



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA**  
**EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**MODALIDAD PRESENCIAL**



**DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE**  
**GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

**ANÁLISIS DE COMPORTAMIENTO DE LA AUDIENCIA DE LA**  
**FAN PAGE “MI BABAHOYO”**

**AUTOR:**

**LISBETH CAROLINA GUERRERO CORTEZ**

**TUTOR:**

**MSC. CARLOS SÁNCHEZ VIDAL**

**BABAHOYO – ECUADOR**

**2021**

## **Agradecimiento**

A Dios por permitirme llegar hasta esta etapa estudiantil, por toda la sabiduría que me ha dado durante este proceso, perseverancia y sobre todo salud.

A mi madre Patricia Guerrero quien ha sido mi fortaleza en toda mi vida y etapa estudiantil, brindándome todo el apoyo moral y económico para culminar este hermoso proceso.

A la Universidad Técnica de Babahoyo por permitirme formarme en su institución.

A mis docentes quienes han impartido sus conocimientos no solo hacia mi persona, sino también hacia mis compañeros.

*Lisbeth Carolina Guerrero Cortez*

## **Dedicatoria**

Este trabajo se lo dedico a Dios y a mi madre Patricia Guerrero, ambos son mi motor principal lo cual me han permitido culminar este ciclo.

También me lo dedico a mí mismo, por ser quien ha luchado día a día cumpliendo con las obligaciones estudiantiles sin importar las dificultades.

*Lisbeth Carolina Guerrero Cortez*

## **RESUMEN**

Actualmente las redes sociales forman una parte importante en la vida de los seres humanos de modo que influyen en el comportamiento de los usuarios, la actitud de ellos de acuerdo a lo que consumen en los diferentes medios digitales trayendo consigo sus códigos de actuación. Por ello se pretende analizar el comportamiento de la audiencia de la fan page “Mi Babahoyo”, la importancia de ejecutar este tema es debido a que hay varios usuarios que cambian sus actuaciones y obtienen patrones de conducta muy diferente a la que tienen personalmente en comparación con la que reflejan en internet, principalmente en las redes sociales. La investigación se analizó por medio del método cualitativo, la cual se utilizó como técnica la observación directa, la encuesta y grupo focal para recolectar datos para determinar el objetivo de la investigación. La fan page “Mi Babahoyo” resulta ser un medio muy consumido principalmente por los ciudadanos Riosense siendo este incentivando al sensacionalismo a sus seguidores.

**Palabras clave:** Comportamiento, Audiencia, Facebook, Fan page, Interacción

## **SUMMARY**

Currently social networks are an important part in the lives of human beings so that influence the behavior of users, their attitude according to what they consume in different digital media bringing with them their codes of action. Therefore, it is intended to analyze the behavior of the audience of the fan page "Mi Babahoyo", the importance of running this topic is because there are several users who change their actions and get very different patterns of behavior than the one they have personally compared to the one they reflect on the internet, mainly in social networks. The research was analyzed through the qualitative method, which was used as a technique direct observation, survey and focus group to collect data to determine the objective of the research. The fan page "Mi Babahoyo" turns out to be a very consumed media mainly by the citizens of Riosense being this incentivizing sensationalism to its followers.

**Keywords:** Behavior, Audience, Facebook, Fan page, Interaction

# INDÍCE

I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. DESARROLLO .....	2
2.1 Justificación.....	2
2.2 Objetivo.....	3
2.3 Sustentos teóricos.....	3
2.4 Técnicas aplicadas.....	10
2.5 Resultados obtenidos.....	12
III. CONCLUSIONES .....	15
IV. RECOMENDACIONES.....	16
V. BIBLIOGRAFÍAS .....	17
VI. ANEXOS .....	19

## I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se basa en el comportamiento de la audiencia de la fan page página “Mi Babahoyo”, tema que se aborda en base a la sub-línea de investigación de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Babahoyo, denominada como Medios de Comunicación y su influencia en la calidad de vida de los ciudadanos/as, bajo la línea de Comunicación Sustentable Aplicada a Nuevas Tecnologías.

Actualmente vivimos en un mundo donde la sociedad se encuentra en constante cambio y así mismo la adaptación de las personas ante estas nuevas transformaciones, esto hace que la conducta se vea influenciado con las nuevas tecnologías que ahora han ganado terreno en la vida de todos, por eso hay que conocer estos temas que de alguna manera son de gran ayuda para todos.

Los medios de comunicación son de gran importancia para la sociedad, pues son fuentes principales de información, además que; educan, orientan y entretienen, con esto se alude que en gran parte influyen a la colectividad en general. De ahí parte el interés de investigar como es el comportamiento de las personas en los medios digitales según lo que consume y como estos tienen el poder de influenciar en la conducta, enfocándose solo en los seguidores de la fan page “Mi Babahoyo”

Para la elaboración del proyecto se utilizó una metodología cualitativa con el propósito de analizar el contenido de la fan page y en consecuencia a ello el comportamiento de su audiencia, para esto se aplicó la técnica de observación directa, que permitió analizar el tipo de contenido que más interactúan y la actuación de sus seguidores, así mismo se efectuó entrevistas en base a un cuestionario de preguntas para conocer dos criterios distintos en cuanto a la influencia de lo que se consume en las redes sociales, por ultimo un grupo focal donde se mantuvo una conversación con la audiencia de la fan page “Mi Babahoyo”.

## II. DESARROLLO

### 2.1 Justificación

La nueva digitalización es un tema que se ha introducido indirectamente en la sociedad, donde es de gran aporte y ayuda para todos, pero a la vez tiene sus desventajas principalmente su influencia para con las personas cuando se trata de información, donde además de informar se educa a la persona, por tal motivo es de gran importancia efectuar el análisis de comportamiento de la audiencia de la fan page “Mi Babahoyo” en razón que nos permitirá descubrir como es el reflejo de ellos en base al tipo de contenido que ellos más interactúan, además porque se sienten identificada con esta página y a partir de ello sus aprobaciones.

Esta aportará con información para futuros indagadores, amantes de la investigación que ayudará para una formación académica, teniendo como novedoso un caso en particular no analizado anteriormente puesto que siempre muchas personas están constantemente investigando sobre la influencia de las redes sociales hacia la humanidad principalmente en los jóvenes, pero este caso se enfocará en un determinado grupo.

Ante el desconocimiento inconscientemente de las personas que no caen en cuenta de la realidad de la influencia que consumen en internet, en este caso las noticias infiere mucho en la calidad de vida debido a que es el día a día de toda la sociedad en general, desde como está redactada la noticia, hasta como muestran una imagen ya que de alguna manera adoptan estos modos y que evidentemente son replicadas en sus actuaciones.

Esta investigación no solo aportará para una población que desconoce del tema, sino a la vez ayudará al creador de la fan page “Mi Babahoyo” ya que le permitirá conocer y comprender que todo lo que publica en su página miles de personas consumirán su contenido, ya que de alguna



manera esto siempre predominará en los pensamientos de las personas, principalmente de sus seguidores.

## **2.2 Objetivo**

Analizar el comportamiento de la audiencia de la fan page “Mi Babahoyo” en razón del contenido que consumen.

## **2.3 Sustentos teóricos**

A continuación se detalla el sustento teórico del presente estudio de caso, reuniendo conceptos y teorías en relación al tema, puesto que esto permitirá una mejor comprensión de esta investigación.

