO	OBSERVACIONES
Reels	Duración de video	15-30 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		30-60 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Efectos de edición	-		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Sonidos	Voz		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Efectos de sonido		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Canciones		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
Subtítulos	-		No existe presencia de subtítulos.	
Carruseles	Videos	-		Esta publicación no cuenta con videos.
	Fotos		X	En esta publicación aparece la foto del exfutbolista y entrenador Roberto Chale y un mensaje de condolencia. Esta foto no tiene créditos del autor.
	Descripción	-	X	En la descripción se presenta un titular indicando el fallecimiento de Roberto Chale y un pequeño párrafo recordando a un ídolo del fútbol peruano.
	Likes		X	Se registran 61 likes en esta publicación.
	Comentarios	-	X	Hubo un comentario en esta publicación.
	Compartidos		X	La publicación se compartió 6 veces.
Hashtags	Hashtags de ubicación	-		No se utilizaron hashtags de ubicación en esta publicación.
	Hashtags de temporada	-		No se utilizaron hashtags de temporada en esta publicación.
	Hashtags de interés de nicho	-		No se utilizaron hashtags de interés de nicho en esta publicación.
	Hashtags de marca	-		No se utilizaron hashtags de marca en esta publicación.
En vivo	Personas conectadas	-		No hay presencia de contenido en vivo.
	Reacciones	-		No hay presencia de contenido en vivo.
Historias	Likes	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.
	Compartidos	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.

Segunda publicación del 14 de setiembre de 2024

DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍAS	USO	OBSERVACIONES	
Reels	Duración de video	15-30 seg.	X	El video tiene una duración de 26 segundos.	
		30-60 seg.		El video tiene una duración menor a los 30 segundos.	
	Efectos de edición	-		No existe presencia de efectos de edición	
	Sonidos	Voz			No existe presencia de voces.
		Efectos de sonido			No existe presencia de efectos de sonido.
		Canciones			no se utilizó ninguna canción para esta publicación.
Subtítulos	-			No existe presencia de subtítulos.	
Carruseles	Videos	-	X	El video utilizado fue extraído del programa “Enfocados” de Jefferson Farfán y Roberto Guizasola en el que prometen ir a la tribuna sur para ver el debut de Paolo Guerrero en el estadio Matute.	
	Fotos		X	Se utilizó una fotografía de Farfán y Guizasola presentes en la tribuna sur junto con la hinchada. La foto fue extraída de Enfocados Podcast.	
	Descripción	-	X	En la descripción aparece un titular y un pequeño texto relatando lo sucedido con los exfutbolistas.	
	Likes		X	Se registran 1,497 likes en esta publicación.	
	Comentarios	-	X	Hubo 2 comentarios en esta publicación.	
	Compartidos		X	La publicación se compartió 8 veces.	
Hashtags	Hashtags de ubicación	-		No se utilizaron hashtags de ubicación en esta publicación.	
	Hashtags de temporada	-		No se utilizaron hashtags de temporada en esta publicación.	
	Hashtags de interés de nicho	-	X	Se aprecian hashtags mencionando al club Alianza Lima.	
	Hashtags de marca	-		No se utilizaron hashtags de marca en esta publicación.	
En vivo	Personas conectadas	-		No hay presencia de contenido en vivo.	
	Reacciones	-		No hay presencia de contenido en vivo.	
Historias	Likes	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.	
	Compartidos	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.	

Cuarta publicación del 14 de setiembre de 2024

DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍAS	USO	OBSERVACIONES	
Reels	Duración de video	15-30 seg.	X	El video dura 25 segundos.	
		30-60 seg.		El video tiene una duración menor a los 30 segundos.	
	Efectos de edición	-		No existe presencia de efectos de edición	
	Sonidos	Voz			No existe presencia de voces.
		Efectos de sonido			No existe presencia de efectos de sonido.
		Canciones	X		La canción utilizada para este reels fue "Arrancármelo" de Wos.
Subtítulos	-		No existe presencia de subtítulos.		
Carruseles	Videos	-	X	El video es un extracto de otro medio en el que se muestra el debut de Paolo Guerrero con Alianza Lima al ingresar como sustituto de Hernán Barcos en el estadio Matute.	
	Fotos			Esta publicación no cuenta con fotos.	
	Descripción	-	X	Es la descripción se puede apreciar un pequeño texto indicando el debut de Paolo Guerrero como jugador de Alianza Lima.	
	Likes		X	Se registran 1,041 likes en esta publicación.	
	Comentarios	-	X	Hubo 12 comentarios en esta publicación.	
	Compartidos		X	La publicación se compartió 64 veces.	
Hashtags	Hashtags de ubicación	-	X	Se mencionó al Perú como parte del hashtag de ubicación.	
	Hashtags de temporada	-		No se utilizaron hashtags de temporada en esta publicación.	
	Hashtags de interés de nicho	-	X	Se aprecian hashtags mencionando al club Alianza Lima y al jugador Paolo Guerrero.	
	Hashtags de marca	-		No se utilizaron hashtags de marca en esta publicación.	
En vivo	Personas conectadas	-		No hay presencia de contenido en vivo.	
	Reacciones	-		No hay presencia de contenido en vivo.	
Historias	Likes	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.	
	Compartidos	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.	

