



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

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE: LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

TEMA

**ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA EJERCIDA POR MEDIOS DIGITALES
EN LA CONDUCTA DE LOS HABITANTES DEL BARRIO JAIME
ROLDÓS AGUILERA DEL CANTÓN LA LIBERTAD.**

AUTOR

MATEO CARDONA PATIÑO

TUTOR

LIC. DAVID XAVIER ECHEVERRÍA MAGGI, MGTR.

DOCENTE ESPECIALISTA

LIC. SANDRA BETZABETH MALDONADO LÓPEZ, MGTR.

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

SUB-LÍNEA

**MEDIOS IMPRESOS Y LA UTILIZACIÓN DE LAS TIC AL
DESARROLLO SOCIAL.**

LA LIBERTAD, ECUADOR, SEPTIEMBRE, 2022

TEMA

**ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA EJERCIDA POR MEDIOS DIGITALES
EN LA CONDUCTA DE LOS HABITANTES DEL BARRIO JAIME
ROLDÓS AGUILERA DEL CANTÓN LA LIBERTAD.**

AGRADECIMIENTO

Quiero iniciar expresando mi más profundo agradecimiento a cada uno de los docentes que hicieron parte de mi formación académica en la carrera de comunicación en la Universidad Estatal Península de Santa Elena, principalmente a los licenciados Milton González, Wilson León y Gerzon Cochea; quienes con sus consejos e incluso llamados de atención, me motivaron a continuar y mejorar constantemente.

Asimismo, agradezco a las licenciadas Paola Cortez, Gabriela Vélez y Lilibeth Orrala, por sus grandes aportes y enseñanzas que perdurarán en mí.

De igual manera, mi eterna gratitud a mi tutor, el Lcdo. Xavier Echeverría, por el tiempo dedicado al acompañamiento para el correcto desarrollo de este artículo, aunado a esto, quiero también agradecer al Lcdo. Ángel Matamoros y la Lcda. Maribel García, por sus consejos, correcciones y guías.

Finalmente, y no menos importante, agradecerle a Dios, por sus bendiciones sobre mí y sobre mi familia.

Mateo Cardona Patiño

DEDICATORIA

Dedico este gran momento a mi madre, la señora Eliana Patiño, por ser el pilar fundamental en mi vida, quien me guío por un buen camino sin imponer nunca su criterio sobre el mío, y por hacerme sentir siempre que, si temía caer, podía hacerlo ya que ella estaría ahí para levantarme una vez más.

A mi hermana Estefanía Cardona, quien ha sido y será mi compañera y guía, quien estuvo allí sosteniéndome cada vez que creí caer en todas las etapas de mi vida.

Por último, a mi pareja, Leslie Zambrano, por compartir momentos significativos conmigo y por siempre estar dispuesta a escucharme y ayudarme en cualquier momento sin importar las circunstancias.

Mateo Cardona Patiño

CERTIFICACIÓN DE VALIDACIÓN DEL DOCENTE TUTOR



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

CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC
MODALIDAD PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

La Libertad, 26 de Julio del 2022

Doctora

Lilian Susana Molina Benavides

Directora de la Carrera de Comunicación

En su despacho. –

En calidad de tutor asignado por la Carrera de Comunicación, informo a usted que el señor: Mateo Cardona Patiño con cédula de identidad 0961495041 ha cumplido con los requisitos estipulados en el Reglamento de titulación de grado y postgrado de la UPSE (UIC).

Art 14.- Actividades académicas del docente tutor. - El docente tutor realizará un acompañamiento a los estudiantes en el desarrollo del proyecto del trabajo de integración curricular será de forma híbrida (presencial/virtual), quién presentará el informe correspondiente de acuerdo con la planificación presentada por el Docente Guía.

Debo indicar, que el señor: Mateo Cardona Patiño, ha cumplido el Trabajo de Titulación en la (UIC) con el proyecto de investigación titulado: Análisis de la influencia ejercida por medios digitales en la conducta de los habitantes del barrio Jaime Roldós Aguilera del cantón La Libertad.

Por lo ante expuesto, recomiendo se apruebe el Trabajo de Titulación; proyecto de investigación.

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

Lcdo. David Xavier Echeverría Maggi, Mgtr.
Docente tutor
Trabajo Integración Curricular II
CI: 171080600-9
Correo Institucional: decheverria@upse.edu.ec
Cel: 0984996339

**MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE
INTEGRACIÓN CURRICULAR**



Dra. Lilian Susana Molina Benavides, PhD.
**DIRECTORA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Lcda. Sandra Betzabeth Maldonado López, Mgtr.
**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA CARRERA
DE COMUNICACIÓN**



Lcdo. David Xavier Echeverría Maggi, Mgtr.
**DOCENTE TUTOR DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



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



Cardona Patiño Mateo
ESTUDIANTE

DERECHOS DE AUTORÍA

Quien suscribe; **Mateo Cardona Patiño**, con C.C: **096149504-1**, estudiante de la Carrera de Comunicación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, declaro que el trabajo de titulación; **proyecto de investigación**, presentado a la Unidad de Integración Curricular (UIC), cuyo tema es: **ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA EJERCIDA POR MEDIOS DIGITALES EN LA CONDUCTA DE LOS HABITANTES DEL BARRIO JAIME ROLDÓS AGUILERA**, corresponde exclusiva responsabilidad del autor y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Atentamente,



Mateo Cardona Patiño
C.I 0961495041
Correo institucional: mateo.cardonap@upse.edu.ec
Celular: 0995309022

ÍNDICE DE CONTENIDO

TEMA	2
AGRADECIMIENTO	3
DEDICATORIA	4
CERTIFICACIÓN DE VALIDACIÓN DEL DOCENTE TUTOR	5
DERECHOS DE AUTORÍA	7
ÍNDICE DE CONTENIDO	8
ÍNDICE DE TABLAS	10
ÍNDICE DE FIGURAS/ GRAFICAS/ IMÁGENES	11
RESUMEN	12
ABSTRACT	13
INTRODUCCIÓN	14
1. CAPÍTULO I. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO	15
1.1 Descripción del problema	15
1.2 Formulación del problema	15
1.3 Preguntas de investigacion	15
1.4 Justificación	16
1.5 Objetivos.....	16
1.5.1 General	16
1.5.2 Específicos	16
1.6 Hipótesis	17
1.7 Definición de variables.....	17
1.7.1 Variable independiente: medios digitales.....	17
1.7.2 Variable dependiente: conducta de los habitantes	17
1.7.3 Variables operacionalización matriz de operacionalización de variables (anexo 1).....	17
2. CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	18
2.1 Antecedentes	18
2.2 Marco conceptual	19
2.2.1 Sesgos cognitivos.....	20
2.2.2 Sesgos de confirmacion y representacion	20
2.2.3 Susceptibilidad cognitiva	20
2.2.4 Razonamiento motivado: efecto Halo y de Arrastre	20
2.2.5 Disonancia cognitiva.....	21
2.2.6 Sesgo de creencia	21
2.2.7 Tecnología comunicativa e informacional.....	22

2.2.8 Procesos de la comunicación	22
2.2.9 Multimedialidad	22
2.2.10 Bases de datos y fuentes de información	23
2.2.11 Interactividad.....	23
2.2.12 Elementos de la comunicación.....	23
2.3 Marco Legal	23
3. CAPITULO III. METODOLOGÍA.....	26
3.1 Tipo de investigación.....	26
3.2 Enfoque de la investigación	26
3.3 Diseño de la investigación	27
3.4 Métodos de investigación	27
3.5 Técnicas e instrumentos.....	27
3.6 Universo, poblacion y muestra	28
4. CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	29
4.1 Resultados	29
4.2 Discusion de resultados	29
5. CONCLUSIONES	44
6. RECOMENDACIONES	45
7. BIBLIOGRAFÍA	46
8. ANEXOS	49

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Variable independiente: ¿Con que frecuencia se informa de los sucesos de su sector a través de medios digitales?	32
Tabla 2.	Variable independiente: ¿Ha realizado denuncias públicas por canales digitales como: redes sociales, páginas webs, etc.?	33
Tabla 3.	Variable independiente: Cuando ocurre un determinado suceso, ¿usted compara la información en distintos medios de comunicación?	34
Tabla 4.	Variable independiente: ¿Cree que la información publicada por medios digitales es verdadera?	35
Tabla 5.	Variable independiente: ¿Cree que los medios digitales emiten información según su conveniencia?	36
Tabla 6.	Variable dependiente: ¿Usted emite su criterio a través de comentarios en las publicaciones de los medios digitales?	37
Tabla 7.	Variable dependiente: Califique la confianza que tiene en los medios digitales de los que recibe información.	38
Tabla 8.	Variable dependiente: ¿Ha tenido debates mediante comentarios en publicación emitidas por los medios digitales?	39
Tabla 9.	Variable dependiente: ¿Cree que la opinión emitida por los periodistas ha cambiado su percepción respecto a algún tema en particular?	40
Tabla 10.	Variable dependiente: ¿Cree que los medios digitales tratan de influenciar sobre su criterio político?	41
Tabla 11.	Entrevista.....	42

ÍNDICE DE FIGURAS/ GRAFICAS/ IMÁGENES

Figura 1. Variable independiente: ¿Con que frecuencia se informa de los sucesos de su sector a través de medios digitales?	32
Figura 2. Variable independiente: ¿Ha realizado denuncias públicas por canales digitales como: redes sociales, páginas webs, etc.?	33
Figura 3. Variable independiente: Cuando ocurre un determinado suceso, ¿usted compara la información en distintos medios de comunicación?.....	34
Figura 4. Variable independiente: ¿Cree que la información publicada por medios digitales es verdadera?35	
Figura 5. Variable independiente: ¿Cree que los medios digitales emiten información según su conveniencia?	36
Figura 6. Variable dependiente: ¿Usted emite su criterio a través de comentarios en las publicaciones de los medios digitales?.....	37
Figura 7. Variable dependiente: Califique la confianza que tiene en los medios digitales de los que recibe información.	38
Figura 8. Variable dependiente: ¿Ha tenido debates mediante comentarios en publicación emitidas por los medios digitales?	39
Figura 9. Variable dependiente: ¿Cree que la opinión emitida por los periodistas ha cambiado su percepción respecto a algún tema en particular?.....	40
Figura 10. Variable dependiente: ¿Cree que los medios digitales tratan de influenciar sobre su criterio político?.....	41

RESUMEN

En la actualidad, los medios de comunicación digitales, por sus cualidades de inmediatez y posibilidad de interacción y actualización, se transforman en una plataforma recurrente para los usuarios que necesitan consumir información de temas determinados, y, asimismo, se presentan como un espacio de intercambio de criterios, ya sea con otros usuarios o con las personas que emiten las publicaciones; este conjunto de características, genera que los medios digitales sean un canal claro y directo para la influencia en la conducta humana, es por esto, que mediante una investigación básica documental, que busca incrementar el conocimiento de un fenómeno ya establecido con el respaldo de pensamientos y criterios de diversos autores, sustentada en datos cuanti-cualitativos, se analiza el motivo principal para que las personas sigan y reciban la información de estos medios, aun siendo conscientes de que intentan inculcar sobre ellos ciertos criterios mediante información posteada o comentarios y debates con otros usuarios a través de comentarios, sin embargo, es importante resaltar que la influencia que ejercen los medios digitales suele estar guiada por razonamientos previos, sean estos individuales o colectivos, todo esto, aunado, se puede justificar o desmenuzar con la espiral del silencio, o el mismísimo efecto halo, criterios con notables diferencias, pero que, para esta investigación esclarecen los motivos por los cuales la sociedad acepta que los medios digitales influyan en ellos, aun sabiendo que lo están haciendo.