### **Redes sociales**

Las redes sociales se han vuelto importantes y bastante relevantes para la comunicación y el marketing de las marcas. Son sin duda alguna, medios de comunicación que indiscretamente han ganado terreno tanto en lo tecnológico como el mundo mismo y a su vez tienen incomparables funciones que facilitan algunas actividades de las personas. “Es inminente el crecimiento de las redes sociales en la era digital; son los medios de comunicación más utilizados por las personas para mantener relaciones las unas con las otras, además de ser utilizadas para entretenimiento propio” (Durango, 2014).

“Las redes sociales han alcanzado una presencia muy relevante en la comunicación de las organizaciones y están cambiando su forma de difundir información y relacionarse con sus públicos”(Herrera, 2012).

Nos encontramos así ante un mundo plenamente globalizado debido a la tecnología, en donde las redes sociales facilitan no solo la relación interpersonal entre usuarios, sino también la interacción de estos sujetos con las marcas y los medios de comunicación. (Martínez & Sánchez, 2015)

Lo cual inició con una simple creación de perfiles particulares por medio de los que compartir información personal, puntos de nuestra personalidad o aficiones, actualmente no es solamente un medio de difusión de toda clase de contenidos. Las redes son además una de las superiores herramientas con las que cuentan las organizaciones para acercarse a su público objetivo.

Es así como las redes sociales como tal tienen grandes oportunidades tanto para los internautas como para las empresas o pequeños emprendedores que quieren dar a conocer su marca, así mismo ocurre en el ámbito informativo.(Losada-Díaz & Capriotti, 2015)

Es decir, ya los medios de difusión involucran tanto los medios tradicionales como los espacios virtuales, dentro de los cuales destacan las redes sociales y los diversos mecanismos de interacción con grupos de personas con el apoyo de la tecnología (blogs, wikis, etc). (Herrera, 2012)

Lo dicho hasta aquí se supone que las redes sociales abren puertas para toda la sociedad, ya sea para mantenernos comunicados con los demás, entretenernos, informar e informarnos y como herramienta para vender, creando y compartir contenidos atractivos, además esto ha permitido que ciudadanos comunes y muchos profesionales de la comunicación realicen canales online para informar a su audiencia.

## **Origen de Facebook**

Facebook es un sitio web que fue creado por Mark Zuckerberg en febrero de 2004 junto con sus compañeros de Universidad Chris Hughes, Dustin Moskovitz y Eduardo Saverin, bajo el nombre de facemash.

(Gonçalves, 2016) “Facebook es la principal red social que existe en el mundo. Una red de vínculos virtuales, cuyo principal objetivo es dar un soporte para producir y compartir contenidos”. Como lo indica el autor esta red social como muchos conocemos y sabemos, es para tener lazos con otras personas además de compartir e interactuar.

Zeler, (2017) menciona que la comunicación a través de Facebook en el contexto latinoamericano actual se convierte en una herramienta clave de la comunicación de las organizaciones, no sólo para aumentar la visibilidad de la empresa, marca, producto o servicio, sino también para impulsar el diálogo con los públicos. (pág.16)

Por otro lado Berlanga, (2021) alude que “aunque Facebook ha estado y sigue estando orientado, sobre todo, a las personas, con el tiempo, las marcas, también han ido adquiriendo un peso importante a través de las páginas de Facebook”.

Y es así como Facebook no solo es utilizado para un perfil personal sino para crear páginas dentro de esta misma red social, así también Gonçalves,( 2016) recalca que:

En él, es posible crear un perfil personal o una Fan page, e interactuar con otras personas conectadas al sitio, a través de intercambio de mensajes instantáneos, de la compartición de contenidos y de los famosos “me gusta” en las publicaciones de los usuarios.

Facebook se ha convertido en la red más popular a través de los años, convirtiéndose en un medio importante para la comunicación sobre todo para organizaciones.

### **Fan page de Facebook**

Con el pasar de los años Facebook ha tenido nuevas actualizaciones, esta aplicación lanzó una nueva herramienta en su red como lo es la fan page. Estas son una página que sirven de conducto de comunicación dentro de la red social Facebook y que sus fans son las que mantienen activas.

“A diferencia de los perfiles, las fanpages son espacios que reúnen a personas interesadas en un asunto, empresa, causa o personaje en común”(Siquiera André, 2018). Es así que estas famosas páginas de Facebook se han vuelto importante en el ámbito de la comunicación y a su vez dan paso a la interacción de usuarios, ya que esta es una red muy visitada por millones de personas.

Actualmente los medios de comunicación a la que estábamos acostumbrados a ver por televisión, escuchar en radio e incluso leer en un periódico o revista han migrado a estas nuevas plataformas como una nueva forma de comunicar.

Hoy en día, además de tener un perfil en alguna red social para darse a conocer masivamente, deben saber manejar este perfil de manera llamativa y con estrategias diferentes a las de los medios tradicionales. Desde que Facebook despuntó en 2006 y tomó fuerza en Ecuador desde 2009, los medios de comunicación se han volcado hacia la comunicación 2.0 para poder mantener su audiencia habitual y capturar a la audiencia joven. El periodismo 2.0 es un nuevo modelo en que el usuario deja de ser un simple

receptor y pasa a convertirse en la pieza clave de una comunicación bidireccional.(Villagómez, 2016)

En consecuencia de este avance tecnológico, a la facilidad de acceso a estas páginas es que surgen de manera directa o indirectamente personas que ocupan el rol informativo en la sociedad.

### **Diferencia de una página en Facebook y un perfil en Facebook**

Cabe aclarar estos dos términos de Facebook como lo es el perfil y una página en esta plataforma, puesto que muchas personas tienden a equivocarse en relación a ambas palabras. Es así como (Beese, 2016) indica que:

Una página de fans de Facebook es una cuenta comercial que representa a una empresa o una organización. Es similar a un perfil de Facebook, pero ofrece herramientas únicas para realizar la gestión y monitoreo de la interacción y participación.

Como menciona la autora estas páginas son para un fin beneficioso, es decir que tiene un único objetivo de cualquier índole porque “La página, por sí sola, ya tiene un objetivo diferente. La propuesta no es alimentar intereses o compartir tus novedades diarias con amigos y conocidos, sino presentar contenidos de una forma más profesional y comprometida con ciertos objetivos” (Vázquez, 2020)

### **Beneficios de una fan page**

Contar con una Fan Page, permite acceder al uso de: métricas, mayor visibilidad, mejor posicionamiento, contar con una Landing Page o página de bienvenida, un mayor alcance e impacto entre los clientes y la posibilidad de desarrollar aplicaciones acordes a las necesidades de la empresa.(VISA, 2013)

La creación de una fan page ofrece muchos beneficios y ventajas y una de las más importantes es que no existe un límite de usuarios o fans de seguidores para un mayor rendimiento y generar tráfico cada que se publique un contenido en esta plataforma, así mismo permite mantener un contacto directo entre los seguidores y los administradores de la página, tal como lo dice (Jasinski,

2021) que “crear una fanpage puede realmente ayudarlo a llegar y conectarse con sus clientes actuales y potenciales”.

Definitivamente crear una fan page para cualquiera que sea nuestro interés resulta muy provechoso, poco complicado de generar contenido como anteriormente han mencionado algunos autores, por tal razón muchos recurren a estas opciones como lo hizo el creador de la fan page “Mi Babahoyo”.