Publicación del 15 de setiembre de 2024

DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍAS	USO	OBSERVACIONES
Reels	Duración de video	15-30 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		30-60 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Efectos de edición	-		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Sonidos	Voz		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Efectos de sonido		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Canciones		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
Subtítulos	-		No existe presencia de subtítulos.	
Carruseles	Videos	-		Esta publicación no cuenta con videos.
	Fotos		X	Se muestra un collage de 3 fotos de jugadores de Alianza Lima, Universitario de Deportes y Sporting Cristal. Estas fotos no tienen créditos del autor.
	Descripción	-	X	En la descripción se menciona un pequeño titular y un texto corto mencionando los resultados de los partidos de la liga peruana de Alianza Lima, Universitario de Deportes y Sporting Cristal.
	Likes		X	Se registran 130 likes en esta publicación.
	Comentarios	-	X	Hubo un comentario en esta publicación.
	Compartidos		X	La publicación se compartió 5 veces.
Hashtags	Hashtags de ubicación	-		No se utilizaron hashtags de ubicación en esta publicación.
	Hashtags de temporada	-		No se utilizaron hashtags de temporada en esta publicación.
	Hashtags de interés de nicho	-	X	Se aprecian hashtags mencionando a los clubes Alianza Lima, Universitario de Deportes y Sporting Cristal.
	Hashtags de marca	-		No se utilizaron hashtags de marca en esta publicación.
En vivo	Personas conectadas	-		No hay presencia de contenido en vivo.
	Reacciones	-		No hay presencia de contenido en vivo.
Historias	Likes	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.
	Compartidos	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.

Primera publicación del 18 de setiembre de 2024

DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍAS	USO	OBSERVACIONES
Reels	Duración de video	15-30 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		30-60 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Efectos de edición	-		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Sonidos	Voz		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Efectos de sonido		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Canciones		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
Subtítulos	-		No existe presencia de subtítulos.	
Carruseles	Videos	-		Esta publicación no cuenta con videos.
	Fotos		X	Se muestra una foto del partido entre Atlético Grau y Alianza Lima que se jugó en la ciudad de Piura por la Liga 1. Esta foto no tiene créditos del autor.
	Descripción	-	X	Se aprecia en un titular y un pequeño texto indicando la derrota de Alianza Lima frente al club Atlético Grau.
	Likes		X	Se registran 27 likes en esta publicación.
	Comentarios	-		No hubo comentarios en esta publicación.
	Compartidos		X	La publicación se compartió 4 veces.
Hashtags	Hashtags de ubicación	-		No se utilizaron hashtags de ubicación en esta publicación.
	Hashtags de temporada	-		No se utilizaron hashtags de temporada en esta publicación.
	Hashtags de interés de nicho	-		No se utilizaron hashtags de interés de nicho en esta publicación.
	Hashtags de marca	-		No se utilizaron hashtags de marca en esta publicación.
En vivo	Personas conectadas	-		No hay presencia de contenido en vivo.
	Reacciones	-		No hay presencia de contenido en vivo.
Historias	Likes	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.
	Compartidos	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.

Tercera publicación del 18 de setiembre de 2024

DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍAS	USO	OBSERVACIONES
Reels	Duración de video	15-30 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		30-60 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Efectos de edición	-		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Sonidos	Voz		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Efectos de sonido		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Canciones	X	La canción utilizada para este reels fue “Cómo No Voy A Quererte Universitario” de Nos Sobra Aliento.
Subtítulos	-		No existe presencia de subtítulos.	
Carruseles	Videos	-		Esta publicación no cuenta con videos.
	Fotos		X	Se muestra una foto de 2 jugadores de Universitario de Deportes durante el partido contra Sport Boys y la table de posiciones de a liga peruana en la parte posterior.
	Descripción	-	X	En la descripción se aprecia un titular y un pequeño texto relatando la victoria de Universitario de Deportes frente a Sport Boys en el estadio Monumental.
	Likes		X	Se registran 1,733 likes en esta publicación.
	Comentarios	-	X	Hubo 7 comentarios en esta publicación.
	Compartidos		X	La publicación se compartió 71 veces.
Hashtags	Hashtags de ubicación	-	X	Se mencionó al Perú como parte del hashtag de ubicación.
	Hashtags de temporada	-		No se utilizaron hashtags de temporada en esta publicación.
	Hashtags de interés de nicho	-	X	Se aprecian hashtags mencionando al club Universitario de Deportes y a la selección peruana.
	Hashtags de marca	-		No se utilizaron hashtags de marca en esta publicación.
En vivo	Personas conectadas	-		No hay presencia de contenido en vivo.
	Reacciones	-		No hay presencia de contenido en vivo.
Historias	Likes	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.
	Compartidos	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.

Primera publicación del 21 de setiembre de 2024

DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍAS	USO	OBSERVACIONES
Reels	Duración de video	5-30 seg.		El video dura 5 segundos y es de propiedad de Futbro.
		30-60 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Efectos de edición	-		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Sonidos	Voz		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Efectos de sonido		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Canciones	X	La canción utilizada para este reels fue “Flores Amarillas” de Floricienta.
Subtítulos	-		No existe presencia de subtítulos.	
Carruseles	Videos	-	X	El video muestra una aficionada de Alianza Lima que está en la tribuna del estadio con un ramo de flores amarillas, conmemorando la fecha representativa de estas flores debido a la serie Floricienta.
	Fotos			Esta publicación no cuenta con fotos.
	Descripción	-	X	En la descripción se aprecia un titular puntual describiendo lo sucedido en el estadio.
	Likes		X	Se registran 3,795 likes en esta publicación.
	Comentarios	-	X	Hubo 22 comentarios en esta publicación.
	Compartidos		X	La publicación se compartió 272 veces.
Hashtags	Hashtags de ubicación	-		No se utilizaron hashtags de ubicación en esta publicación.
	Hashtags de temporada	-		No se utilizaron hashtags de temporada en esta publicación.
	Hashtags de interés de nicho	-	X	Se aprecian hashtags mencionando al club Alianza Lima y las flores amarillas.
	Hashtags de marca	-		No se utilizaron hashtags de marca en esta publicación.
En vivo	Personas conectadas	-		No hay presencia de contenido en vivo.
	Reacciones	-		No hay presencia de contenido en vivo.
Historias	Likes	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.
	Compartidos	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.