Palabras claves: medios digitales, influencia, conducta humana, interacción, inmediatez.

ABSTRACT

Currently, digital media, due to their qualities of immediacy and the possibility of interaction and updating, have become a recurrent platform for users who need to consume information on certain topics, and, likewise, they are presented as a space for exchange of criteria, either with other users or with the people who issue the publications; This set of characteristics makes digital media a clear and direct channel for influencing human behavior, which is why, through basic documentary research, which seeks to increase knowledge of an already established phenomenon with the support of thoughts and criteria of various authors, based on quantitative-qualitative data, the main reason for people to follow and receive information from these media is analyzed, even being aware that they try to instill certain criteria on them through posted information or comments and debates with other users through comments, however, it is important to highlight that the influence exerted by digital media is usually guided by prior reasoning, whether individual or collective, all of this, together, can be justified or broken down with the spiral of silence, or the very halo effect, criteria with notable differences, but which, for this investigation n clarify the reasons why society accepts that digital media influence them, even knowing that they are doing so.

Keywords: digital media, influence, human behavior, interaction, immediacy.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo investigativo analiza a los medios digitales y como influyen en la conducta de los habitantes del barrio Jaime Roldós Aguilera del cantón La Libertad, esto motivado, en primera instancia, por el auge de los medios de comunicación digitales en la provincia de Santa Elena y por el constante crecimiento de los mismos, hablando tanto en cantidad de medios, como en el incremento de la calidad de transmisión de información.

La multimedialidad que presentan los medios digitales, acompañados de la interacción y la inmediatez, hace que las mencionadas plataformas sean seguidas por las masas, con esto, individuos e incluso colectivos sedientos de información, se encuentran a la merced de la influencia que intentan ejercer sobre ellos, ya sea mediante publicaciones, comentarios, opiniones e inclusive debates con otros consumidores de dichos datos.

Bajo un enfoque de investigación básica y documental, que busca incrementar el conocimiento de un fenómeno ya establecido con el respaldo de pensamientos y criterios de diversos autores, sustentada en datos cuanti-cualitativos, se busca la manera de comprender los motivos principales por los cuales las personas siguen consumiendo información a través de medios digitales aun siendo conscientes de la influencia que tratan de ejercer sobre ellos.

Sin embargo, se puede llegar a la inferencia, de que, la necesidad que tienen las personas por estar informados de los sucesos al instante en que ocurren, les da gran relevancia a los medios digitales y los lleva a sobresalir de los tradicionales, aunado a esto, más allá de la influencia que ejercen las plataformas de información digital, estos criterios suelen estar arraigados en sus consumidores, determinado esto por factores y fenómenos sociales de su entorno.

1. CAPÍTULO I. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1 Descripción del problema

Los medios de comunicación han sido objeto de análisis por la influencia que estos ejercen sobre las audiencias, y la convergencia mediática ha logrado que internet ponga a disposición de sus usuarios una extensa variedad de informes y datos que los internautas esperan adquirir, en tal sentido, se puede asegurar que la inmediatez de la información, en combinación con la necesidad de consumir dichos contenidos, le brindan a los medios digitales un gran poder en cuanto al manejo de las tendencias conductuales.

El contexto social de un sector popular como lo es el barrio Jaime Roldós Aguilera del cantón La Libertad, en donde se encuentran antecedentes de violencia, tráfico y consumo de sustancias, inducido principalmente por la carencia de oportunidades laborales y el poco o nulo nivel académico de sus habitantes; lo convierte en un punto clave y estratégico para la presente investigación, misma que trata de esclarecer y analizar el poder de influencia que tienen los medios digitales en diversos factores.

Si bien es cierto que las personas adultas suelen tener un criterio fundamentado; independientemente de que este sea bien o mal visto por la sociedad; y los jóvenes y adolescentes se encuentran en ese mismo proceso, los medios digitales valiéndose de hechos noticiosos en tendencia o propaganda política, logran adentrarse para motivar dudas e inquietudes que pueden promover cambios en los accionares y conductas, sean individuales o colectivos; positivos o negativos.

1.2 Formulación del problema

A raíz de esta problemática, el investigador se plantea la siguiente interrogante:

¿Cómo influyen los contenidos de medios digitales en la conducta de los habitantes del barrio Jaime Roldós Aguilera del cantón La Libertad?

1.3 Preguntas de investigación

- ¿De qué manera se podría evaluar el tipo de contenido que los medios digitales comparten con el público?

- ¿Cómo pueden los contenidos de medios digitales provocar respuestas y alteraciones en la conducta?

- ¿Cuál es la importancia de la criticidad y el discernimiento entre información e intentos de manipulación?

1.4 Justificación

Los medios de comunicación digitales, tienen el poder y la facilidad de emitir información al instante, y, asimismo, de recibir la respuesta e interacción del público, lo cual los vuelve influenciadores en potencia, ya que, en varias ocasiones, haciendo uso de la inmediatez, brindan información sin previa verificación.

Por otro lado, distintos expertos en el área de la conducta humana, afirman que la misma puede verse influenciada según la información recibida a través de medios de comunicación, por esto es tan relevante el presente artículo, el cual busca analizar como influyen los medios digitales en la conducta de los habitantes del barrio Jaime Roldós Aguilera del cantón La Libertad.

Por consiguiente, es pertinente afirmar que se ajusta a un enfoque periodístico que examina contextos psicológicos y sociales, parámetros importantes que los comunicadores deben conocer en el ejercicio de su labor. Lo que provee una fortaleza tanto para los futuros profesionales como un beneficio para los habitantes del barrio que conforman el caso de estudio, y brinda a los mismos las herramientas necesarias para entender y comprender el papel principal de los medios de comunicación.

En el contexto local, pese a no haberse realizado investigaciones similares, este trabajo académico plantea su importancia como pionero en el tema de estudio de manera que sirva como futuras referencias para otros ensayos semejantes.

1.5 Objetivos

1.5.1 General

Identificar la influencia de los medios digitales en la conducta de los habitantes del barrio Jaime Roldós Aguilera del cantón La Libertad.

1.5.2 Específicos

- Evaluar el tipo de contenido que los medios digitales comparten con el público.
- Examinar las respuestas y alteraciones en la conducta de los habitantes del barrio Jaime Roldós Aguilera frente a los contenidos de medios digitales.

- Describir la importancia de la criticidad y el discernimiento entre información e intentos de manipulación frente a las publicaciones que circulan en medios digitales.

1.6 Hipótesis

Los medios de comunicación ejercen una notable influencia en la conducta humana, sin embargo, esta influencia está marcada por cuestionamientos previos, individuales y colectivos, en los habitantes del barrio Jaime Roldós Aguilera del cantón La Libertad.

1.7 Definición de variables

1.7.1 Variable independiente: medios digitales

Los medios de comunicación digitales son plataformas que permiten interacción inmediata entre el público objetivo y el emisor de la información.

Peña et al., (2019) afirman que después de la adaptación a los medios digitales y su multimedialidad, el siguiente paso en la evolución de los productos comunicaciones llegó junto al crecimiento de la llamada Web 2.0, misma que colocó herramientas como páginas webs y aplicaciones al alcance de los consumidores de este tipo de medios, para que con estos instrumentos puedan compartir, reenviar e incluso generar contenidos sin complicaciones, bajo un sistema que regula la igualdad de oportunidades, lo que ha sustentado un significativo avance para democratizar e incorporar a los usuarios en la creación de los hechos informativos.

1.7.2 Variable dependiente: conducta de los habitantes

La conducta humana hace referencia al comportamiento en una situación determinada.

Por su parte, Valderrama (2018) afirma que Uno de los pilares fundamentales en la psicología es la motivación, esto debido a raíz de ella se genera la conducta y otros aspectos de comportamiento. Sin embargo, un sin número de escritores señalan la carencia de marcos globales actualizados que definan con certeza el área de la motivación.

1.7.3 Variables operacionalización matriz de operacionalización de variables (anexo 1)

2. CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

Salavarría (2019), expone que diferenciándose de los medios tradicionales, desde su aparición, los medios digitales enseñaron una característica no vista antes, ya que, en tiempo real presentaban la oportunidad de actualizar e incluso personalizar la información, y esto, a su vez, facilitaba la viralización de sus contenidos globalmente, sin importar la proximidad o lejanía de los usuarios con el medio.

La interactividad, la rapidez de la información y las palabras informales de fácil entendimiento para la sociedad, convierten a los medios digitales en fuentes constantes para mantenerse al día con los hechos noticiosos de determinado lugar, aun sin estar en el mismo.

Mientras tanto, Francisco et al., (2020) afirman que cuando se presentan crisis, el ser humano demuestra lo mejor o lo peor de sí mismo. Existen pensamientos realmente desequilibrados que se hacen tendencia en redes sociales, asimismo en contraposición, se generan otros ideales con una notoria nobleza, y, sucede lo mismo con el accionar, algunos actos son dignos de seguir, pero otros son censurables.