### **Mi Babahoyo**

“Mi Babahoyo” es un informativo digital a través de una fan page en Facebook, que fue creada por el Ingeniero José Salcedo Valverde el 1 de junio de 2011 de localidad Babahoyense, que tiene como finalidad informar principalmente a la población Riosense.

Su nombre hace honor a la capital fluminense, su logo es representado por la Catedral Católica de Babahoyo, puesto que es un icono representativo de la ciudad, en la actualidad la página tiene 93.779 seguidores 75.334 me gusta, además tiene cuentas en Instagram y Twitter.

### **Patrones de comportamiento**

Una vez que ciertas actitudes del individuo se convierten en cotidianos en ciertos ambientes o situaciones es lo que se llama patrones de comportamiento. “Es una forma constante que de pensar, sentir, reaccionar físicamente y actuar en determinada situación”(Delgado, 2017).

“Al hablar de patrones culturales se aprenden simplemente al vivirlas como prácticas recurrentes. Son hábitos que se aprenden sin tener que hacerlos conscientes”(López-Mero et al., 2017). Es decir que cada persona se comporta de acuerdo a lo que convive y percibe diariamente, como consecuencia desarrollan determinadas características de reacción en la personalidad y esto a la vez son positivos como negativos que son actuados de manera inconsciente.

### **Comportamiento de audiencia**

Un gran cambio se ha evidenciado en los últimos años en la comunicación, por ende en la audiencia por la constante evolución y transformación de las tecnologías, en tiempos pasados al referirse a la audiencia se aludía más a la televisión, pero hoy la audiencia ante el consumo de contenidos se ha incrementado en los mass-media.

Hay varios tipos de usuarios en redes sociales y, durante los años, estas se han convertido en el sitio donde millones de individuos han podido expresarse y desempeñarse, manifestar sus ideas sobre un asunto específico, replicar, interactuar o sencillamente seguir estando informados.

La gestión de redes sociales es un desafío constante para cualquier empresa hoy en día. Por este motivo, es necesario conocer a nuestra audiencia un poco más para crear, así, un canal de comunicación que nos permita mantener un nivel de interacción alto con nuestros seguidores en todo momento.(Hootsuite, n.d.)

Además está cambiando el sitio donde entran al contenido, ya existente una preferencia por cualquiera de las plataformas de redes sociales sobre las maneras más clásicos, como son el blog y los medios de formato extenso.

“Aunque cada persona es un mundo, seguro que los individuos que constituyen tu audiencia tienen muchas cosas en común”(Valle, 2012). Los usuarios consumen más contenido que antes en las redes sociales, y los creadores de contenido deberán cambiar sus tácticas de publicación para llegar a los sitios donde la audiencia recopila información hoy.

## **Interacción de audiencia**

En toda la humanidad, las relaciones se proporcionan no solo en persona sino además por internet, en la actualidad la relación en las redes sociales es la primordial forma de contacto. “La interacción en Redes Sociales es una parte esencial para el éxito de tu estrategia. En plataformas como Facebook, la interacción es parte del algoritmo que determina la visibilidad de tu contenido”(Barud, 2021). Eso da posibilidad que la audiencia comparta las publicaciones, en otros términos un símbolo de relación entre: el usuario, marca, u organización.

La interacción entre la audiencia, la marca u organización procede del contenido que se realiza para captar su atención. Los individuos tienden hacer conexión con la marca, gracias a

publicaciones de gran interés, permitiendo al público opinar o producir conversaciones con hashtag de temas involucrados que se ha colocado. Esto además dejará que haya más visitas en el lugar, también es evidente que la interacción se da a través de los likes, de las publicaciones compartidas y los comentarios.

## **Marketing de contenido**

Hoy por hoy, el Marketing de Contenidos se basa en las redes sociales para conseguir más grandes audiencias y optimizar todas sus tácticas. Por esto, el público ganado por medio de estas plataformas es un preciado aliado para el triunfo de las metas.

(Pulizzi, 2013) define al marketing de contenido como el proceso comercial y de marketing para crear y distribuir contenido valioso y atractivo para atraer tratar, adquirir y comprometer un objetivo claramente definido y entendido obtener audiencia, con el objetivo de generar clientes rentables acción. Una estrategia de marketing de contenidos puede aprovechar todos los canales de historias (impresos, en línea, en persona, móvil, social, etc.); ser empleado en todos y cada uno etapas del proceso de compra, desde estrategias orientadas a la atención hasta retener estrategias de fidelización y fidelización; e incluir varios grupos de compra.

“Con Internet y las redes sociales se despliega un abanico de posibilidades que hacen que cualquier empresa pueda llegar a su público, al tiempo que se requiere de nuevas estrategias de marketing, entre ellas, sobresale el marketing de contenidos”(Sanagustín, 2013).

El Marketing de Contenidos está encaminado a conquistar audiencias, basado en sus hábitos y gustos. Por lo tanto, se debería aprovechar el potencial del público en las redes sociales para promover tú táctica, estableciendo simultáneamente lazos de confianza que perduren con la era.

El Marketing de Contenidos está basado precisamente en este cambio de sentido. Es el usuario o consumidor, quien, atraído por los contenidos temática o por el valor que la empresa ofrece acude por sí mismo al sitio web, desde las redes sociales, enlaces en otros sitios web o a través de los buscadores. (Toledano Cuervas-Mons & Miguel San Emeterio, 2015)

En relación al éxito de marketing de contenidos (Velasquéz, 2019) menciona que:

El éxito de un adecuado enfoque de Marketing de Contenidos radica en qué se va a difundir. Muchas veces los administradores de páginas, publican solo información o comparten noticias, lo cual si puede funcionar, pero no llega a despertar el interés del todo.

En efecto a lo ya mencionado hay que tener una buena estrategia en el marketing de contenido a la hora de generar contenido sobre todo en las redes sociales, ya que la audiencia es muy exigente en lo que ve y por ende se debe tener un buen manejo sobre todo para mantener fidelización y obtener los objetivos que se haya planteado.

Para todos los creadores de contenido, es de suma importancia conocer el tipo de contenido que los lectores anhelan, sin embargo además es fundamental saber cómo lo desean. Algunos tipos de contenidos son más idóneos para atraer y a la vez retener la atención de los lectores que otros. Generalmente, el contenido que tiene textos más largos tiene más probabilidades de ser leído ligeramente es decir muy por encima, en lo que el contenido con más recursos visuales, como los videos y las imágenes, acostumbran consumirse más a fondo.

## **2.4 Técnicas aplicadas**

### **Modalidad de investigación**

El enfoque de este estudio de caso es de carácter cualitativo como menciona Guerrero (2016) que “tienen como objetivo principal hacer comprensible los hechos”, este enfoque permitirá analizar el comportamiento de la audiencia de la fan page “Mi Babahoyo”.

La metodología de esta investigación ayudara ha obtener información del comportamiento de los seguidores de la fan page “Mi Babahoyo” mediante la técnica de observación directa, grupo focal y entrevistas donde se tendrá opiniones y criterios por lo que evitará la cuantificación numérica en el estudio de caso.