Segunda publicación del 21 de setiembre de 2024

DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍAS	USO	OBSERVACIONES
Reels	Duración de video	15-30 seg.	X	El video dura 23 segundos.
		30-60 seg.		El video tiene una duración menor a los 30 segundos.
	Efectos de edición	-		No existe presencia de efectos de edición
	Sonidos	Voz	X	En el video se escucha la voz de una de las entrevistadoras de Futbro.
		Efectos de sonido		No existe presencia de efectos de sonido.
		Canciones		No se utilizó ninguna canción para este video.
Subtítulos	-		No existe presencia de subtítulos.	
Carruseles	Videos	-	X	El video muestra una entrevista al cantante peruano Gonzalo Genek durante el entretiempo del partido de Alianza Lima frente a Sport Boys en el que opina sobre Paolo Guerrero.
	Fotos		X	Se utilizó una foto de Paolo Guerrero, la cual apareció mientras le preguntaban a Gonzalo Genek sobre el rendimiento del futbolista peruano.
	Descripción	-	X	Se presenta una descripción corta indicando la entrevista a Gonzalo Genek.
	Likes		X	Se registran 3,757 likes en esta publicación.
	Comentarios	-	X	Hubo 35 comentarios en esta publicación.
	Compartidos		X	La publicación se compartió 227 veces.
Hashtags	Hashtags de ubicación	-		No se utilizaron hashtags de ubicación en esta publicación.
	Hashtags de temporada	-		No se utilizaron hashtags de temporada en esta publicación.
	Hashtags de interés de nicho	-	X	Se aprecian hashtags mencionando al club Alianza Lima, a Paolo Guerrero y a Gonzalo Genek.
	Hashtags de marca	-		No se utilizaron hashtags de marca en esta publicación.
En vivo	Personas conectadas	-		No hay presencia de contenido en vivo.
	Reacciones	-		No hay presencia de contenido en vivo.
Historias	Likes	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.
	Compartidos	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.

Tercera publicación del 21 de setiembre de 2024

DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍAS	USO	OBSERVACIONES	
Reels	Duración de video	5-30 seg.	X	El video dura 5 segundos.	
		30-60 seg.		El video tiene una duración menor a los 30 segundos.	
	Efectos de edición	-		No existe presencia de efectos de edición	
	Sonidos	Voz			No existe presencia de voces.
		Efectos de sonido			No existe presencia de efectos de sonido.
		Canciones			No se utilizó ninguna canción en esta publicación.
Subtítulos	-			No existe presencia de subtítulos.	
Carruseles	Videos	-	X	El video fue extraído de otro medio y muestra a Paolo Guerrero celebrando su primer gol con Alianza Lima de la manera que lo prometió en el programa Enfocados.	
	Fotos			Esta publicación no cuenta con fotos.	
	Descripción	-	X	En la descripción se aprecia únicamente un titular y un pequeño texto debajo.	
	Likes		X	Se registran 14,900 likes en esta publicación.	
	Comentarios	-	X	Hubo 123 comentarios en esta publicación.	
	Compartidos		X	La publicación se compartió 1,474 veces.	
Hashtags	Hashtags de ubicación	-		No se utilizaron hashtags de ubicación en esta publicación.	
	Hashtags de temporada	-		No se utilizaron hashtags de temporada en esta publicación.	
	Hashtags de interés de nicho	-	X	Se aprecian hashtags mencionando al club Alianza Lima y al futbolista Paolo Guerrero.	
	Hashtags de marca	-		No se utilizaron hashtags de marca en esta publicación.	
En vivo	Personas conectadas	-		No hay presencia de contenido en vivo.	
	Reacciones	-		No hay presencia de contenido en vivo.	
Historias	Likes	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.	
	Compartidos	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.	

Cuarta publicación del 21 de setiembre de 2024

DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍAS	USO	OBSERVACIONES
Reels	Duración de video	15-30 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		30-60 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Efectos de edición	-		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Sonidos	Voz		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Efectos de sonido		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Canciones		No se utilizó ninguna canción en esta publicación.
Subtítulos	-		No existe presencia de subtítulos.	
Carruseles	Videos	-		Esta publicación no cuenta con videos.
	Fotos		X	En esta publicación se aprecia un carrusel de 3 fotos del partido de Alianza Lima contra Sport Boys y de Paolo Guerrero. Las fotos fueron tomadas por un camarógrafo de Futbro.
	Descripción	-	X	En la descripción se aprecia un titular y 3 textos por debajo narrando los hechos del partido en el que Alianza Lima ganó 3 a 0 a sport Boys con un gol de Paolo Guerrero.
	Likes		X	Se registran 1,095 likes en esta publicación.
	Comentarios	-	X	Hubo 2 comentarios en esta publicación.
	Compartidos		X	La publicación se compartió 17 veces.
Hashtags	Hashtags de ubicación	-		No se utilizaron hashtags de ubicación en esta publicación.
	Hashtags de temporada	-		No se utilizaron hashtags de temporada en esta publicación.
	Hashtags de interés de nicho	-	X	Se aprecian hashtags mencionando al club Alianza Lima y a Paolo Guerrero.
	Hashtags de marca	-		No se utilizaron hashtags de marca en esta publicación.
En vivo	Personas conectadas	-		No hay presencia de contenido en vivo.
	Reacciones	-		No hay presencia de contenido en vivo.
Historias	Likes	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.
	Compartidos	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.