Las informaciones que se hacen públicas en medios digitales, principalmente cuando se trata de alguna crisis, pueden generar fácilmente cambios actitudinales en sus seguidores, todo esto, basado y ejemplificado en los comentarios y respuestas que se emiten en dichas publicaciones.

Por otro lado, Zuluaga & Gómez (2019) aseveran que la multimedialidad que otorga el internet ha generado una evolución exponencial en cuanto a la dinámica de interactividad entre los medios de comunicación y su audiencia a través de los métodos de generación de contenido. Los medios nativos digitales han basado la creación de su agenda independiente en el correcto aprovechamiento de las cualidades que tienen sus plataformas para difundir la información en la red.

La independencia de los medios digitales, y la libertad para el manejo de temas, los muestra como una fuente de información común, donde el público puede encontrar temas internacionales, nacionales, locales, e incluso de su propio sector, que, además, les facilita emitir su criterio y debatir con otros usuarios.

González & Chica (2018), declararon que la interactiva, vista como un sistema de creación y participación entre el generador del mensaje y el receptor del mismo, que realizan

un complemento de roles constante por medio de un mismo código el cual incrementa y transforma los significados; es una característica esencial de las llamadas TIC`S.

Tal como lo afirman los autores citados, los medios digitales permiten que su público no sea solo receptor, sino que se acople al rol de emisor, esto mediante la interactividad que brindan generalmente en las cajas de comentarios, asimismo, dicha interacción que se ofrece con el medio y los demás usuarios, otorga licencias para influir en los criterios sociales mediante el intercambio de opiniones o complemento de información.

Roggiero & Vera (2014) concluyeron que teniendo en cuenta las diversas posibilidades para obtener con rapidez información valedera, así como el análisis y expansión de la misma, el inconveniente ya no pasa por la búsqueda de datos, sino por el discernimiento entre lo verdadero y falso; lo importante de lo innecesario, debido a la sobrepoblación de documentos dentro de la cual los comunicadores del entorno digital están en la necesidad y obligación de analizar y jerarquizar los mismos.

Debido a la gran cantidad de hechos relevantes que se presentan día a día, y a la demanda de los usuarios por recibir dichos acontecimientos, los medios digitales suelen caer en errores constantes, muchos de ellos involuntarios, al publicar noticias falsas, información sin verificar o simplemente con datos erróneos o irregulares.

No obstante, para Orrala (2013) los medios digitales, mediante su independencia, deciden cuales asuntos noticiosos son más relevantes para generar la llamada vox populi; temas de índole político, económico, deportivos, etc. Esto bajo el sustento legítimo de ser medios de comunicación colectiva.

La libertad para publicar y el gran número de acontecimientos de interés colectivo hacen de los medios digitales un potente influenciador para poner en boga cualquier tema o personaje.

2.2 Marco conceptual

La temática planteada considera a la conducta humana como variable dependiente. La psicología tiene como aspecto más fundamental el estudio del comportamiento humano, esto, en base a la manera en que los individuos actúan frente a diversos hechos, pero partiendo de la influencia que sesgada por factores socio ambientales (Peiró, 2021).

Y sus dimensiones para el analisis del presente estudio son los sesgos cognitivos, la susceptibilidad cognitiva y la disonancia cognitiva.

2.2.1 Sesgos cognitivos

Tal como define Fernández (2021), los sesgos cognitivos tienen la capacidad de alterar los modos en que los individuos actúan, mismos que son diferenciados según diversos fenómenos sociales, culturales o éticos, y que pueden distorsionarse a raíz de recordaciones.

Con las creencias o posturas que tienen los individuos arraigados en su percepción social, se convierten en un punto fácil para ser víctimas de la influencia que tratan de ejercer sobre ellos los medios digitales.

2.2.2 Sesgos de confirmación y representación

Esta premisa define brevemente lo que Castro et al., (2019) señalan como sesgos cognitivos de confirmación, en los que las personas demuestran inclinación por buscar y elegir información que les sirva como base para sustentar sus propias hipótesis planteadas, lo que los conduce a rechazar cualquier dato que se encuentre en contraposición a sus creencias.

De igual manera, se desprende un segundo sesgo cognitivo de representatividad, en la que se define la posibilidad de que algunos sucesos se generen en base a sus creencias, y por consiguiente se rechaza o se pasa por alto todo tipo de datos que resulte útil al respecto.

2.2.3 Susceptibilidad cognitiva

Es un mecanismo de razonamiento que permite dar soluciones sencillas a las situaciones comunes, logrando un extraordinario ahorro cognitivo. Un ejemplo serían los prejuicios sociales emitidos a los individuos a raíz de su raza, religión, sexo, etc.

Frente al papel que juegan los medios digitales en la conducta humana, Carro & Sanz (2019) mencionan la Falacia Ad Verecundiam como otro efecto que consiste en defender una ideología por el simple hecho de haber sido expuesta por alguien que se considera un experto en el área, sin sumar otro dato que lo justifiquen. (p.e. esto es así porque Einstein lo escribió).

Respecto a esto, se podría afirmar que los medios digitales intentan informar más del simple hecho, es por eso que los datos periodísticos que se publican deberían estar totalmente verificados, para así lograr alcanzar una mayor credibilidad e incluso la ansiada conexión directa entre comunidad y medio (Saldaña, 2018).

Precisamente en este tipo de medios se evidencia una modificación en la comunicación. La aparición de la inmediatez está muy marcada en la era digital.

2.2.4 Razonamiento motivado: efecto Halo y de Arrastre

Una teoría que ha cobrado fuerza en el estudio de los efectos que producen los medios en la conducta humana es el efecto Halo. Ortiz (2021) lo define como un efecto que es

totalmente visible en cuanto a marketing y comercio digital, debido a que grandes empresas hacen uso del mismo, para generar un mejoramiento en la percepción de un determinado producto, bien o servicio.

En el caso de los medios de comunicación en general, no es tan sencillo como parece puesto que la tendencia impresionista de este tipo de sesgo se basa en la “efectividad” con la que dichos medios “resuelven” una problemática común o simplemente se hacen partícipes de ellas dándole protagonismo a una comunidad. Lo que crea en sus espectadores una sensación de cercanía con el medio, aumentando el prestigio del mismo.

Por consiguiente, Ortiz (2021) asegura que el efecto arrastre es otra teoría que va de la mano con el efecto halo, ya que a breves rasgos es la simple alteración de las preferencias de los sujetos para adaptarse a los entornos sociales, lo que resulta como una aproximación a lo argumentado por Elizabeth Neumann en su obra de 1995 *La Espiral del Silencio*. Opinión Pública: Nuestra Piel Social.

2.2.5 Disonancia cognitiva

Para Leonard (2021) La disonancia cognitiva establece una relación entre acciones y creencias de las personas, por esto, algunos individuos pueden llegar a cambiar su comportamiento para que esta relación coincida, a raíz de lo ya argumentado, este tipo de sesgo genera la necesidad de evaluar los valores éticos y morales con el accionar para alcanzar una consistencia cognitiva.

2.2.6 Sesgo de creencia

Si bien es cierto, para Golovina (2014), la influencia de los medios digitales encierra puntos fundamentales que definen la conducta humana. Dicho de otro modo, los medios digitales con su poder de interacción, los cuales pueden ser consumidos desde muy temprana edad, provocan que “no exista un límite de continuidad con las relaciones cara a cara” (Sendra & López, 2018). Esto genera no solo alteraciones en el comportamiento offline, sino que en las mismas plataformas digitales, que se demuestra mediante el incremento de violencia en los tratos entre usuarios.

No obstante, Sendra & López (2018), definen también un punto relevante en la temática, ya que, pese a la clara influencia que ejercen los medios de comunicación, exponen que los ya mencionados efectos, poseen un grado alto de complejidad donde se desechan en gran medida los paradigmas de estímulo-respuesta, y que, más allá de todo esto, argumentan una teoría en la que las personas ya tienen arraigadas en sí una doctrina fija, que intentan encontrar en los medios digitales, y no a la inversa.

Por otro lado, el estudio de los medios digitales corresponde a la variable independiente. Los medios digitales son medios muy distintos a los tradicionales, ya que cuentan con características peculiares que los han llevado a tener una relación muy estrecha con sus consumidores, actualmente, el uso de estas plataformas de información es indispensable para facilitar los procesos comunicativos y el respeto al derecho de estar informado (Bajaña, 2018).

Dentro de esta variable se establecen por dimensiones la tecnología comunicativa e informacional, la interactividad y la multimedialidad.

2.2.7 Tecnología comunicativa e informacional

Es necesario resaltar, tal como afirma Trejo (2020), En los últimos años, la revolución de la tecnología ha llevado a que los medios de comunicación digital tengan en cuenta los aspectos educativos, ya que, según varias teorías, estos medios están considerados como un método de amplificación de acceso al conocimiento.

A pesar de que la mayoría de personas poseen un criterio arraigado, el uso normalizado de las tecnologías de la información y las comunicaciones influyen a lo largo de la vida en la creación de dicho criterio, principalmente en los procesos académicos y formadores.

2.2.8 Procesos de la comunicación

Barredo et al., (2020) exponen que Los usuarios de los medios de comunicación, en la actualidad dejaron el rol de receptores y ahora reciben, actúan, generan pero también responden frente a las nuevas informaciones, así mismo, la red se ha transformado en un espacio en el cual la interacción regresa a ser de individuo a individuo y no con una maquinaria.

La comunicación interactiva establece unas medidas que deben ser consideradas a la hora de idear o emprender un proyecto digital, que son, sencillamente, la adaptación a las prácticas actuales de producción, circulación y consumo de contenidos, entre las cuales se destacan la multimedialidad y la interactividad.

2.2.9 Multimedialidad

Este término corresponde a las opciones de que los nodos de información sean de diversas cualidades, pero que estén en capacidad para adaptarse a un soporte unitario, el cual no se compone únicamente de texto, sino que, como va acompañado de imágenes, animaciones, sonidos, videos, gráficos, infografías, etc. (Paleta, 2018).

La multimedialidad que se presenta en los medios de comunicación digital, atrapan la atención de sus usuarios, no solamente por las diferentes herramientas como fotografías, videos,

etc, sino tambien por la oportunidad que se les brinda para dejar el rol de receptores, y emitir comentarios o criticas constructivas incluso sobre el mismo medio.