## **Técnicas utilizadas en la investigación**

### **Técnica de observación directa**

“Es un método de recolección de datos sobre un individuo, fenómeno o situación particular. Se caracteriza porque el investigador se encuentra en el lugar en el que se desarrolla el hecho sin intervenir ni alterar el ambiente”(Martinez, 2020).

Con esta primera técnica se realizó una revisión de la interacción de la audiencia de la fan page “Mi Babahoyo” dentro de la red social Facebook que permitió identificar los comentarios y como se expresan ante una publicación como tal, asimismo el tipo de contenido que más consumen.

### **Técnica de focus group**

“La técnica de grupos focales es un espacio de opinión para captar el sentir, pensar y vivir de los individuos, provocando auto explicaciones para obtener datos cualitativos”(Hamui-Sutton & Varela-Ruiz, 2012).

Con la segunda técnica se ejecutó un grupo focal por medio del instrumento del cuestionario de preguntas abiertas, la misma que permitió conocer las opiniones y criterios de un determinado grupo de personas seguidoras o fans de la misma página, para determinar sus posturas en relación a las publicaciones, el manejo de la información que ellos consumen a diario de la fan page “Mi Babahoyo” en base a ello analizar su comportamiento.

### **Técnica de entrevista**

La entrevista es "una conversación que se propone con un fin determinado distinto al simple hecho de conversar"(Díaz-Bravo et al., 2013). Con la tercera técnica se llevó a cabo dos entrevistas; una entrevista al dueño de la fan page “Mi Babahoyo”, por lo cual se mantuvo un diálogo para saber más del medio y su criterio de la influencia de sus contenido, la segunda entrevista se la realizo a un Psicólogo Clínico con el propósito de conocer el comportamiento de

los seres humanos, ambas entrevistas se efectuó a través del instrumento de cuestionario de preguntas abiertas.

## **2.5 Resultados obtenidos**

Aplicada las técnicas se obtuvo resultados que ayudan a sustentar lo que ya se había planteado desde un principio de la investigación, la cual era analizar el comportamiento de la audiencia de la fan page “Mi Babahoyo”. Por medio de una observación directa de la página se evidenciaron varios puntos.

- Los comentario de la audiencia
- Interacción de los contenidos

A través de los puntos observados se explica que los seguidores de la fan page “Mi Babahoyo” consumen más los contenidos de farándula, crónica roja y las transmisiones en vivo de hechos alarmantes y muy poco noticias realmente importante en la sociedad, a su vez comparten la información, realizan comentarios muy bajo en cuanto a ortografía, evidentemente sustituyen ciertas palabras por otras que no son de uso correcto pero que entre todos se entienden lo que realmente quieren transmitir en sus mensajes y a su vez algunos aprueban los comentarios de los otros que ya han dejado su opinión de lo que quieren expresar de la información obtenida, respondiendo o dejando sus likes, evidenciando estar de acuerdo con la otra persona. (Véase en anexol)

En cuanto a la publicación observada como tal se notó que la audiencia mantiene bastante interacción con la pagina por el número de likes, comentarios, y comparticiones; en cuanto a la información, se presenta completa, además que carece de una buena redacción con las debidas reglas ortográficas, otro dato bastante notorio es que utilizan hashtag para que el contenido llegue a más audiencia.

Por otro lado se llevó a cabo la entrevista mediante la plataforma de Google Meet a José Salcedo Valverde de 32 años de edad, creador de la fan page “Mi Babahoyo”, quien es Ingeniero en Sistemas y Tecnólogo en Diseño y Publicidad, lo cual permitió conocer su criterio con respecto a la influencia de los contenidos de su página y a la vez conocer un poco del manejo administrativo.

El ingeniero comentó que su página la considera un medio de comunicación a pesar que no se encuentra registrada en el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información (Cordicom) pero que está en proceso de regulación, además que el comienzo de su travesía comenzó como un hobby por querer informar a la población Babahoyense ya que en ese tiempo consideraba que se carecía de información sobre todo en el medio digital donde poco a poco fue alcanzando seguidores, lo cual duró aproximadamente 4 años en alcanzar mayor número de fans.

Como otro punto importante explicó que dentro de la administración de la página existe la colaboración de dos personas quienes son Licenciados en Comunicación Social, además precisó que la publicación que considera que más alcance tiene son: las de crónica roja, farándula y de ayuda solidaria, estima que la gente sigue mucho su página porque ya tiene algunos años de trayectoria igualmente por la confiabilidad de sus noticias.

Un punto importante es que él considera que la forma de presentar las publicaciones no influye mucho en la forma de actuar de sus seguidores, pues piensa que los contenidos que ellos consumen es netamente información, ya que la pagina como tal no publica contenido de educación por ende no están educando a la sociedad. Así mismo acotó que es notorio que su audiencia le gusta lo popular, lo de pueblo ya que ha evidenciado que el mayor número de acogida se da en ciertas publicaciones con un estilo llamativo, adoptándola como una de sus estrategias para seguir generando contenido en base a lo analizado durante un largo trayecto.

La segunda entrevista se realizó mediante chat por la red social WhatsApp al Psicólogo Clínico Kevin Guerreo Miranda de 28 años para conocer de la mano de un profesional el comportamiento de los seres humanos.

El psicólogo enfatizó que todos los seres humanos tomamos decisiones o acciones de acuerdo a las condiciones ambientales en las que nos encontramos, esto es lo que provoca una actuación de cierta forma y que las motivaciones que influyen al comportamiento es la interacción que la persona tiene con el mundo exterior al interactuar con el medio ya sea social o natural.

En cuanto a los contenidos en redes sociales comentó, que estos medios digitales han proporcionado un espacio para expresar de manera libre sentimiento y opiniones de todo lo que consumen, igualmente el alcance de las redes se han potenciado, eso hace que las palabras de un solo individuo se conviertan en la voz de otros que se sientan identificados.

También indicó que las decisiones que toma la persona no siempre son de manera consciente, puesto que la mente es influenciada por las experiencias o por lo que se ve y eso lo lleva hacer cosas que inconscientemente no se quería hacer. Igualmente es en el caso de las redes y a una escala mayor donde la persona es más vulnerable al contagio inconsciente de ciertas actitudes por lo que dicen y hacen las personas principalmente en Facebook por ser la más visitada.

Por último se efectuó un grupo focal que fue integrada por ocho personas seguidoras de la misma página; para esto se llevó a cabo una reunión por Google Meet, la cual permitió conocer su comportamiento a través de sus opiniones en razón a las publicaciones que realiza la fan page “Mi Babahoyo”

Ellos supieron acotar que siguen la fan page “Mi Babahoyo” porque les gusta estar informados de los acontecimientos en Babahoyo, además porque ha sido una de las pioneras a nivel digital ya que no existía otros medios, además porque la página brinda noticia de actualidad, pese a que desconocen al dueño/a o administradores.

Este pequeño grupo prefiere consumir publicaciones de noticias de farándula y crónica roja, a pesar que la página también publica noticias de política, ayuda social, y publicidad. Otra de las razones de su favoritismo, es que es un medio que no usa tanto tecnicismo en sus publicaciones lo que les atrae bastante, porque de alguna manera utilizan un lenguaje popular y no como en otros medios que se desconoce el significado de ciertas palabras.

De igual forma este grupo prefiere las noticias llamativas ya que consideran que les causa un gran impacto así mismo les motiva a seguir leyendo la noticia y porque no interactuar en ella, además de compartir esa información con los demás para no ser los únicos en informarse de una manera divertida.