Quinta publicación del 21 de setiembre de 2024

DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍAS	USO	OBSERVACIONES	
Reels	Duración de video	15-30 seg.		El video tiene una duración mayor a los 30 segundos.	
		30-90 seg.	X	El video dura 1 minuto con 18 segundos.	
	Efectos de edición	-		No existe presencia de efectos de edición	
	Sonidos	Voz			No existe presencia de voces.
		Efectos de sonido			No existe presencia de efectos de sonido.
		Canciones			No se utilizó ninguna canción en esta publicación.
Subtítulos	-	X	Se aprecia la presencia de subtítulos en el video que ayudan al mayor entendimiento de las declaraciones de Paolo Guerrero.		
Carruseles	Videos	-	X	El video muestra las declaraciones que Paolo Guerrero brindó a la prensa luego del partido de Alianza Lima contra Sport Boys. Este video fue grabado por una de las comensales de Futbro.	
	Fotos			Esta publicación no cuenta con fotos.	
	Descripción	-	X	La descripción muestra un titular puntual detallando lo más importante de lo declarado por Paolo Guerrero.	
	Likes		X	Se registran 1,331 likes en esta publicación.	
	Comentarios	-	X	Hubo 4 comentarios en esta publicación.	
	Compartidos		X	La publicación se compartió 10 veces.	
Hashtags	Hashtags de ubicación	-		No se utilizaron hashtags de ubicación en esta publicación.	
	Hashtags de temporada	-		No se utilizaron hashtags de temporada en esta publicación.	
	Hashtags de interés de nicho	-	X	Se aprecian hashtags mencionando al club Alianza Lima y a Paolo Guerrero.	
	Hashtags de marca	-		No se utilizaron hashtags de marca en esta publicación.	
En vivo	Personas conectadas	-		No hay presencia de contenido en vivo.	
	Reacciones	-		No hay presencia de contenido en vivo.	
Historias	Likes	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.	
	Compartidos	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.	

Segunda publicación del 22 de setiembre de 2024

DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍAS	USO	OBSERVACIONES
Reels	Duración de video	15-30 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		30-60 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Efectos de edición	-		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Sonidos	Voz		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Efectos de sonido		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Canciones	X	La canción utilizada para este reels fue “Cómo No voy A Quererte Universitario” de Nos Sobra Aliento.
Subtítulos	-		No existe presencia de subtítulos.	
Carruseles	Videos	-		Esta publicación no cuenta con videos.
	Fotos		X	La publicación es un carrusel de 3 fotos del partido de Universitario de Deportes frente a Unión Comercio. Las fotos fueron tomadas por un comensal de Futbro.
	Descripción	-	X	La descripción presenta un titular y un pequeño texto debajo explicando lo sucedido en el partido de Universitario de Deportes frente a Unión Comercio en el estadio Monumental.
	Likes		X	Se registran 871 likes en esta publicación.
	Comentarios	-	X	Hubo 3 comentarios en esta publicación.
	Compartidos		X	La publicación se compartió 4 veces.
Hashtags	Hashtags de ubicación	-		No se utilizaron hashtags de ubicación en esta publicación.
	Hashtags de temporada	-		No se utilizaron hashtags de temporada en esta publicación.
	Hashtags de interés de nicho	-	X	Se aprecian hashtags mencionando al club Universitario de Deportes.
	Hashtags de marca	-		No se utilizaron hashtags de marca en esta publicación.
En vivo	Personas conectadas	-		No hay presencia de contenido en vivo.
	Reacciones	-		No hay presencia de contenido en vivo.
Historias	Likes	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.
	Compartidos	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.

Publicación del 28 de setiembre de 2024

DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍAS	USO	OBSERVACIONES
Reels	Duración de video	15-30 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		30-60 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Efectos de edición	-		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Sonidos	Voz		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Efectos de sonido		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Canciones		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
Subtítulos	-		No existe presencia de subtítulos.	
Carruseles	Videos	-		Esta publicación no cuenta con videos.
	Fotos		X	En la publicación se aprecia una foto del partido de Alianza Lima frente a FC Melgar por la liga peruana. La foto fue tomada por uno de los comensales de Futbro.
	Descripción	-	X	La descripción presenta un titular y un pequeño texto debajo indicando el empate entre Alianza Lima y FC Melgar en el estadio Matute por la liga peruana.
	Likes		X	Se registran 78 likes en esta publicación.
	Comentarios	-		No hubo 47 comentarios en esta publicación.
	Compartidos		X	La publicación se compartió 7 veces.
Hashtags	Hashtags de ubicación	-		No se utilizaron hashtags de ubicación en esta publicación.
	Hashtags de temporada	-		No se utilizaron hashtags de temporada en esta publicación.
	Hashtags de interés de nicho	-		No se utilizaron hashtags de interés de nicho en esta publicación.
	Hashtags de marca	-		No se utilizaron hashtags de marca en esta publicación.
En vivo	Personas conectadas	-		No hay presencia de contenido en vivo.
	Reacciones	-		No hay presencia de contenido en vivo.
Historias	Likes	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.
	Compartidos	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.