2.2.10 Bases de datos y fuentes de información

Para esta premisa, Freire (2020) argumenta que La obtención de datos en bases confiables genera una estructura solida con fundamentos que están aptos para soportar todo el desarrollo, aunado a esto, tener solidez y un marco teórico actualizado que sirva como referencia depende de la correcta información indagada, la verificación de una teoría precisa en modo hipotético y excluir, al máximo posible los sesgos, para con esto garantizar los resultados obtenidos.

Por su parte, la digitalización permite la posibilidad de conectar nuevas bases de datos en múltiples formatos, lo cual brinda alternativas para profundizar en las investigaciones de los temas de relevancia y el análisis de la información recolectada.

2.2.11 Interactividad

Paleta (2018) indica que La interactividad es la posibilidad que tienen los usuarios para emitir su criterio mediante opiniones del contenido, así mismo, esta característica permite la selección de información para agregar sus propios criterios o modificar las perspectivas.

A raíz de esto, es fácil comprender porque los medios digitales resultan ser una fuente de influencia para la conducta, ya que, no solamente el medio influye con sus publicaciones, sino que, el mismo público con la oportunidad de interacción que estos medios permiten, condicionan en ocasiones el criterio de los demás usuarios.

2.2.12 Elementos de la comunicación

Los elementos de la comunicación son todos los que intervienen en el proceso de envío y recepción de un mensaje, como bien se conoce, dichos elementos básicos son emisor, receptor, código, mensaje, canal, ruido, contexto y por ultimo y destacado en los medios digitales, la retroalimentación, misma que, Chen (2016) define como un aspecto esencial en el mecanismo bidireccional, ya que, el emisor y el receptor se encuentran en un intercambio constante de sus papeles, así que, el feedback se emplea para determinar la eficacia de la información entregada.

2.3 Marco Legal

(Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, Comité de Derechos Humanos, Artículo 19, Condición 2, 2011)

La libertad de opinión y la libertad de expresión son condiciones indispensables para el pleno desarrollo de la persona. Son fundamentales para toda sociedad y constituyen la piedra

angular de todas las sociedades libres y democráticas. Ambas libertades están estrechamente relacionadas entre sí, dado que la libertad de expresión constituye el medio para intercambiar y formular opiniones.

(Relatoría Especial para la Libertad de Expresión, Organización de Estados Americanos, Principio 1, Literal A, 2009)

La libertad de expresión se aplica a Internet del mismo modo que a todos los medios de comunicación. Las restricciones a la libertad de expresión en Internet solo resultan aceptables cuando cumplen con los estándares internacionales que disponen, entre otras cosas, que deberán estar previstas por la ley y perseguir una finalidad legítima reconocida por el derecho internacional y ser necesarias para alcanzar dicha finalidad.

(Declaración Conjunta sobre Libertad de Expresión e Internet, Organización de Estados Americanos, Artículo 13, 2011)

Se aplica plenamente a las comunicaciones, ideas e informaciones que se difunden y acceden a través de Internet. El entorno en línea no solo ha facilitado que los ciudadanos se expresen libre y abiertamente, sino que también ofrece condiciones inmejorables para la innovación y el ejercicio de otros derechos fundamentales como el derecho a la educación y a la libre asociación.

(Constitución de la República del Ecuador, Artículo 18, 2008)

Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.

(Ley orgánica de Comunicación Reformada, Artículo 13, 2019)

Principio de participación. - Las autoridades y funcionarios públicos, así como los medios públicos, privados y comunitarios, facilitarán la participación de los ciudadanos y ciudadanas en los procesos de la comunicación

(Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Artículo 39, 2016)

Acceso universal, libre y seguro al conocimiento en entornos digitales.- El acceso al conocimiento libre y seguro en entornos digitales e informáticos, mediante las tecnologías de la información y comunicaciones desarrolladas en plataformas compatibles entre sí; así como el despliegue en infraestructura de telecomunicaciones, el desarrollo de contenidos y

aplicaciones digitales y la apropiación de tecnologías, constituyen un elemento transversal de la economía social de los conocimientos, la creatividad y la innovación y es indispensable para lograr la satisfacción de necesidades y el efectivo goce de derechos.

El objetivo de este marco legal parte de la necesidad de establecer puntos que justifiquen las razones de esta investigación, así como determinar las razones por la que los servicios de información digitales a través de internet están en el derecho de expresarse libremente a través de las tecnologías de información y comunicación presentes en nuestra sociedad siempre y cuando no infrinjan regulaciones existentes en temas específicos, así también se identifica el nivel de participación ciudadana de los habitantes del Barrio Jaime Roldós en relación a los contenidos publicados por los medios digitales.

3. CAPITULO III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo de investigación

El presente artículo se compone de un tipo de investigación básica, puesto que, como define Risco (2020), Su objetivo se orienta en la búsqueda de un conocimiento en modo sistemático, con la finalidad de enriquecer el conocimiento de una realidad establecida.

Sin embargo, también es de tipo documental o bibliográfica debido a que su fundamento teórico está constituido por investigaciones previas de científicos y autores con amplio saber respecto al tema referencial; tal como afirma Gómez (2010), el investigador busca una fuente, trata de descifrarla y otorgarle sentido a lo que expone un autor, mostrando las raíces originales de su pensamiento.

Debido al enfoque mixto por la implementación de encuestas y entrevistas, además de la definición y dimensión de las variables que presenta el contexto, hacen de esta una investigación de alcance descriptivo; como expone Nieto (2018) El objetivo primordial es la recolección de información sobre las cualidades, aspectos y dimensiones del objeto de estudio.

3.2 Enfoque de la investigación

El enfoque investigativo de este proyecto es cuanti-cualitativo, debido al uso de encuestas y entrevistas para la recolección de información valiosa y valiosa para el desarrollo del mismo, por su parte, Chaves (2018) afirma que la investigación de carácter mixto, emplea el mecanismo pragmático y el sistema filosófico, ya que es una táctica plural e incluyente que tiene como meta no suprimir la parte cuantitativa ni la cualitativa, sino la utilización esencial de ambas combinando sus fortalezas.

La aplicación de encuestas para medir el nivel de consumo e interacción de los habitantes del barrio Jaime Roldós Aguilera del Cantón La Libertad con las informaciones publicadas en los medios digitales es de vital relevancia para el correcto desarrollo del trabajo investigativo, como expone Otero (2018) Este enfoque se basa en métodos de análisis estadísticos, se presenta desde la recopilación y la medición de parámetros, el cálculo de frecuencias y la sistematización de población.

La opinión de expertos en el área de medios digitales, así como experimentados en términos de conducta humana, es de alta importancia para justificar la problemática en cuestión, entonces, la entrevista se convierte en una base de datos primordial, tal como argumenta Otero (2018), el investigador parte desde la examinación del contexto donde desarrollará su trabajo, esto conlleva al implemento de teorías valiosas con las observaciones pertinentes mientras

desempeña la labor inductiva, misma que otorga la oportunidad de descubrir y describir los sucesos estudiados para luego establecer sus teorías desde varias perspectivas.

3.3 Diseño de la investigación

Para este trabajo se plantea un diseño de investigación no experimental, ya que no se crea ninguna situación, sino que se analizan fenómenos existentes que se presentan sin la intervención directa del investigador. Por su parte Arias & Covinos (2021) argumentan que En este diseño no existen estímulos o situaciones experimentales para someter a las variables de estudio, el objeto a investigar es evaluado en su naturaleza sin ningún tipo de modificación; así mismo, las variables del estudio no se manipulan.

En tal sentido, el diseño no experimental observa las situaciones u objetos de estudio de modo natural para su posterior análisis.

3.4 Métodos de investigación

Por otra parte, el presente artículo se desarrolla bajo un método de investigación de campo, ya que recopila datos de la realidad para comprenderlos, analizarlos e interactuar con ellos de manera cuanti-cualitativa en su contexto natural.

Dicho de otro modo, para Guzmán (2019) Las investigaciones de campo se aplican mediante técnicas directas con las personas que son objeto de estudio y el lugar donde se desarrollan, su propósito es la recopilación de documentos directamente de las fuentes, bajo métodos de observación estructura y una ejecución continua y supervisada de instrumentos previamente diseñados, donde finalmente, los resultados de esos instrumentos no se aíslan sino que, al contrario, se aúnan con la base teórica documental.

Asimismo, trabaja con un método bibliográfico, ya que lo argumentado con anterioridad por científicos o expertos en las áreas de investigación pertinentes, sirven como base para validar los fundamentos que dan relevancia a la problemática seleccionada.

3.5 Técnicas e instrumentos

Para recolección de datos, la encuesta es la técnica escogida para llevar a cabo este trabajo, por lo cual su instrumento es el cuestionario y está elaborado con un banco de preguntas de 10 interrogantes dirigidas a los habitantes del sector barrial Jaime Roldós del cantón La Libertad, Westreicher (2020) explica que la encuesta es un mecanismo apto y valioso para recopilar información, sea esta de carácter cuantitativo o cualitativo, fundamentado en la creación previa de un cuestionario, del cual se obtendrán datos para procesarlos estadísticamente.

De este modo, la encuesta se aplicò en lo que corresponde a la segunda semana del mes de julio del año 2022, con la finalidad de obtener los datos necesarios y oportunos referentes al tema de estudio.

En paralelo, la entrevista es otro de los metodos elegidos para recabar informacion que sirva como fundamento para este articulo, misma que estuvo direccionada a dos expertas en temas de medios digitales y conducta humana, que, sustentado por su experticia y experiencia, hacen de sus declaraciones un aspecto relevante.

Debido a la flexibilidad que permite la nombrada técnica, es de alta importancia interpretar para posteriormente analizar a modo cualitativo las respuestas u opiniones emitidas por el entrevistado.

Finalmente, los aspectos éticos de la investigación son un pilar importante en el desarrollo de este articulo academico, por lo cual se reconoce como punto principal el respeto a la autoría científica de los diferentes analistas que se han citado en este trabajo, de manera que se reflejen el compromiso del investigador respecto a la búsqueda de la verdad con bases sólidas en la objetividad, solidaridad y justicia. De igual manera, este proyecto de investigación asegura la práctica e implementación de sus instrumentos para recolección de datos con el consentimiento de participación de los sujetos del caso de estudio, lo que resalta la colaboración de los involucrados y garantiza la confianza y el compromiso con el propósito de este trabajo.