Sin embargo ellos piensan que los contenidos no cambian o incumbe en sus comportamiento por lo que lo único que ellos hacen en consumir información de una manera distinta pero si es muy adictivo ciertas cosas en particular que lo hacen repetitivo. Por ultimo ellos confían en la información que se difunde en la fan page “Mi Babahoyo” porque consideran que son seguras y no han encontrado hasta la actualidad alguna falencia.

### **III. CONCLUSIONES**

De acuerdo a esta investigación se puede concluir que los contenidos consumidos en redes sociales influyen de alguna manera las actuaciones de las personas y en este caso es notorio el peso que tiene la fan page “Mi Babahoyo” hacia su audiencia dado que la forma como es presentada la información, es captada y guardada en la mente de las personas.

La audiencia de la fan page “Mi Babahoyo es sensacionalista ya que se comprobó que hay un mayor interés por los contenidos de farándulas y no realmente una verdadera farándula, sino más bien el chisme, así mismo las noticias alarmantes, pues son las que más les impactan a esta audiencia, por la interacción que ellos tienen con ese tipo de publicaciones.

Además los seguidores de la fan page son de nivel medio bajo “populacho” por sus bajísimos criterios en los comentarios de las publicaciones y sus extremados horrores ortográficos en la redacción de lo mismo, esto como consecuencia a lo que ellos captan y se va haciendo repetitivo en la forma de actuar.

Finalmente la fan page no cumple del todo la forma de hacer periodismo puesto que solo están informando y no orientan ni educan a la sociedad, aportando con muy poco contenido que realmente ayuden a formar, aun así es un medio muy conocido en la Provincia de Los Ríos por su trayectoria siendo uno de los pioneros en publicar contenidos en medios digitales en Babahoyo.

## **IV. RECOMENDACIONES**

Se recomienda brindar talleres a la población que sea dirigido por un psicólogo, para que él como profesional guíe y eduque en temas de patrones de comportamiento, con el objetivo que las personas realmente conozcan que todo lo que consumen se ve reflejado en su comportamiento y de esta manera tengan una mejor comprensión y puedan poner en practica todo lo impartido.

También formar parte de un taller por estudiantes o graduados en Comunicación para colaborar con los conocimientos adquiridos, así se ayudará a componer oraciones o textos correctamente para las personas que deseen ser partícipe, así les permitirá exponer sus ideas a través de sus comentarios de una forma más entendible.

Por otro lado se recomienda a la fan page “Mi Babahoyo” que mejore el tipo de contenido y redacción que publica en su página, ya que eso influye mucho e incita a sus seguidores a ser unas personas sensacionalistas, pues deberían evitarlo puesto que es un medio muy consumido, así mismo es recomendable que realicen más contenido con inclinación educativa sin dejar de lado informar a la sociedad.

## V. BIBLIOGRAFÍAS


- Barud, S. (2021, August 23). *Interacción en Redes Sociales: Motiva a tu audiencia a responder / Agorapulse*. <https://www.agorapulse.com/es/blog/interaccion-en-redes-sociales/>
- Beese, J. (2016, May 31). *Páginas y perfiles de Facebook: Conoce la diferencia | Sprout Social*. <https://sproutsocial.com/insights/pagina-de-facebook/>
- Berlanga, L. (2021, May 10). *Qué es Facebook, cómo funciona y qué te puede aportar a ti*. <https://www.ciudadano2cero.com/que-es-facebook/>
- del Valle, E. (2012). *[Análisis en Social Media] Conoce a tu audiencia como a tus propios hijos*. <https://www.socialancer.com/analisis-en-social-media-conoce-a-tu-audiencia-como-a-tus-proprios-hijos/>
- Delgado, L. (2017, August 10). *Patrones de comportamiento*. <https://www.milenio.com/opinion/luis-rey-delgado-garcia/para-reflexionar/patrones-de-comportamiento>
- Díaz-Bravo, L., Torruco-García, U., Martínez-Hernández, M., & Varela-Ruiz, M. (2013, May). *La entrevista, recurso flexible y dinámico*. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-50572013000300009](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009)
- Durango, A. (2014, March 9). *Las Redes Sociales*. [https://books.google.com.ec/books?id=sORqCwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_atb#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=sORqCwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_atb#v=onepage&q&f=false)
- Gonçalves, W. (2016, September 1). *Facebook: Qué es, cómo funciona y por qué usarlo para los negocios*. <https://rockcontent.com/es/blog/facebook/>
- Guerrero, M. (2016). La investigación cualitativa Qualitative research. *INNOVA Research Journal*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.33890/innova.v1.n2.2016.7>
- Hamui-Sutton, A., & Varela-Ruiz, M. (2012, July 16). *La técnica de grupos focales*. <https://www.elsevier.es/es-revista-investigacion-educacion-medica-343-pdf-S2007505713726838>
- Herrera, H. H. (2012). *LAS REDES SOCIALES: UNA NUEVA HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN SOCIAL NETWORKS: A NEW DIFFUSION TOOL*. 91, 121–128.
- Hootsuite. (n.d.). *La importancia de conocer a tu audiencia en las redes sociales*. Retrieved August 28, 2021, from <https://www.hootsuite.com/es/recursos/la-importancia-de-conocer-a-tu-audiencia-en-las-redes-sociales>
- Jasinski, R. (2021, February 5). *Ventajas y desventajas de usar una fanpage - Roberto Jasinski*. <https://robertojasinski.com/ventajas-y-desventajas-de-usar-una-fanpage/>
- López-Mero, P. J., Pibaque-Tigua, M. C., & Reyes-Mero, N. L. (2017). Los patrones culturales predominantes en las familias del sitio cárcel, una mirada desde el trabajo social. *Polo Del Conocimiento*, 2(9), 156. <https://doi.org/10.23857/pc.v2i9.467>

- Losada-Díaz, J. C., & Capriotti, P. (2015). The communication of art museums in facebook: Comparison of key international and Spanish institutions. *Palabra Clave*, 18(3), 889–904. <https://doi.org/10.5294/pacla.2015.18.3.11>
- Martínez-Rodrigo, E., & Sánchez-Martín, L. (2015). Comunicación y Redes Sociales Presentación. *ICONO 14, Revista de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 13(2), 1–5. <https://doi.org/10.7195/ri14>
- Martinez, C. (2020, May 7). *Observación directa: características, tipos y ejemplo*. <https://www.lifeder.com/observacion-directa/>
- Pulizzi, J. (2013). *Epic Content Marketing: How to Tell a Different Story, Break through the ...* - Joe Pulizzi - Google Libros (McGraw Hil). <https://books.google.com.ec/books?id=8dprAAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Sanagustín, E. (2013). *Reseñas Marketing de contenidos: Estrategias para atraer clientes a tu empresa*. 9(2015), 113–114. file:///C:/Users/HP/Downloads/52317-Texto del artículo-96903-2-10-20160603.pdf
- Siquiera André. (2018, May 25). *Fanpage: qué es y 9 razones para tener una Fanpage en Facebook*. <https://www.rdstation.com/es/blog/fanpage-facebook/>
- Toledano Cuervas-Mons, F., & Miguel San Emeterio, B. (2015). Herramientas de marketing de contenido para la generación de tráfico cualificado online. *No. Especial*, 31, 978–996. <https://www.redalyc.org/pdf/310/31045569057.pdf>
- Vázquez, A. (2020). *Diferencia entre perfil y pagina de Facebook*. <https://www.tiendanube.com/blog/principales-diferencia-entre-perfil-y-pagina-de-facebook/>
- Velasquéz, C. (2019). *Análisis del marketing de contenidos del fanpage oficial “Ni una menos Perú: tocan a una, tocan a todas”*, Lima, 2019. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/54165/Velásquez\\_MCM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/54165/Velásquez_MCM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Villagómez María. (2016). *Análisis del uso de Facebook por parte de los medios de comunicación*. <https://iddigitalschool.com/analisis-facebook-medios-comunicacion/#1565093927971-de499a52-d721>
- VISA, E. (2013, December 14). *Lo bueno de tener una fan page de la PYME | ConnectAmericas*. <https://connectamericas.com/es/content/lo-bueno-de-tener-una-fan-page-de-la-pyme>
- Zeler, I. (2017, November 30). *FACEBOOK COMO INSTRUMENTO DE COMUNICACIÓN EN LAS EMPRESAS DE AMÉRICA LATINA*. 16. <https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/462203/TESI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>