Publicación del 30 de setiembre de 2024

DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍAS	USO	OBSERVACIONES
Reels	Duración de video	15-30 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		30-60 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Efectos de edición	-		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Sonidos	Voz		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Efectos de sonido		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Canciones	X	La canción utilizada para este reels fue “Alto Riesgo” de Myke Towers.
Subtítulos	-		No existe presencia de subtítulos.	
Carruseles	Videos	-		Esta publicación no cuenta con videos.
	Fotos		X	La publicación es un carrusel de 9 fotos del partido de Alianza Lima contra FC Melgar. Estas fotos no tienen créditos del autor.
	Descripción	-	X	La descripción muestra un tiutñar puntual del partido de Alianza Lima contra FC Melgar.
	Likes		X	Se registran 888 likes en esta publicación.
	Comentarios	-		No hubo comentarios en esta publicación.
	Compartidos		X	La publicación se compartió 5 veces.
Hashtags	Hashtags de ubicación	-		No se utilizaron hashtags de ubicación en esta publicación.
	Hashtags de temporada	-		No se utilizaron hashtags de temporada en esta publicación.
	Hashtags de interés de nicho	-	X	Se aprecian hashtags mencionando a la Liga1, al club Alianza Lima y a FC Melgar.
	Hashtags de marca	-		No se utilizaron hashtags de marca en esta publicación.
En vivo	Personas conectadas	-		No hay presencia de contenido en vivo.
	Reacciones	-		No hay presencia de contenido en vivo.
Historias	Likes	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.
	Compartidos	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.

Primera publicación del 29 de setiembre de 2024

DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍAS	USO	OBSERVACIONES
Reels	Duración de video	15-30 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		30-60 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Efectos de edición	-		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Sonidos	Voz		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Efectos de sonido		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Canciones	X	La canción utilizada para este reels fue “Universitario” de Pepe Ortega.
Subtítulos	-		No existe presencia de subtítulos.	
Carruseles	Videos	-		Esta publicación no cuenta con videos.
	Fotos		X	En la publicación se muestra una foto de Horacio Calcaterra, jugador de Universitario de Deportes, celebrando la victoria de su club frente a Comerciantes Unidos y la tabla de posiciones en la parte posterior. Esta foto no tiene créditos del autor.
	Descripción	-	X	En la descripción se presenta un titular y 2 párrafos debajo explicando la victoria de su club frente a Comerciantes Unidos por 2 a 0 y señalando que su primer lugar en la table de pocisiones de la liga peruana.
	Likes		X	Se registran 819 likes en esta publicación.
	Comentarios	-	X	Hubo 4 comentarios en esta publicación.
	Compartidos		X	La publicación se compartió 25 veces.
Hashtags	Hashtags de ubicación	-	X	Se mencionó al Perú como parte del hashtag de ubicación.
	Hashtags de temporada	-		No se utilizaron hashtags de temporada en esta publicación.
	Hashtags de interés de nicho	-	X	Se aprecian hashtags mencionando al club Universitario de Deportes.
	Hashtags de marca	-		No se utilizaron hashtags de martca en esta publicación.
En vivo	Personas conectadas	-		No hay presencia de contenido en vivo.
	Reacciones	-		No hay presencia de contenido en vivo.
Historias	Likes	-		No se econtraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.
	Compartidos	-		No se econtraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.

Segunda publicación del 29 de setiembre de 2024

DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍAS	USO	OBSERVACIONES
Reels	Duración de video	15-30 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		30-60 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Efectos de edición	-		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Sonidos	Voz		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Efectos de sonido		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Canciones	X	La canción utilizada para este reels fue “Vamos Perú” de Marco Romero y Gonzalo Calmet.
Subtítulos	-		No existe presencia de subtítulos.	
Carruseles	Videos	-		Esta publicación no cuenta con videos.
	Fotos			Esta publicación no cuenta con fotos. En su lugar está una imagen de la convocatoria de la selección peruana para la fecha doble de Eliminatorias.
	Descripción	-	X	La descripción muestra un titular y un pequeño párrafo debajo relatando la noticia de los convocados de la selección peruana para la fecha doble de Eliminatorias contra Uruguay y Brasil.
	Likes		X	Se registran 40 likes en esta publicación.
	Comentarios	-	X	Hubo un comentario en esta publicación.
	Compartidos		X	La publicación se compartió 4 veces.
Hashtags	Hashtags de ubicación	-		No se utilizaron hashtags de ubicación en esta publicación.
	Hashtags de temporada	-		No se utilizaron hashtags de temporada en esta publicación.
	Hashtags de interés de nicho	-		No se utilizaron hashtags de interés de nicho en esta publicación.
	Hashtags de marca	-		No se utilizaron hashtags de marca en esta publicación.
En vivo	Personas conectadas	-		No hay presencia de contenido en vivo.
	Reacciones	-		No hay presencia de contenido en vivo.
Historias	Likes	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.
	Compartidos	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.