3.6 Universo, poblacion y muestra

El estudio de la conducta humana como respuesta a la influencia que los medios ejercen equivale a un analisis de amplitud con varias vertientes psicologicas y sociales, es por esto que en lo que respecta a universo, poblacion y muestra se ha seleccionado a los habitantes del canton La Libertad ubicados en el barrio Jaime Roldós Aguilera y se establecio una muestra de 100 personas para la aplicación de las tecnicas de investigacion que aseguran la factibilidad del trabajo, asi como su objetividad y precision.

Cabe recalcar que la tecnica aplicada para determinar la muestra corresponde a un muestreo aleatorio simple ya que para la encuesta planteada se estableció un máximo de 100 personas como muestra, Condori (2020) afirma que este tipo de muestreo selecciona el total de unidades que conforman la población y permite que cada miembro tenga las mismas posibilidades de conformar la muestra final.

4. CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Resultados

En el siguiente apartado se exponen los resultados correspondientes a la encuesta realizada a los habitantes del Barrio Jaime Roldós Aguilera del cantón La Libertad sobre la influencia que ejercen los medios digitales; por medio del cuestionario de la escala de Likert, los cuales serán cuantificados y luego analizados por el investigador.

4.2 Discusion de resultados

De acuerdo a los datos recabados, la implementacion de las tecnicas de recoleccion de informacion han permitido identificar que la influencia de los medios digitales radica en el cambio de opinión que provocan en la conducta de los habitantes del barrio Jaime Roldós Aguilera del cantón La Libertad, mediante los temas que estos abordan.

De este modo, en lo que respecta a la validez de los resultados obtenidos a través de los instrumentos utilizados, se certifica su efectividad puesto que han permitido obtener datos precisos, objetivos y fehacientes, logrando resolver los objetivos de este trabajo de investigación.

En lo referente a la interrogante 1 de la encuesta: *¿Con que frecuencia se informa de los sucesos de su sector a través de medios digitales?* el 43% de la población afirma hacerlo siempre, mientras que el 0% nunca. Este apartado coincide con Saldaña (2018) quien expresa que los medios digitales tratan de llevar todo más allá de la noticia, obteniendo con esto una real democratización de los datos, permitiendo que los usuarios elijan que tipo de información quieren recibir y así, lograr una conectividad social y relación directa con el medio. De igual forma, coincide con la afirmacion de las expertas al respecto del aporte que estos proveen a la sociedad, puesto que, consecuentemente con Gutiérrez, et al.(2010), son una manera normalizada de comunicación directa con y de la realidad.

Por lo consiguiente, en la pregunta 2, *¿Ha realizado denuncias públicas por canales digitales como: redes sociales, páginas webs, etc.?*, el 7% afirma hacerlo siempre, mientras que el 16% nunca, sin embargo, el 44% lo ha hecho en ocasiones. Esto reafirma lo argumentado por Manso (2019), quien expone que las denuncias públicas en medios digitales, son la base para entender las necesidades y, a su vez, los fundamentos para encontrar una solución que inicie el camino para la satisfacción.

Paralelamente, la interrogante 3, *cuando ocurre un determinado suceso, ¿usted compara la información en distintos medios de comunicación?*, el 43% afirma hacerlo siempre, mientras que el 2% no lo hace nunca. Frente a esta premisa se evidencia que los usuarios no

siguen un solo medio digital sino gran variedad, esto fundamentado en dos aspectos que me permito inferir, el primero de ello, pasa por la independencia que tienen los medios digitales, lo cual permite darle un tinte propio a la información, y así, los usuarios se ven en la necesidad de indagar en distintas plataformas la verdad que más les satisfaga; y por último, la manera constante en la que se crean cada vez más medios, lo cual los convierte en un ecosistema con gran amplitud.

Por otro lado, en la pregunta 4, *¿Cree que la información publicada por medios digitales es verdadera?*, el 20% afirma que siempre, mientras que el 0% dice que nunca. Este apartado se fundamenta en lo que Sanz & Carro (2019) definen como Falacia Ad Verecundiam, ya que, los usuarios, toman como valedera y fehaciente la información recibida a través de estos medios, por el simple hecho de asumir que, si los periodistas lo dicen, así es.

Aunado a esto, en la última interrogante de la variable independiente, mencionada como pregunta 5, *¿Cree que los medios digitales emiten información según su conveniencia*, el 14% afirma que esto sucede siempre, mientras que el 0% dice que nunca, pero, el 40% asegura que en ocasiones. Lo cual, siguiendo la secuencia del párrafo anterior, trae a acotación la propuesta de Sanz & Carro (2019), fundamentando la Falacia Ad Verecundiam a pesar de que los usuarios perciben que los medios manipulan la información para captar su atención o incluso desviar su criterio.

Dando inicio a la variable independiente, la pregunta 6 se planteó de la siguiente manera, *¿Usted emite su criterio a través de comentarios en las publicaciones de los medios digitales?*, lo cual fue respondido en un 5% siempre, mientras que un 6% nunca, asimismo, se resalta que lo han realizado un 57% en ocasiones, lo que se puede reflejar en lo dicho por Ortiz (2021) en su definición de Efecto Halo y Efecto Arrastre, donde los usuarios, al notar que otros internautas emiten su pensamiento o postura mediante comentarios de las publicaciones, se animan a verter también el suyo.

En referencia a la pregunta 7, *califique la confianza que tiene en los medios digitales de los que recibe información*, el 33% afirma que muy alto, mientras que el 2% muy bajo, cifras que demuestran con claridad que los usuarios que consumen información de medios digitales, confían en gran medida en ellos y en los datos que exponen, lo que les brinda un poder sin precedentes para influenciar la conducta y preferencias de las personas.

Por su parte, los datos recabados en la pregunta 8, *¿Ha tenido debates mediante comentarios en publicación emitidas por los medios digitales?*, se muestran de la siguiente

manera, el 1% dice que siempre, mientras que 14% nunca, pero, aunado a esto, el 65% afirma hacerlo en ocasiones, lo cual sustenta la teoría expuesta por Valderrama (2018) quien asegura que una parte fundamental para analizar la conducta humana, es la motivación, misma que se podría evaluar para conocer, valga la redundancia, las motivaciones para emitir o no, dichos comentarios.

La pregunta 9, *¿Cree que la opinión emitida por los periodistas ha cambiado su percepción respecto a algún tema en particular?*, presentó un 4% diciendo que siempre, y el 7% nunca, por otro lado, el 49% afirma que en ocasiones, datos que reafirman la validez y la importancia del presente trabajo investigativo, ya que, analizando las cifras de la interrogante en cuestión, sumando los porcentajes de la alternativa intermedia y las dos alternativas positivas, reflejaría un total de 92%, lo que a breves rasgos, permite hacer la presunción de que, mínimamente por una ocasión los medios digitales a través de su información, han modificado los pensamientos de sus consumidores.

Finalmente, en la pregunta 10, *¿Cree que los medios digitales tratan de influenciar sobre su criterio político?*, el 61% de los encuestados afirma que siempre, mientras que el 1% dice que nunca, datos, que si se analizan en conjuntos con las 9 interrogantes anteriores, reafirman sin lugar a dudas la relevancia y la necesidad del presente artículo, ya que, a pesar de que la ciudadanía identifica la influencia que tratan de ejercer sobre ellos, siguen recibiendo y buscando información de los medios digitales, situación que se asemeja a la famosa vertiente de la espiral del silencio.

Tabla 1.

Variable independiente:

¿Con que frecuencia se informa de los sucesos de su sector a través de medios digitales?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0 %
Casi nunca	3	3 %
En ocasiones	17	17 %
Casi siempre	37	37 %
Siempre	43	43 %
Total	100	100 %

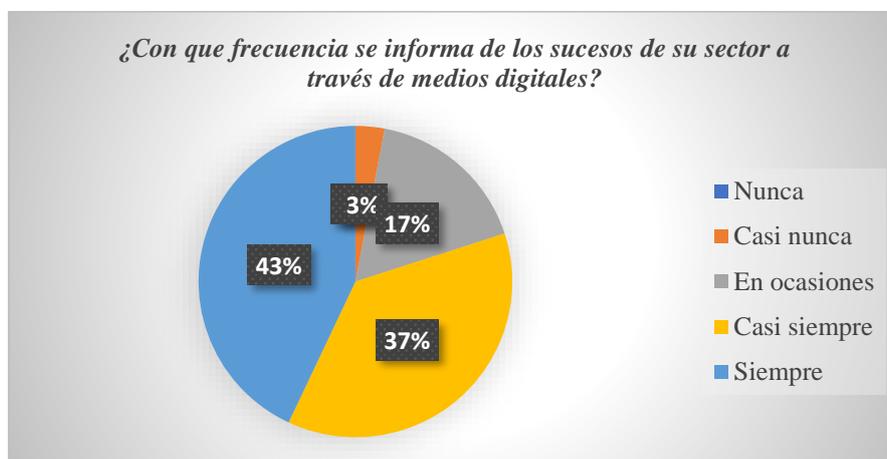
Fuente: Encuesta a los habitantes del barrio Jaime Roldós Aguilera del cantón la Libertad.

Elaboración propia

Figura 1.

Variable independiente:

¿Con que frecuencia se informa de los sucesos de su sector a través de medios digitales?



Fuente: Tabla de frecuencia.

Elaboración propia

Análisis

Los habitantes del barrio Jaime Roldós Aguilera, respondieron a la encuesta de la siguiente manera; nunca (0) que representa 0%; casi nunca (3) equivalente al 3%; en ocasiones (17) que es igual al 17%; Casi siempre (37) que refleja el 37%; siempre (43) lo que significa al 43%, en relación a la pregunta ¿Con que frecuencia se informa de los sucesos de su sector a través de medios digitales?

Tabla 2.

Variable independiente:

¿Ha realizado denuncias públicas por canales digitales como: redes sociales, páginas webs, etc.?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	16	16 %
Casi nunca	17	17 %
En ocasiones	44	44 %
Casi siempre	16	16 %
Siempre	7	7 %
Total	100	100 %

Fuente: Encuesta a los habitantes del barrio Jaime Roldós Aguilera del cantón la Libertad.

Elaboración propia

Figura 2.

Variable independiente:

¿Ha realizado denuncias públicas por canales digitales como: redes sociales, páginas webs, etc.?



Fuente: Tabla de frecuencia.