## VI. ANEXOS

### Anexo #1. Ficha de observación

Medio observado	Mi Babahoyo						
N. de seguidores	95.900						
N. de me gusta de la página	76.082						
Fecha de observación	23/09/2021						
Hora de publicación	09:30 a.m						
Titular	#INSOLITO						
Título de presentación	DEMANDAN A PAREJA POR HACER DEMASIADO RUIDO AL TENER SEXO.						
Enlace del post	<a href="https://www.facebook.com/266094634079881/posts/856076198415052/">https://www.facebook.com/266094634079881/posts/856076198415052/</a>						
Se usó hashtasg	si						
Tratamiento de la publicación	Presenta la información completa		Es unilateral		Redacción propia		Información compartida
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI
	X	X		X		X	
Tratamiento de la imagen	Editada	Collage					
	NO	NO					
No. De likes	198						
No. De “me encanta”	5						
No. De “me entristece”	2						
N. de “me divierte”	525						
N. de “me enoja”	3						
N. de “me asombra”	51						

<b>N. de comentarios</b>	<b>212</b>
<b>Veces compartida</b>	<b>199</b>

<b>Medio observado</b>	Mi Babahoyo						
<b>N. de seguidores</b>	95.900						
<b>N. de me gusta de la página</b>	76.082						
<b>Fecha de observación</b>	21/09/2021						
<b>Hora de publicación</b>	21:09 p.m						
<b>Titular</b>	No tiene						
<b>Título de presentación</b>	No tiene						
<b>Enlace del post</b>	<a href="https://www.facebook.com/266094634079881/posts/855668258455846/">https://www.facebook.com/266094634079881/posts/855668258455846/</a>						
<b>Se usó hashtasg</b>	si						
<b>Tratamiento de la publicación</b>	<b>Presenta la información completa</b>		<b>Es unilateral</b>		<b>Redacción propia</b>		<b>Información compartida</b>
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	NO
		X		X	X		
<b>Tratamiento de la imagen</b>	<b>Editada</b>	<b>Collage</b>					
	NO	NO					
<b>No. De likes</b>	8						
<b>No. De “me encanta”</b>	0						
<b>No. De “me entristece”</b>	0						

<b>N. de “me divierte”</b>	<b>0</b>
<b>N. de “me enoja”</b>	<b>0</b>
<b>N. de “me asombra”</b>	<b>0</b>
<b>N. de comentarios</b>	<b>5</b>
<b>Veces compartida</b>	<b>0</b>

## Anexo #2. Publicaciones observadas

**Mi Babahoyo Ec** 2 d · 🌐

#INSÓLITO 🚫🔴🚫🔴🚫🔴

DEMANDAN A PAREJA POR HACER DEMASIADO RUIDO AL TENER SEXO.

Vecinos del barrio Leon Febres Cordero de la Parroquia José Luis Tamayo (Muey) Salinas - Ecuador 🇪🇨 demandaron a una pareja de jóvenes recién casados que supuestamente hacen demasiado ruido cuando mantienen relaciones sexuales.

Los vecinos se quejan de que los ruidos sexuales comienzan a media noche y no acaban hasta las 2 o las 3 de la madrugada y como son casas cuádruplex se escuchan en las 4 casas los gritos.

Según la vecina Alma Marcela, el sexo de los recién casados es "bastante antinatural" y "excesivo". "Suena como si a los dos les doliera mucho". Las autoridades han dado un citatorio a la pareja para hablar del caso. Aunque lo más seguro será que no se va a poder hacer nada ya que están en su casa.



👍👎👏 763      208 comentarios   195 veces compartido

Todos los comentarios ▾

Escribe un comentario...  
Presiona "Enter" para publicar.

**La Xikita Meury Yepes**  
La sapada de la gente.  
Envidiosos xq seguro ellos no hacen nada 🤔🤔🤔🤔  
Me gusta · Responder · 2 d      👍👎👏 9

**Elizbet Machado Cabrera**  
Seguro les preocupa la estructura de la casa 🤔🤔🤔🤔 según veo parece madera fina „jajji 🤔🤔🤔🤔 en cualquier momento les cae encima.🤔🤔🤔🤔 la gente se mete en todo „uffff 🤔 los gemidos no los dejan dormir es que de noche en el silencio se escucha alto y fuerte..  
Me gusta · Responder · 2 d      👍👎👏 2

**Gus Val**  
Lo que pasa es que esta muy atenta a los vecinos por que ya no la an de tocar



Me gusta · Responder · 2 d      👍👎👏 3

**Angelica Calle**  
JAJAJAJA preferible esos gritos por q hay otros q

ASESINADO AL ESTILO SICARIATO POR UNA MUJER.  
Hasta la morgue de la ciudad de Babahoyo, fue trasladado el cuerpo de Andrés Paredes Puga, de 26 años de... Ver más



👍👎👏 59      6 comentarios · 7 veces compartido

👍👎👏 Derian Sellan y 58 personas más ▾      👍

Más relevantes ▾

**Solangie Merchan**  
Dios mío eso no fue por una mujer eso era que tenía algún problemita y lo quisieron callar Dios perdone a los criminales porq al que a hierro mata a hierro muere  
3 d Me gusta Responder      👍 1