Primera publicación del 2 de octubre de 2024

DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍAS	USO	OBSERVACIONES
Reels	Duración de video	15-30 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		30-60 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Efectos de edición	-		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Sonidos	Voz		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Efectos de sonido		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Canciones	X	La canción utilizada para este reels fue "Somewhere Only We Know" de Keane.
Subtítulos	-		No existe presencia de subtítulos.	
Carruseles	Videos	-		Esta publicación no cuenta con videos.
	Fotos		X	En la publicación se aprecia una foto de Gianluca Lapadula, futbolista de la selección peruana. Esta foto no tiene créditos del autor.
	Descripción	-	X	Se describe la noticia con un titular y un párrafo debajo indicando que el futbolista Gianluca Lapadula no estará presente en la fecha doble de Eliminatorias por molestias abdominales.
	Likes		X	Se registran 1,956 likes en esta publicación.
	Comentarios	-	X	Hubo 54 comentarios en esta publicación.
	Compartidos		X	La publicación se compartió 98 veces.
Hashtags	Hashtags de ubicación	-	X	Se mencionó al Perú como parte del hashtag de ubicación.
	Hashtags de temporada	-		No se utilizaron hashtags de temporada en esta publicación.
	Hashtags de interés de nicho	-	X	Se aprecian hashtags mencionando a la selección peruana, al futbolista Gianluca Lapadula y al técnico Jorge Fossati.
	Hashtags de marca	-		No se utilizaron hashtags de marca en esta publicación.
En vivo	Personas conectadas	-		No hay presencia de contenido en vivo.
	Reacciones	-		No hay presencia de contenido en vivo.
Historias	Likes	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.
	Compartidos	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.

Segunda publicación del 2 de octubre de 2024

DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍAS	USO	OBSERVACIONES
Reels	Duración de video	15-30 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		30-60 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Efectos de edición	-		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Sonidos	Voz		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Efectos de sonido		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Canciones	X	La canción utilizada para este reels fue “Seven Nation Army” de The White Stripes.
Subtítulos	-		No existe presencia de subtítulos.	
Carruseles	Videos	-		Esta publicación no cuenta con videos.
	Fotos		X	En la publicación se aprecia una foto de Luis Ramos, futbolista de Cusco FC de la liga peruana. Esta foto no tiene créditos del autor.
	Descripción	-	X	En la descripción aparece un titular y un pequeño texto en el que señala la reciente convocatoria del futbolista Luis Ramos debido a la lesión de Gianluca Lapadula.
	Likes		X	Se registran 50 likes en esta publicación.
	Comentarios	-		No hubo comentarios en esta publicación.
	Compartidos		X	La publicación se compartió 6 veces.
Hashtags	Hashtags de ubicación	-	X	Se mencionó al Perú como parte del hashtag de ubicación.
	Hashtags de temporada	-		No se utilizaron hashtags de temporada en esta publicación.
	Hashtags de interés de nicho	-	X	Se aprecian hashtags mencionando a la selección peruana y al técnico Jorge Fossati.
	Hashtags de marca	-		No se utilizaron hashtags de marca en esta publicación.
En vivo	Personas conectadas	-		No hay presencia de contenido en vivo.
	Reacciones	-		No hay presencia de contenido en vivo.
Historias	Likes	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.
	Compartidos	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.

Primera publicación del 11 de octubre de 2024

DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍAS	USO	OBSERVACIONES
Reels	Duración de video	15-30 seg.		El video tiene una duración mayor a los 30 segundos.
		30-90 seg.	X	El video dura un minuto con 29 segundos.
	Efectos de edición	-		No existe presencia de efectos de edición.
	Sonidos	Voz		No existe presencia de voces.
		Efectos de sonido		No existe presencia de efectos de sonidos
		Canciones		no se utilizó ninguna canción para esta publicación.
Subtítulos	-		No existe presencia de subtítulos.	
Carruseles	Videos	-	X	El video es extraído del medio de comunicación ATV Deportes en donde se ven a los hinchas peruanos recibiendo con fuegos artificiales a la selección previo al partido de Perú frente a Uruguay en el estadio Nacional de Lima.
	Fotos			Esta publicación no cuenta con fotos.
	Descripción	-	X	En la descripción se aprecia un titular puntual indicando el recibimiento de los aficionados a la selección peruana.
	Likes		X	Se registran 53 likes en esta publicación.
	Comentarios	-		No hubo comentarios en esta publicación.
	Compartidos		X	La publicación se compartió 2 veces.
Hashtags	Hashtags de ubicación	-	X	Se mencionó al Perú como parte del hashtag de ubicación.
	Hashtags de temporada	-		No se utilizaron hashtags de temporada en esta publicación.
	Hashtags de interés de nicho	-	X	Se aprecian hashtags mencionando a la selección peruana y al técnico Jorge Fossati.
	Hashtags de marca	-		No se utilizaron hashtags de marca en esta publicación.
En vivo	Personas conectadas	-		No hay presencia de contenido en vivo.
	Reacciones	-		No hay presencia de contenido en vivo.
Historias	Likes	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.
	Compartidos	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.