Elaboración propia

Análisis

Los habitantes del barrio Jaime Roldos Aguilera, respondieron a la encuesta de la siguiente manera; nunca (16) que representa 16%; casi nunca (17) equivalente al 17%; en ocasiones (44) que es igual al 44%; Casi siempre (16) que refleja el 16%; siempre (7) lo que significa al 7%, en relación a la pregunta ¿Ha realizado denuncias públicas por canales digitales como: redes sociales, páginas webs, etc.?

Tabla 3.

Variable independiente:

Cuando ocurre un determinado suceso, ¿usted compara la información en distintos medios de comunicación?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	2	3 %
Casi nunca	4	4 %
En ocasiones	17	17 %
Casi siempre	34	34 %
Siempre	43	43 %
Total	100	100 %

Fuente: Encuesta a los habitantes del barrio Jaime Roldós Aguilera del cantón la Libertad.

Elaboración propia

Figura 3.

Variable independiente:

Cuando ocurre un determinado suceso, ¿usted compara la información en distintos medios de comunicación?



Fuente: Tabla de frecuencia.

Elaboración propia

Análisis

Los habitantes del barrio Jaime Roldos Aguilera, respondieron a la encuesta de la siguiente manera; nunca (2) que representa 2%; casi nunca (4) equivalente al 4%; en ocasiones (17) que es igual al 17%; Casi siempre (34) que refleja el 34%; siempre (43) lo que significa al 43%, en relación a la pregunta Cuando ocurre un determinado suceso, ¿usted compara la información en distintos medios de comunicación?

Tabla 4.

Variable independiente:

¿Cree que la información publicada por medios digitales es verdadera?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0 %
Casi nunca	1	1 %
En ocasiones	27	27 %
Casi siempre	52	52 %
Siempre	20	20 %
Total	100	100 %

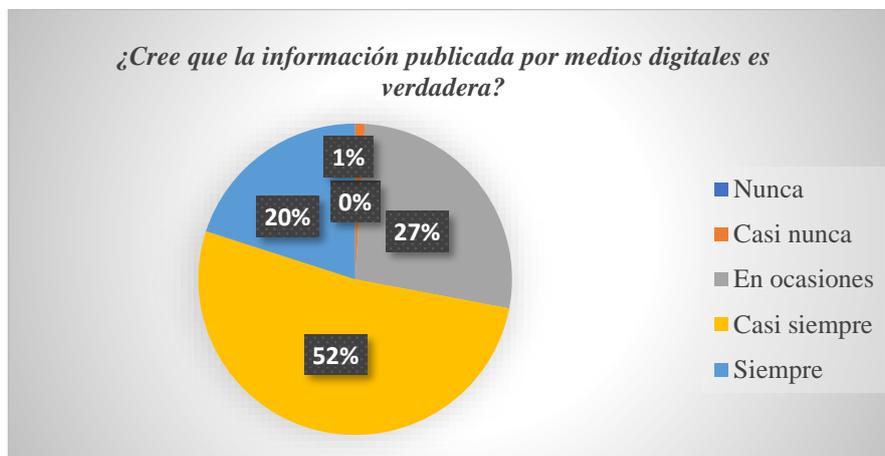
Fuente: Encuesta a los habitantes del barrio Jaime Roldós Aguilera del cantón la Libertad.

Elaboración propia

Figura 4.

Variable independiente:

¿Cree que la información publicada por medios digitales es verdadera?



Fuente: Tabla de frecuencia.

Elaboración propia

Análisis

Los habitantes del barrio Jaime Roldos Aguilera, respondieron a la encuesta de la siguiente manera; nunca (0) que representa 0%; casi nunca (1) equivalente al 1%; en ocasiones (27) que es igual al 27%; Casi siempre (52) que refleja el 52%; siempre (20) lo que significa al 20%, en relación a la pregunta ¿Cree que la información publicada por medios digitales es verdadera?

Tabla 5.

Variable independiente:

¿Cree que los medios digitales emiten información según su conveniencia?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	0	0 %
Casi nunca	0	0 %
En ocasiones	40	40 %
Casi siempre	46	46 %
Siempre	14	14 %
Total	100	100 %

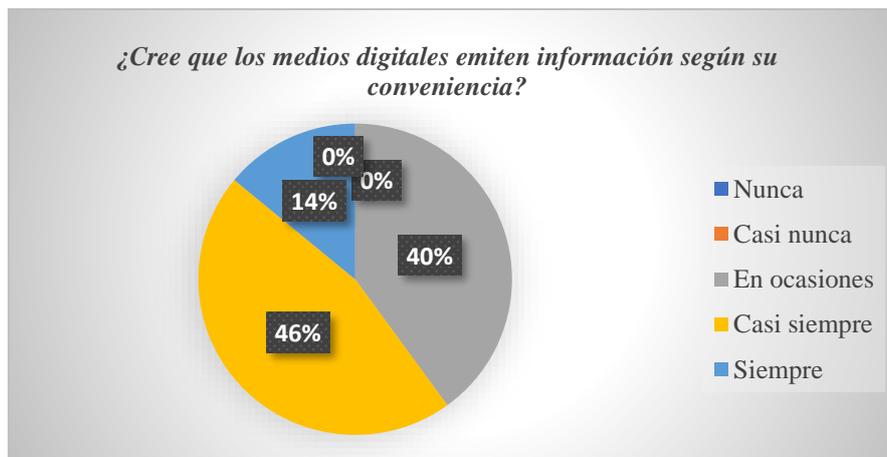
Fuente: Encuesta a los habitantes del barrio Jaime Roldós Aguilera del cantón la Libertad.

Elaboración propia.

Figura 5.

Variable independiente:

¿Cree que los medios digitales emiten información según su conveniencia?



Fuente: Tabla de frecuencia.

Elaboración propia

Análisis

Los habitantes del barrio Jaime Roldos Aguilera, respondieron a la encuesta de la siguiente manera; nunca (0) que representa 0%; casi nunca (0) equivalente al 0%; en ocasiones (40) que es igual al 40%; Casi siempre (46) que refleja el 46%; siempre (14) lo que significa al 14%, en relación a la pregunta ¿Cree que los medios digitales emiten información según su conveniencia?

Tabla 6.

Variable dependiente:

¿Usted emite su criterio a través de comentarios en las publicaciones de los medios digitales?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	6	5 %
Casi nunca	15	15 %
En ocasiones	57	57 %
Casi siempre	17	17 %
Siempre	5	5 %
Total	100	100 %

Fuente: Encuesta a los habitantes del barrio Jaime Roldós Aguilera del cantón la Libertad.

Elaboración propia

Figura 6.

Variable dependiente:

¿Usted emite su criterio a través de comentarios en las publicaciones de los medios digitales?



Fuente: Tabla de frecuencia.

Elaboración propia

Análisis

Los habitantes del barrio Jaime Roldos Aguilera, respondieron a la encuesta de la siguiente manera; nunca (6) que representa 6%; casi nunca (15) equivalente al 15%; en ocasiones (57) que es igual al 57%; Casi siempre (17) que refleja el 17%; siempre (5) lo que significa al 5%, en relación a la pregunta ¿Usted emite su criterio a través de comentarios en las publicaciones de los medios digitales?

Tabla 7.

Variable dependiente:

Califique la confianza que tiene en los medios digitales de los que recibe información.

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy bajo	2	2 %
Bajo	2	2 %
Intermedio	24	24 %
Alto	39	39 %
Muy alto	33	33 %
Total	100	100 %

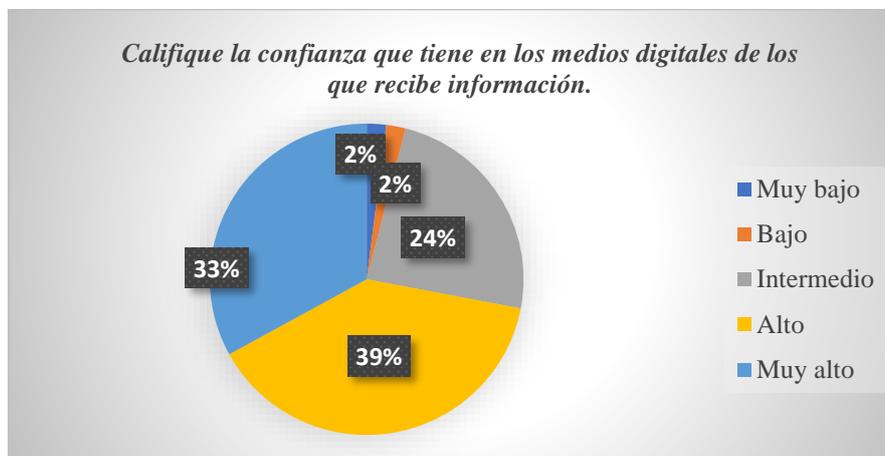
Fuente: Encuesta a los habitantes del barrio Jaime Roldós Aguilera del cantón la Libertad.

Elaboración propia

Figura 7.

Variable dependiente:

Califique la confianza que tiene en los medios digitales de los que recibe información.



Fuente: Tabla de frecuencia.

Elaboración propia

Análisis

Los habitantes del barrio Jaime Roldos Aguilera, respondieron a la encuesta de la siguiente manera; muy bajo (2) que representa 2%; bajo (2) equivalente al 2%; intermedio (24) que es igual al 24%; alto (39) que refleja el 39%; muy alto (33) lo que significa al 33%, en relación a la indicación de Califique la confianza que tiene en los medios digitales de los que recibe información.

Tabla 8.

Variable dependiente:

¿Ha tenido debates mediante comentarios en publicación emitidas por los medios digitales?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	14	14 %
Casi nunca	9	9 %
En ocasiones	65	65 %
Casi siempre	11	17 %
Siempre	1	1 %
Total	100	100 %

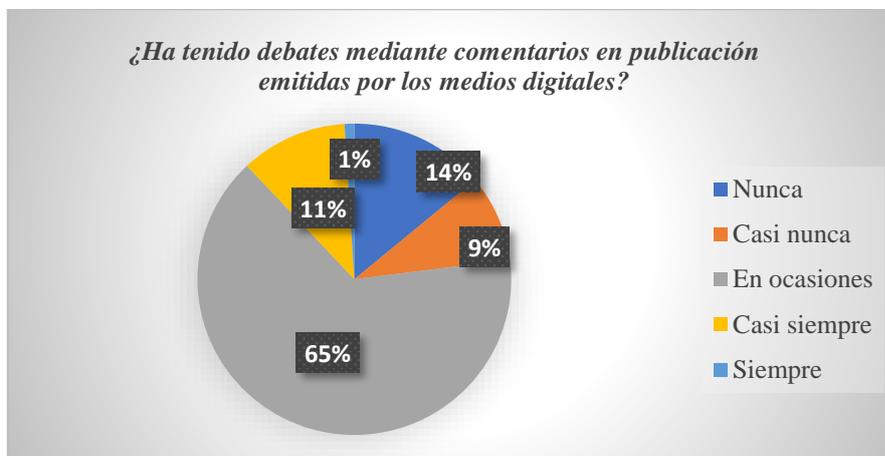
Fuente: Encuesta a los habitantes del barrio Jaime Roldós Aguilera del cantón la Libertad.