**Santiago Pérez** Solangie Merchan fue una mujer q lo...

**Yolanda Margarita Rivera**  
No q lo mataron por una mujer sino q lo asesino una mujer  
3 d Me gusta Responder

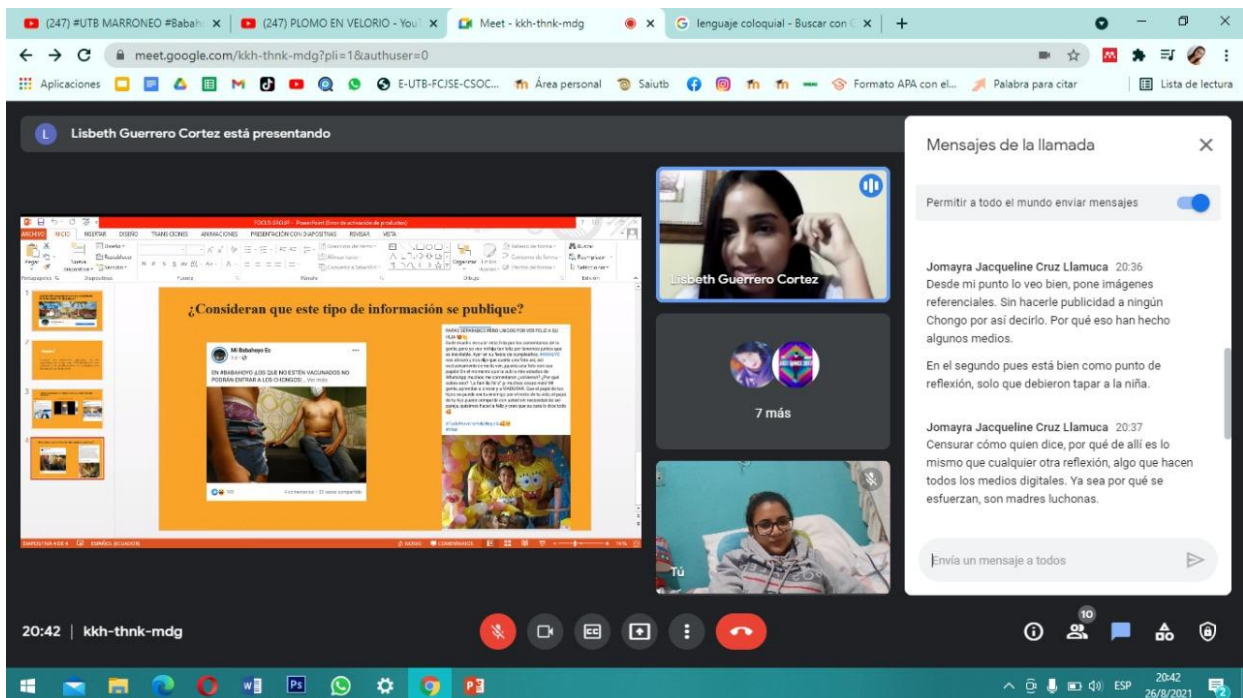
**Maria Tello Valencia**  
Quien lo manda andar con muger agena que Dios le de paz asu familia  
2 d Me gusta Responder

**Gabriel Sellan**  
Van a prohibir andar hombre mujer  
3 d Me gusta Responder

**Maria Tello Valencia**



## Anexo #2. Reunión del grupo focal



## Anexo #3. Preguntas del grupo focal

### 1. ¿Sabes quiénes son los administradores de la página?

8: No

### 2. ¿Por qué sigues esta página?

8: porque nos gusta estar informados principalmente de la Provincia Los Ríos

### 3. ¿Qué tipo de contenido les llama más la atención de esta página?

- Las noticias locales: 1

- Las noticias de crónica roja: 3

- Las transmisiones en vivo: 1

- Las de farándula: 3

### 4. ¿Por qué decidieron seguir la página?

8: porque fue una de las pioneras en medios digitales

**4. ¿Con que frecuencia ven la página?**

Una vez al día.

**6. ¿Confían en la información de este medio? ¿Por qué?**

Sí, porque hasta el momento no se ha evidenciado una noticia falsa que se haya publicado.

**7. ¿Consideras que a través de la información se educa a los que receptores? ¿Por qué?**

No, porque no es contenido educativo.

**8. ¿Consideran que lo que consumen contribuye en su forma de actuar?**

No, aunque en algunos casos en muy repetitivo ciertas cosas que se adoptan.

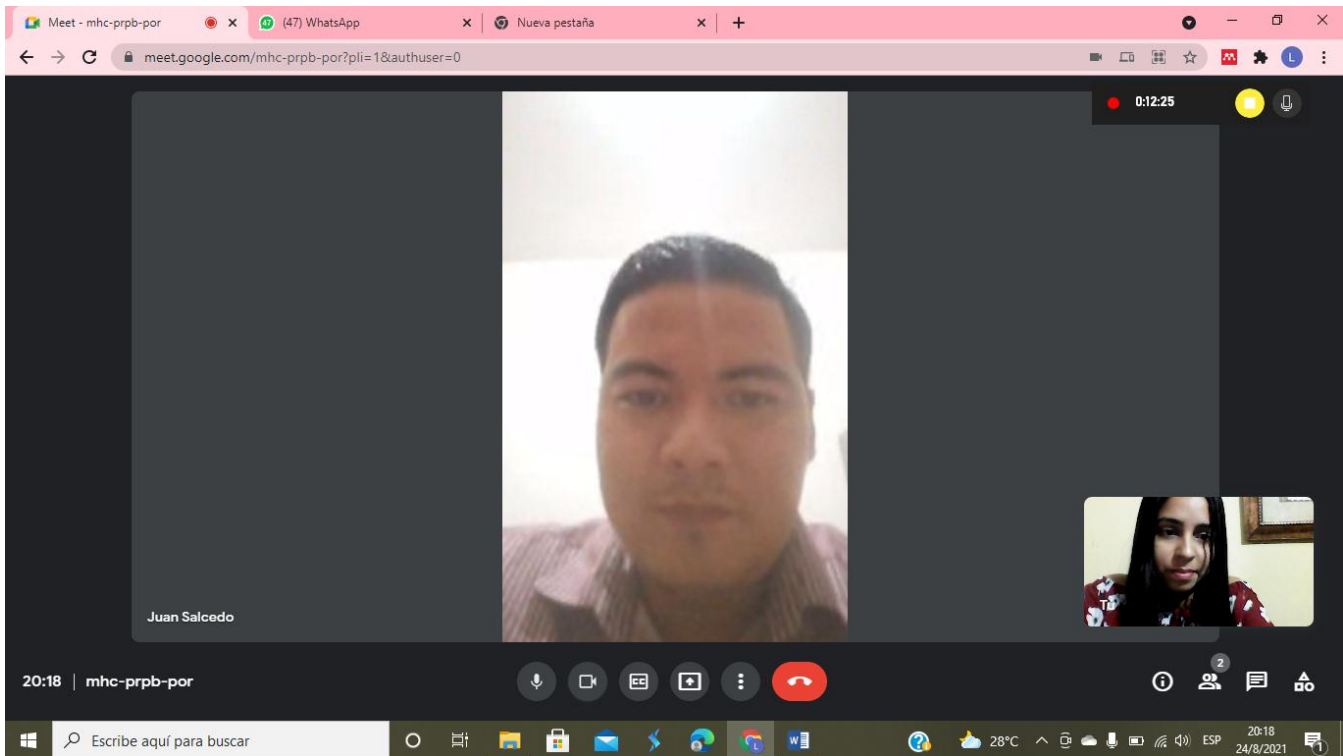
**9. ¿Te gusta que la información este redactada con estilo llamativo o con tecnicismo?**

Con estilo llamativo, pues es más impactante.

**10. ¿Consideras que este medio solo los informan o educan?**

Solo nos están informando, porque las publicaciones son noticias.

## Anexo #4. Entrevista 1



## Anexo #5. Preguntas de la entrevista

**1. ¿Se considera un medio de comunicación?**

Sí, porque estamos informando de acontecimientos importantes en la página.

**2. Si la respuesta es sí ¿Esta registrado en los medio de comunicación regulados por la Cordicon?**

No, pero se encuentra en proceso.