Segunda publicación del 11 de octubre de 2024

DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍAS	USO	OBSERVACIONES
Reels	Duración de video	15-30 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		30-60 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Efectos de edición	-		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Sonidos	Voz		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Efectos de sonido		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Canciones		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
Subtítulos	-		No existe presencia de subtítulos.	
Carruseles	Videos	-		Esta publicación no cuenta con videos.
	Fotos		X	Se muestra un foto del futbolista peruano Miguel Araujo celberando el gol que anotó frente a la selección de Uruguay en el partido por las Eliminatorias al Mundial 2026. Esta foto no tiene créditos del autor.
	Descripción	-	X	La decripción presenta únicamente una frase puntual en la que se destaca el gol de Perú contra Uruguay en el estadio Nacional de Lima.
	Likes		X	Se registran 84 likes en esta publicación.
	Comentarios	-		No hubo comentarios en esta publicación.
	Compartidos			La publicación no se compartió.
Hashtags	Hashtags de ubicación	-		No se utilizaron hashtags de ubicación en esta publicación.
	Hashtags de temporada	-		No se utilizaron hashtags de temporada en esta publicación.
	Hashtags de interés de nicho	-		No se utilizaron hashtags de interés de nicho en esta publicación.
	Hashtags de marca	-		No se utilizaron hashtags de marca en esta publicación.
En vivo	Personas conectadas	-		No hay presencia de contenido en vivo.
	Reacciones	-		No hay presencia de contenido en vivo.
Historias	Likes	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.
	Compartidos	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.

Tercera publicación del 11 de octubre de 2024

DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍAS	USO	OBSERVACIONES
Reels	Duración de video	15-30 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		30-60 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Efectos de edición	-		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Sonidos	Voz		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Efectos de sonido		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Canciones	X	La canción utilizada para este reels fue “Y Se Llama Perú” de Aliento Blanquirrojo.
Subtítulos	-		No existe presencia de subtítulos.	
Carruseles	Videos	-		Esta publicación no cuenta con videos.
	Fotos		X	La foto mostrada es una del momento en que el futbolista peruano Miguel Aruajo está celebrando el gol que anotó a Uruguay junto a Andy Polo en el estadio Nacional de Lima. Esta foto no tiene créditos del autor.
	Descripción	-	X	La descripción presenta únicamente una frase puntual en la que se destaca la victoria de Perú contra Uruguay en el estadio Nacional de Lima.
	Likes		X	Se registran 129 likes en esta publicación.
	Comentarios	-	X	Hubo 2 comentarios en esta publicación.
	Compartidos		X	La publicación se compartió 16 veces.
Hashtags	Hashtags de ubicación	-	X	Se mencionó al Perú como parte del hashtag de ubicación.
	Hashtags de temporada	-		No se utilizaron hashtags de temporada en esta publicación.
	Hashtags de interés de nicho	-	X	Se aprecian hashtags mencionando a la selección peruana.
	Hashtags de marca	-		No se utilizaron hashtags de marca en esta publicación.
En vivo	Personas conectadas	-		No hay presencia de contenido en vivo.
	Reacciones	-		No hay presencia de contenido en vivo.
Historias	Likes	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.
	Compartidos	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.

Publicación del 18 de octubre de 2024

DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍAS	USO	OBSERVACIONES
Reels	Duración de video	15-30 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		30-60 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Efectos de edición	-		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Sonidos	Voz		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Efectos de sonido		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Canciones	X	La canción utilizada para este reels fue “Te Quier Ver Campéon” de La Trinchera Norte.
Subtítulos	-		No existe presencia de subtítulos.	
Carruseles	Videos	-		Esta publicación no cuenta con videos.
	Fotos		X	Esta publicación es un carrusel de 5 fotos del partido de Universitario de Deportes frente a ADT. Las fotos fueron tomadas por uno de los comensales de Futbro.
	Descripción	-	X	En la descripción se aprecia un titular y un párrafo denajo relatando los sucedido en la victoria de Universitario de Deportes frente a ADT por 2 a 1 y cómo el club crema se pone com líder de la table de la liga peruana.
	Likes		X	Se registran 47 likes en esta publicación.
	Comentarios	-		No hubo comentarios en esta publicación.
	Compartidos		X	La publicación se compartió 4 veces.
Hashtags	Hashtags de ubicación	-		No se utilizaron hashtags de ubicación en esta publicación.
	Hashtags de temporada	-		No se utilizaron hashtags de temporada en esta publicación.
	Hashtags de interés de nicho	-	X	Se aprecian hashtags mencionando al club Universitario de Deportes.
	Hashtags de marca	-		No se utilizaron hashtags de marca en esta publicación.
En vivo	Personas conectadas	-		No hay presencia de contenido en vivo.
	Reacciones	-		No hay presencia de contenido en vivo.
Historias	Likes	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.
	Compartidos	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.

Publicación del 22 de octubre de 2024

DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍAS	USO	OBSERVACIONES
Reels	Duración de video	15-30 seg.		El video tiene una duración mayor a los 30 segundos.
		30-60 seg.	X	El video dura 37 segundos.
	Efectos de edición	-		No existe presencia de efectos de edición.
	Sonidos	Voz	X	En el video se escucha la voz de uno de los entrevistadores de Futbro.
		Efectos de sonido		No existe presencia de efectos de sonido.
		Canciones		No se utilizaron canciones para esta publicación.
Subtítulos	-		No existe presencia de subtítulos.	
Carruseles	Videos	-	X	El video muestra una recopilación de entrevistas a los hinchas de Alianza Lima luego del partido contra Sport Huancayo en el estadio Matute.
	Fotos			Esta publicación no cuenta con fotos.
	Descripción	-	X	En la descripción se aprecia un titular puntual sobre las declaraciones de los aficionados de Alianza Lima después de la victoria del equipo blanquiazul frente Sport Huancayo.
	Likes		X	Se registran 954 likes en esta publicación.
	Comentarios	-	X	Hubo 16 comentarios en esta publicación.
	Compartidos		X	La publicación se compartió 12 veces.
Hashtags	Hashtags de ubicación	-		No se utilizaron hashtags de ubicación en esta publicación.
	Hashtags de temporada	-		No se utilizaron hashtags de temporada en esta publicación.
	Hashtags de interés de nicho	-		No se utilizaron hashtags de interés de nicho en esta publicación.
	Hashtags de marca	-		No se utilizaron hashtags de marca en esta publicación.
En vivo	Personas conectadas	-		No hay presencia de contenido en vivo.
	Reacciones	-		No hay presencia de contenido en vivo.
Historias	Likes	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.
	Compartidos	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.