Elaboración propia

Figura 8.

Variable dependiente:

¿Ha tenido debates mediante comentarios en publicación emitidas por los medios digitales?



Fuente: Tabla de frecuencia.

Elaboración propia

Análisis

Los habitantes del barrio Jaime Roldos Aguilera, respondieron a la encuesta de la siguiente manera; nunca (14) que representa 14%; casi nunca (9) equivalente al 9%; en ocasiones (65) que es igual al 65%; Casi siempre (11) que refleja el 11%; siempre (1) lo que significa al 1%, en relación a la pregunta ¿Ha tenido debates mediante comentarios en publicación emitidas por los medios digitales?

Tabla 9.

Variable dependiente:

¿Cree que la opinión emitida por los periodistas ha cambiado su percepción respecto a algún tema en particular?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	7	7 %
Casi nunca	1	1 %
En ocasiones	49	49 %
Casi siempre	39	39 %
Siempre	4	4 %
Total	100	100 %

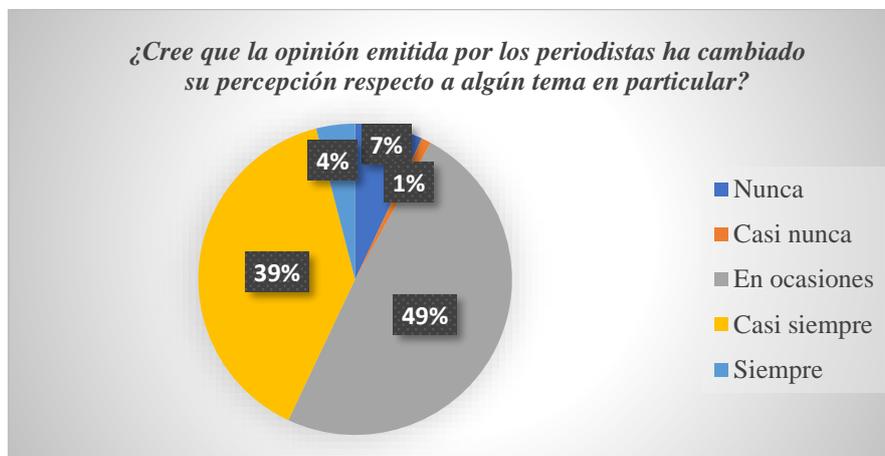
Fuente: Encuesta a los habitantes del barrio Jaime Roldós Aguilera del cantón la Libertad.

Elaboración propia

Figura 9.

Variable dependiente:

¿Cree que la opinión emitida por los periodistas ha cambiado su percepción respecto a algún tema en particular?



Fuente: Tabla de frecuencia.

Elaboración propia

Análisis

Los habitantes del barrio Jaime Roldós Aguilera, respondieron a la encuesta de la siguiente manera; nunca (7) que representa 7%; casi nunca (1) equivalente al 1%; en ocasiones (49) que es igual al 49%; Casi siempre (39) que refleja el 39%; siempre (4) lo que significa al 4%, en relación a la pregunta ¿Cree que la opinión emitida por los periodistas ha cambiado su percepción respecto a algún tema en particular?

Tabla 10.

Variable dependiente:

¿Cree que los medios digitales tratan de influenciar sobre su criterio político?

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	1	1 %
Casi nunca	0	0 %
En ocasiones	16	16 %
Casi siempre	22	22 %
Siempre	61	61 %
Total	100	100 %

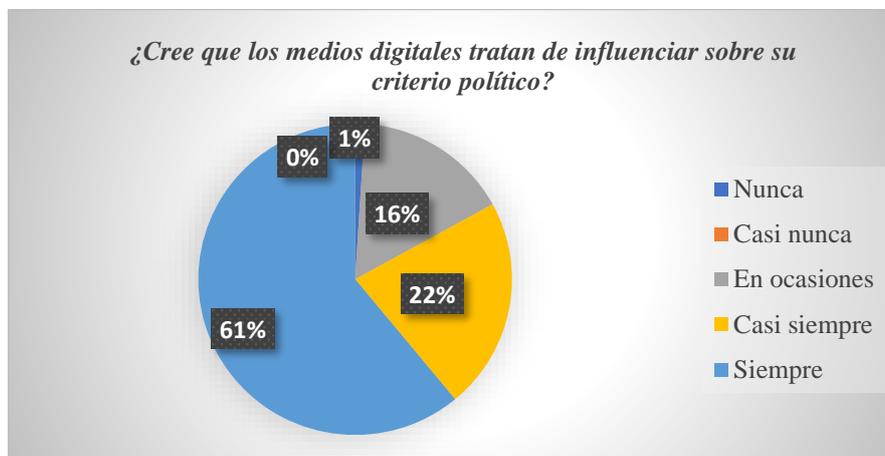
Fuente: Encuesta a los habitantes del barrio Jaime Roldós Aguilera del cantón la Libertad.

Elaboración propia

Figura 10.

Variable dependiente:

¿Cree que los medios digitales tratan de influenciar sobre su criterio político?



Fuente: Tabla de frecuencia.

Elaboración propia

Análisis

Los habitantes del barrio Jaime Roldos Aguilera, respondieron a la encuesta de la siguiente manera; nunca (1) que representa 1%; casi nunca (0) equivalente al 0%; en ocasiones (16) que es igual al 16%; Casi siempre (22) que refleja el 22%; siempre (61) lo que significa al 61%, en relación a la pregunta ¿Cree que los medios digitales tratan de influenciar sobre su criterio político?

A continuación se detallan los resultados de la entrevista, como segunda técnica implementada en la presente investigación. “La entrevista puede aportar una mayor objetividad a la evaluación” (Poblete et al., 2016, p. 459). porque en este caso certifica las respuestas del instrumento anterior. En lo que concierne a esta técnica, es necesario la implementación de una guía de preguntas.

Las cuales fueron estructuradas según las dimensiones, variables e indicadores y sus resultados serán analizados cualitativamente. Cabe destacar que esta técnica estará dirigida a expertos en el campo de medios digitales, comunicación y conducta humana.

Tabla 11. Entrevista

<p>Entrevistado 1: Lcda. en comunicación, Valeria De La Cruz Conforme</p> <p>Cargo: Directora del periódico El Vocero.</p> <p>Entrevistado 2: Lcda. en psicología, María Fernanda Tomalá Franco</p> <p>Cargo: Analista Dece en instituciones educativas.</p> <p>Entrevistador: Mateo Cardona Patiño</p>		
Preguntas	Análisis	Observación
Variable Independiente		
¿Qué aporta un medio de comunicación digital a la sociedad?	Las expertas afirman que los medios digitales aportan inmediatez al transmitir una información, y la mayoría de veces lo hace sin censura. Entonces, se corre el riesgo de que la ciudadanía reciba una información errónea y escasa de fundamentos. Sin embargo, es el usuario, el receptor el que decide si se queda con la “verdad” o “mentira” que le da un medio y busca contrastarla.	El conocimiento arraigado en los niños con edades que van desde los 12 a los 15 años, proviene en un 80% de diferentes medios de comunicación, principalmente de la televisión, es decir, el 20% restante de sus habilidades son adquiridas en la escuela, estos datos, mismo que crecen cada vez más, exponen que los medios comunicacionales son una manera de influir en la formación del criterio humano. (Gutiérrez et al., 2010)

<p>¿Los medios digitales emiten opiniones que influyen en el criterio social de manera intencionada?</p>	<p>En este punto, las entrevistadas concluyen que cada periodista, cada medio de comunicación, sabe bien lo que desea decir, lo que desea proyectar y lo que quiere provocar en la conciencia del colectivo.</p>	<p>El suministro estratégico por el que optan los medios de comunicación pasa por la captación de la atención de los usuarios que consumen su información, generando en los consumidores paradigmas cognitivos que se ven reflejados en el accionar colectivo o individual en la sociedad. (Golovina, 2014)</p>
<p>Varibel Dependiente</p>		
<p>¿La información publicada en medios digitales puede generar cambios en la conducta?</p>	<p>Según la experta, desde el punto de vista analítico, la conducta es revocable. Porque es información que se expone constantemente y se almacena en el cerebro.</p>	<p>El implemento de la tecnología y las herramientas que la misma brinda, facilita el trabajo para los usuarios de recibir y decifrar o interpretar los mensajes. (Golovina, 2014)</p>
<p>¿Los medios de comunicación moldean los comportamientos sociales? ¿Por qué?</p>	<p>Las entrevistadas afirman que sí, pero muchas veces indirectamente, es decir Cada persona tiene vínculos con otra, entonces, la información emitida por los medios moldea la conducta de las personas, dependiendo de la cultura y a su vez estas funcionan como modeladoras de otras dependiendo de su influencia.</p>	<p>Sanz & Carro (2019) mencionan la Falacia Ad Verecundiam como otro efecto que consiste en sostener una ideología buscando un sustento válido en alguien que se expone como una inminencia en dicha área, aun sin aportar justificaciones más profundas, (p.e. si la mayoría de personas está a favor de la castración química a violadores, significa que esta medida es un buen método para combatir los índices de violencia sexual)</p>

Elaboración propia

5. CONCLUSIONES

- Este artículo académico está dirigido a la comunidad científica como aporte que ayude a identificar la influencia ejercida por medios digitales en la conducta de los habitantes del barrio Jaime Roldós Aguilera del cantón La Libertad para futuras investigaciones.
- Así mismo, este trabajo está direccionado a la comunidad universitaria UPSE como un referente de análisis que ayude a determinar el tipo de contenido impartido por medios digitales a los habitantes del barrio Jaime Roldós Aguilera.
- Consecuentemente, el presente artículo está encaminado a la población en general del Barrio Jaime Roldós Aguilera, como un aliciente que permita examinar la respuesta de los habitantes de este sector frente a los contenidos emitidos por los medios digitales.
- En el estudio de los datos allegados a las técnicas de investigación, se concluye que gran parte de la población del Barrio Jaime Roldós Aguilera se encuentra expuesta a la manipulación de los medios de comunicación digitales, por lo que se hace necesaria la concientización respecto a la influencia que estos ejercen frente a la población.
- Finalmente, se puede argumentar con bases sólidas, que, a pesar de que los habitantes del barrio Jaime Roldós Aguilera del cantón La Libertad conocen que los medios digitales intentan influenciar sus criterios e incluso manipular los temas que forman parte de la vox populi, se ponen a merced de los mismos, siguiendo diversas plataformas de información y participando en ellas mediante comentarios y debates.