**3. ¿Cuántos años lleva la página “Mi Babahoyo”?**

10 años, su creación fue el 1 de junio de 2011.

**4. ¿Cómo surgió la idea de la creación de la página?**

Surgió como un hobby por querer informar a la población de Babahoyo.

**5. Al comienzo de la creación y de las publicaciones ¿tuvo buena acogida?**

No, como toda página siempre tiene su tiempo para que las personas vayan conociendo.

**6. ¿Cuál es el mayor desafío que ha atravesado la página?**

La sanción de Facebook cerrando la página, por publicar imágenes sangrientas.

**7. ¿Detrás de la página cuantas personas trabajan en la página?**

Existe la colaboración de dos personas.

**8. ¿Son profesionales de la comunicación las personas que manejan la página?**

Si, son Licenciados en Comunicación Social.

**9. ¿En cuánto tiempo llego alcanzar el número de seguidores?**

Aproximadamente cuatro años.

**10. ¿Qué estrategias usted utiliza para generar mayor número y tráfico de seguidores?**

Usar un lenguaje sencillo en las publicaciones con un título llamativo.

**11. ¿Qué tipo de publicación es la que tiene más alcance?**



Crónica roja, farándula, ayuda social.

**12. ¿Por qué cree que la gente lo sigue?**

Porque ya lleva varios años en los medios digitales y por ser las primeras en Babahoyo en existir como medio de comunicación en lo digital.

**13. ¿Cree que sus contenidos influyen en la forma de actuar o pensar de su audiencia?**

**¿Por qué?**

Considero que la forma de presentar las publicaciones no influye mucho en la forma de actuar de sus seguidores, pues los contenidos que ellos consumen es netamente información, ya que la pagina como tal no publica contenido de educación por ende no se educa a la sociedad.

**14. ¿Las reacciones de su audiencia a través de los comentarios son positivos o negativos?**

La mayoría son positivos, pero siempre existirán personas que no estén de acuerdo y por ende dejen comentarios negativos.

## Anexo #6. Entrevista 2

Psic. Kevin Guerrero en línea

VIERNES

¿Considera que las redes transforman las relaciones de las personas? 7:05 p. m. ✓

Si han revolucionado nuestro entorno y la forma de comunicarnos, la forma en cómo se relacionan los generadores en internet y el internauta. Estos espacios digitales han proporcionado un espacio para expresar de manera libre sentimiento y opiniones de todo lo que consumen. Además algunas manifestaciones se ven potenciadas por el largo alcance las redes sociales, haciendo que las palabras de un solo individuo puedan convertirse en la voz de muchos otros que se sienten identificados con las opiniones de quienes se atreven a publicar primero. 7:07 p. m.

¿Las personas se comportan de manera consciente o inconsciente? 7:08 p. m. ✓

De ambas formas, muchas veces las decisiones o acciones que tomamos no dependen enteramente de nosotros puesto que la conciencia y la libertad que tenemos son nuestra mejor herramienta aquello que nos distingue de los animales. La mente siempre está influenciada por las experiencias previas e incluso hacer cosas que inconscientemente no se quiere o se quería hacer. 7:49 p. m.

¿Afectan las redes sociales este carácter del inconsciente en las decisiones? 7:50 p. m. ✓

Escribe un mensaje aquí

Psic. Kevin Guerrero en línea

¿Considera que las redes sociales influyen en el comportamiento de las personas? 6:57 p. m. ✓

Sí, porque los seres humanos toman acciones frente a las condiciones ambientales, en las que se encuentra patrón u orientación, provocando que estos actúen de una determinada forma. 6:59 p. m.

¿Cuáles son las motivaciones que influyen al comportamiento? 7:00 p. m. ✓

La interacción que se tiene con el mundo exterior, la persona demuestra en su comportamiento una forma de ser al interactuar con el medio en el que se encuentra, ya sea este social o natural. 7:00 p. m.

Conducta y comportamiento ¿es lo mismo? 7:01 p. m. ✓

Sí, realmente para referirse a la conducta de las personas también se suele emplear la palabra comportamiento como un sinónimo pero ambas van de la mano. 7:02 p. m.

¿Considera que las redes sociales transforman las relaciones de las personas? 7:05 p. m. ✓

Escribe un mensaje aquí

Psic. Kevin Guerrero en línea

De ambas formas, muchas veces las decisiones o acciones que tomamos no dependen enteramente de nosotros puesto que la conciencia y la libertad que tenemos son nuestra mejor herramienta aquello que nos distingue de los animales. La mente siempre está influenciada por las experiencias previas e incluso hacer cosas que inconscientemente no se quiere o se quería hacer. 7:49 p. m.

¿Afectan las redes sociales este carácter del inconsciente en las decisiones? 7:50 p. m. ✓

Si estamos conectados a una escala mucho mayor, significa que también somos más vulnerables al contagio inconsciente de ciertas actitudes por lo que dicen y hacen las personas principalmente en Facebook ya que es considerada una de las redes más visitadas en todo el mundo. 7:51 p. m.

Muchas gracias Lcdo. Kevin 7:52 p. m. ✓

Eliminaste este mensaje 7:52 p. m.

Sus respuestas son de gran valor para mi investigación 7:54 p. m. ✓

De nada Lisbeth, no dudes en preguntarme cualquier duda que te surja 7:55 p. m.

Escribe un mensaje aquí

## **Anexo #7. Preguntas de la entrevista**

### **1. ¿Considera que las redes sociales influyen en el comportamiento de las personas?**

Sí, porque los seres humanos toman acciones frente a las condiciones ambientales, en las que se encuentra patrón u orientación, provocando que estos actúen de una determinada forma.

### **2. ¿Cuáles son las motivaciones que influyen al comportamiento?**

La interacción que se tiene con el mundo exterior, la persona demuestra en su comportamiento una forma de ser al interactuar con el medio en el que se encuentra, ya sea este social o natural.

### **3. Conducta y comportamiento ¿es lo mismo?**

Si, realmente para referirse a la conducta de las personas también se suele emplear la palabra comportamiento como un sinónimo pero ambas van de la mano.

### **4. ¿Considera que las redes sociales transforman las relaciones de las personas?**

Si han revolucionado nuestro entorno y la forma de comunicarnos, la forma en cómo se relacionan los generadores en internet y el internauta. Estos espacios digitales han proporcionado un espacio para expresar de manera libre sentimiento y opiniones de todo lo que consumen. Además algunas manifestaciones se ven potenciados por el largo alcance las redes sociales, haciendo que las palabras de un solo individuo puedan convertirse en la voz de muchos otros que se sienten identificados con las opiniones de quienes se atreven a publicar primero.

### **5. ¿Las personas se comportan de manera consciente o inconsciente?**

De ambas formas, muchas veces las decisiones o acciones que tomamos no dependen enteramente de nosotros puesto que la conciencia y la libertad que tenemos son nuestra mejor herramienta aquello que nos distingue de los animales. La mente siempre está influenciada por las experiencias previas e incluso hacer cosas que inconscientemente no se quiere o se quería hacer.

### **6. ¿Afectan las redes sociales este carácter del inconsciente en las decisiones?**

Si estamos conectados a una escala mucho mayor, significa que también somos más vulnerables al contagio inconsciente de ciertas actitudes por lo que dicen y hacen las personas principalmente en Facebook ya que es considerada una de las redes más visitada en todo el mundo.