Publicación del 23 de octubre de 2024

DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍAS	USO	OBSERVACIONES
Reels	Duración de video	15-30 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		30-60 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Efectos de edición	-		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Sonidos	Voz		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Efectos de sonido		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Canciones	X	La canción utilizada para este reels fue "Himno de Sporting Cristal" de SCalibur.
Subtítulos	-		No existe presencia de subtítulos.	
Carruseles	Videos	-		Esta publicación no cuenta con videos.
	Fotos		X	La foto de esta publicación muestra a 2 jugadores de Sporting Cristal celebrando un gol frente a Universitario de Deportes. Esta foto no tiene créditos del autor.
	Descripción	-	X	La descripción presenta un titular puntual señalando la Victoria por 2 a 1 de Sporting Cristal contra Universitario de Deportes por la liga peruana.
	Likes		X	Se registran 29 likes en esta publicación.
	Comentarios	-		No hubo comentarios en esta publicación.
	Compartidos		X	La publicación se compartió 4 veces.
Hashtags	Hashtags de ubicación	-		No se utilizaron hashtags de ubicación en esta publicación.
	Hashtags de temporada	-		No se utilizaron hashtags de temporada en esta publicación.
	Hashtags de interés de nicho	-		No se utilizaron hashtags de interés de nicho en esta publicación.
	Hashtags de marca	-		No se utilizaron hashtags de marca en esta publicación.
En vivo	Personas conectadas	-		No hay presencia de contenido en vivo.
	Reacciones	-		No hay presencia de contenido en vivo.
Historias	Likes	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.
	Compartidos	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.

Segunda publicación del 26 de octubre de 2024

DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍAS	USO	OBSERVACIONES
Reels	Duración de video	15-30 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		30-60 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Efectos de edición	-		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Sonidos	Voz		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Efectos de sonido		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Canciones	X	La canción utilizada para este reels fue "Corazón Alianza Lima" de Comando Svr.
Subtítulos	-		No existe presencia de subtítulos.	
Carruseles	Videos	-		Esta publicación no cuenta con videos.
	Fotos		X	La foto presenta en esta publicación muestra al futbolista Erick Noriega festejando su gol frente a Cusco FC junto a Paolo Guerrero. Esta foto no tiene créditos del autor.
	Descripción	-	X	La descripción presenta un titular y un pequeño texto debajo indicando el triunfo de Alianza Lima frente a Cusco FC en Cusco.
	Likes		X	Se registran 265 likes en esta publicación.
	Comentarios	-	X	Hubo comentario en esta publicación.
	Compartidos		X	La publicación se compartió 3 veces.
Hashtags	Hashtags de ubicación	-		No se utilizaron hashtags de ubicación en esta publicación.
	Hashtags de temporada	-		No se utilizaron hashtags de temporada en esta publicación.
	Hashtags de interés de nicho	-		No se utilizaron hashtags de interés de nicho en esta publicación.
	Hashtags de marca	-		No se utilizaron hashtags de marca en esta publicación.
En vivo	Personas conectadas	-		No hay presencia de contenido en vivo.
	Reacciones	-		No hay presencia de contenido en vivo.
Historias	Likes	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.
	Compartidos	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.

Publicación del 27 de octubre de 2024

DIMENSIONES	INDICADORES	CATEGORÍAS	USO	OBSERVACIONES
Reels	Duración de video	15-30 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		30-60 seg.		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Efectos de edición	-		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
	Sonidos	Voz		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Efectos de sonido		No existe presencia de material audiovisual en esta publicación.
		Canciones	X	La canción utilizada para este reels fue "Así Es La U" de Bombo De La Barra.
Subtítulos	-		No existe presencia de subtítulos.	
Carruseles	Videos	-		Esta publicación no cuenta con videos.
	Fotos		X	En la publicación se muestra una foto de un tifo que los aficionados de Universitario de Deportes presentaron en el último partido de liga del club en el estadio Monumental. La foto fue tomada por uno de los camarógrafos de Futbro.
	Descripción	-	X	En la descripción se aprecia un titular y una pequeña frase debajo destacando el tifo presentado por los hinchas de Universitario de Deportes.
	Likes		X	Se registran 164 likes en esta publicación.
	Comentarios	-	X	Hubo 5 comentarios en esta publicación.
	Compartidos		X	La publicación se compartió 12 veces.
Hashtags	Hashtags de ubicación	-		No se utilizaron hashtags de ubicación en esta publicación.
	Hashtags de temporada	-		No se utilizaron hashtags de temporada en esta publicación.
	Hashtags de interés de nicho	-		No se utilizaron hashtags de interés de nicho en esta publicación.
	Hashtags de marca	-		No se utilizaron hashtags de marca en esta publicación.
En vivo	Personas conectadas	-		No hay presencia de contenido en vivo.
	Reacciones	-		No hay presencia de contenido en vivo.
Historias	Likes	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.
	Compartidos	-		No se encontraron historias dentro del rango de tiempo de la muestra.

