

CANAL ENCUENTRO EN LAS REDES SOCIALES: producción y circulación de contenidos audiovisuales públicos en Facebook (2015-2019)



encuentro





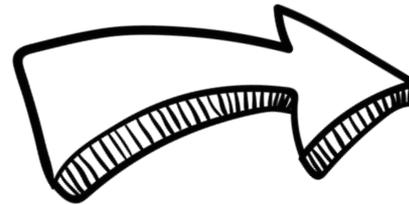
EVENTO VIRTUAL | OCT 19 al 23

CIENCIA
Y TÉCNICA

UNIVERSIDAD
MAZA

III JORNADAS INTERNACIONALES
DE INVESTIGACIÓN, CIENCIA Y UNIVERSIDAD

XII JORNADAS DE INVESTIGACIÓN 2020



20 
series y documentales

HIPÓTESIS

Si bien existió un proceso de articulación, complementariedad y convivencia entre la pantalla de Canal Encuentro y Facebook, el uso y la gestión de la red social fue de **carácter limitado**, puesto que las estrategias comunicacionales se orientaron con **finés promocionales**, dado por la difusión de los contenidos de la pantalla tradicional que por la producción de contenidos digitales. A su vez, esto derivó en una comunicación de tipo unidireccional

LIBRO DE CÓDIGOS

- División en pre estreno, estreno y post estreno
- Frecuencia
- Producción de contenido nativo digital
- Multimedialidad
- Hipertextualidad
- Interacción con la audiencia





RESULTADOS: Frecuencia de contenidos

- Durante el estreno se publicó la mayor cantidad de contenido





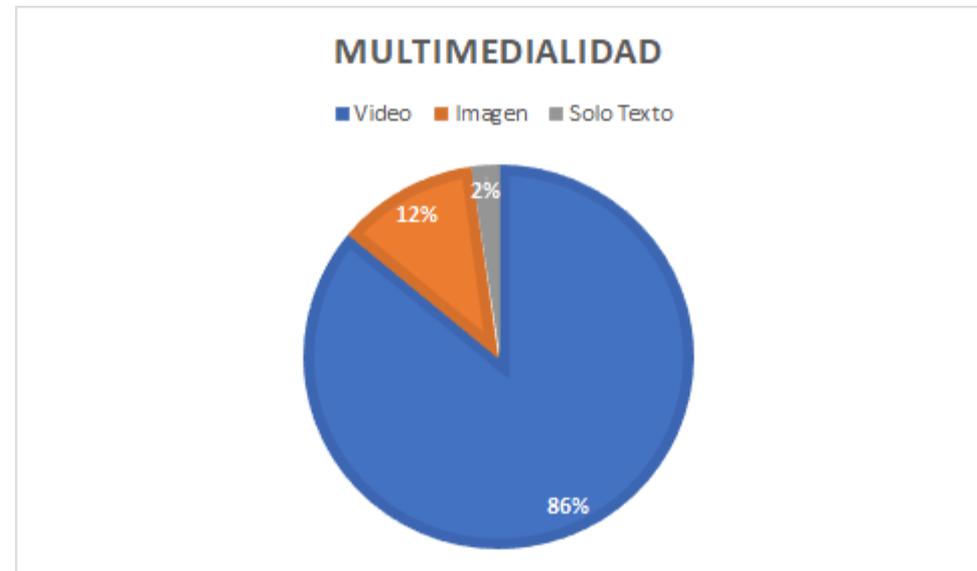
RESULTADOS: Producción de contenidos

- Algunas series diseñaron contenido exclusivo para la red



RESULTADOS: Multimedialidad

- Se utilizaron video e imagen como principales formatos





RESULTADOS: Hipertextualidad

➤ Hay un baja utilización de enlaces





RESULTADOS: Interacción social

- El nivel de interacción con la audiencia es muy bajo en comparación con la cantidad de comentarios que recibe





RESULTADOS: Gestión del contenido

- Limitada
- Título de la serie
- #
- Horario
- Ver por FB, Canal Encuentro y Contar, principalmente
- Actores