6. RECOMENDACIONES

- Se recomienda este trabajo de investigación a la comunidad científica cuyo aporte incide en identificar la influencia ejercida por medios digitales en la conducta de los habitantes del barrio Jaime Roldós Aguilera del cantón La Libertad.

- Así mismo, se exhorta a la comunidad universitaria UPSE a tomar como referente el presente trabajo que ayuda a determinar el tipo de influencia que propone el contenido impartido por medios digitales a los habitantes del barrio Jaime Roldós Aguilera.

- Consecuentemente, se recomienda el presente artículo a la población en general del Barrio Jaime Roldós Aguilera, como análisis que permita examinar las respuestas frente a los contenidos emitidos por los medios digitales.

- Frente a los resultados expuestos, se exhorta a la directiva barrial a la organización de un conservatorio informativo que ayude a la concientización respecto de la influencia que los medios digitales ejercen a la población del Barrio Jaime Roldós Aguilera.

- Finalmente, se recomienda a los habitantes del barrio Jaime Roldós Aguilera del cantón La Libertad, estudiar la información publicada por los distintos medios a los que siguen, haciendo un análisis profundo, dejando de lado sus ideales, para que puedan identificar, cuales medios quieren informarlos y cuales quieren alterar sus conductas y preferencias.

7. BIBLIOGRAFÍA

Arias Gonzáles, J. L., & Covinos Gallardo, M. (2021). Diseño y metodología de la investigación.

Bajaña, K. (2018). MEDIOS DIGITALES, RESPONSABILIDAD SOCIAL E IMPACTO EN LA OPINIÓN PÚBLICA DE LOS BABAHOYENSES. UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO, 1-131..

Barredo, Da Cunha, & Toledo. (2020). Comunicación digital, redes sociales y procesos en línea: estudios en una perspectiva comparada entre América Latina y la península ibérica.

Carro, & Sanz. (2019). Susceptibilidad cognitiva a las falsas informaciones.

Castro, Hernández, Riquelme, Ossa, Aedo, Da Costa, & Páez. (2019). Nivel de sesgos cognitivos de representatividad y confirmación en estudiantes de Psicología de tres universidades del Bío-Bío.

Chaves Montero. (2018). La utilización de una metodología mixta en investigación social.

Chen. (2016). Elementos de la comunicación.

Coho, C. (2003). El Comportamiento Humano. CUADERNOS DE ADMINISTRACIÓN UNIVERSIDAD DEL VALLE/ N° 29, 116-183.

Condori. (2020). Universo, población y muestra.

Fernández. (2021). Sesgos Cognitivos: En Qué Consisten Y Cómo Nos Afectan .

Francisco, J., Urcos, C., Carlos, J., Azabache, B., De Maria, F., Aguirre, S., . . . Wiener, N. (2020). Percepción de la conducta por aislamiento social obligatorio en jóvenes universitarios por covid-19.

Freire. (2020). La búsqueda de información científica en las bases de datos académicas.

Golovina. (2014). La comunicación masiva y el comportamiento del consumidor.

Gómez, L. (2010). Un espacio para la investigación documental.

González, & Chica. (2018). Conducta de los suscriptores en YouTube: estudio de caso del canal EnchufeTv.

Gutiérrez, Rodríguez, & Camino. (2010). El papel de los medios de comunicación actuales en la sociedad contemporánea española.

Guzmán. (2019). Técnicas de Investigación de Campo: Unidades de Apoyo para el Aprendizaje.

Leonard. (2021). Disonancia cognitiva: Definición, efectos y ejemplos.

Manso. (2019). Escrachos en redes sociales: nociones de (in) justicia en torno a las denuncias sobre violencias de género.

Nieto. (2018). Tipos de investigación.

Orrala, G. (2013). Los géneros periodísticos de los medios impresos y su repercusión en la conducta de los jóvenes de la parroquia Colonche-cantón Santa Elena.

Ortiz. (2021). ESTUDIO DE LOS SESGOS COGNITIVOS (EFECTO HALO, EFECTO ARRASTRE Y FILTRO BURBUJA) PRESENTES EN EL ECOMMERCE. SU IMPACTO EN LA TOMA DE DECISIONES Y EL APROVECHAMIENTO EN LAS EMPRESAS.

Otero. (2018). Enfoques de investigación.

Paleta. (2018). Dimensiones de la Comunicación Digital Interactiva.

Peiró. (2021). Comportamiento humano.

Peña, Lazkano, & Larrondo. (2019). Medios de comunicación e innovación social. El auge de las audiencias activas en el entorno digital.

Poblete, Fernandez, Campo, Carrasco, & Lopez. (2016). La entrevista como herramienta para la evaluación de competencias genéricas: construcción de un consenso sobre evidencias.

Risco. (2020). Clasificación de las Investigaciones.

Roggiero Vinuesa, G. O, & Vera Pilco, E. A. (2014). El periodismo 2.0 y su influencia en la migración de medios tradicionales en la web para la provincia de Santa Elena.

Salavarría, R. (2019). Periodismo digital: 25 años de investigación.

Saldaña. (2018). MEDIOS DIGITALES, RESPONSABILIDAD SOCIAL E IMPACTO EN LA OPINIÓN PÚBLICA DE LOS BABAHOYENSES.

Sendra, J. M., & de Ayala López, M. C. L. (2018). Influencia en la violencia de los medios de comunicación: guía de buenas prácticas.

Trejo. (2020). La falta de acceso y aprovechamiento de los medios y las tecnologías: dos deudas de la educación en México.

Valderrama. (2018). LA RUEDA DE MOTIVOS: HACIA UNA TABLA PERIÓDICA DE LA MOTIVACIÓN HUMANA.

Vera, R. . (2014). El periodismo 2.0 y su influencia en la migración de medios tradicionales en la web para la provincia de Santa Elena.

Westreicher. (2020). Encuesta.

Zuluaga, & Gómez. (2019). Medios nativos digitales en América Latina: agenda, sostenimiento e influencia.

8. ANEXOS

TEMA /TÍTULO	VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
<p>Análisis de la influencia ejercida por medios digitales en la conducta de los habitantes del barrio Jaime Roldós Aguilera del cantón la libertad</p>	<p>Medios digitales</p> <p>Conducta de los habitantes</p>	<p>Los medios digitales son un medio de comunicación diferente a los demás, brinda herramientas y características particulares que han alcanzado una relación única e innovadora con los usuarios, en la actualidad el uso de los medios digitales es indispensable para facilitar la comunicación (Bajaña, 2018)</p> <p>El comportamiento humano, de acuerdo a la Psicología, son todas las actividades expresadas físicamente por el ser humano y todos sus procesos mentales manifestados por medio de expresiones orales como los sentimientos y los pensamientos, que un individuo manifiesta cuando se encuentra en una situación social en particular (Coho, 2003)</p>	<p>Los medios de comunicación ejercen influencia en la comunidad a la que se dirigen. Sin embargo, esta influencia depende de una serie de factores en cada individuo o grupo social.</p>	<p>-Tecnología</p> <p>Comunicativa</p> <p>Informacional.</p> <p>-Multimedialidad.</p> <p>-Interactividad.</p> <p>-Sesgos cognitivos.</p> <p>-Susceptibilidad cognitiva.</p> <p>-Disonancia cognitiva.</p>	<p>-Elementos de la comunicación.</p> <p>-Procesos de la comunicación.</p> <p>-Bases de datos y fuentes de información.</p> <p>-Sesgos de confirmación y representación</p> <p>-Razonamiento motivado: efecto Halo y de Arrastre</p> <p>-Sesgo de creencia</p>	<p>Escala de Likert</p>

Anexo 2. Encuesta

Técnica: Encuesta

Instrumento: cuestionario

Tema: Análisis de la influencia ejercida por medios digitales en la conducta de los habitantes del barrio Jaime Roldós Aguilera del cantón La Libertad.

Objetivo. Identificar la influencia de los medios digitales en la conducta de los habitantes del barrio Jaime Roldós Aguilera del cantón La Libertad.

Escala. Nunca 1, casi nunca 2, en ocasiones 3, casi siempre 4, siempre 5

Variable Independiente: medios digitales						
Variable más dimensión más indicador (directa e indirecta)		1	2	3	4	5
1	Con que frecuencia se informa de los sucesos de su sector a través de medios digitales					
2	Ha realizado denuncias públicas por canales digitales como: redes sociales, páginas webs, etc.					
3	Cuando ocurre un determinado suceso, usted compara la información en distintos medios de comunicación					
4	Cree que la información publicada por medios digitales es verdadera					
5	Cree que los medios digitales emiten información según su conveniencia					
Variable dependiente: conducta humana						
6	Usted emite su criterio a través de comentarios en las publicaciones de los medios digitales					
7	Califique la confianza que tiene en los medios digitales de los que recibe información					
8	Ha tenido debates mediante comentarios en publicación emitidas por los medios digitales					
9	Cree que la opinión emitida por los periodistas ha cambiado su percepción respecto a algún tema en particular					
10	Cree que los medios digitales tratan de influenciar sobre su criterio político					

Anexo 3. Entrevista

<p>Entrevistado 1:</p> <p>Entrevistado 2:</p> <p>Entrevistador: Mateo Cardona Patiño</p>		
Preguntas	Análisis	Observación
Variable Independiente		
¿Qué aporta un medio de comunicación digital a la sociedad?		
¿Los medios digitales emiten opiniones que influyen en el criterio social de manera intencionada?		
Varibel Dependiente		
¿La información publicada en medios digitales puede generar cambios en la conducta?		
¿Los medios de comunicación moldean los comportamientos sociales? ¿Por qué?		