



# FACULTAD DE COMUNICACIONES

Carrera de Comunicación y Publicidad

“CARACTERÍSTICAS DE LA INTERACCIÓN EN LAS FAN PAGES LOS SIMPSON Y FOX LATINOAMÉRICA, EN LA ESTRATEGIA DIGITAL DEL ESPECIAL TELEVISIVO ‘BATALLA SIMPSON’ DEL 2017”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en **Comunicación y Publicidad**

Autor:

Stephanie Laleshca Prado Orbegoso

Asesor:

Mg. Pepe Hidalgo Jiménez

Trujillo - Perú

2020

## DEDICATORIA

A Dios, por su bendición y fortaleza.  
A mi madre, porque gracias a su esfuerzo y  
lucha he llegado donde estoy ahora.  
Y, a mis seres queridos que me brindaron  
apoyo y palabras de aliento.

## Tabla de contenidos

<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>2</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS .....</b>	<b>4</b>
<b>CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>7</b>
<b>CAPÍTULO II. METODOLOGÍA .....</b>	<b>12</b>
<b>CAPÍTULO III. RESULTADOS .....</b>	<b>17</b>
<b>CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....</b>	<b>48</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>64</b>
<b>TERMINOLOGÍA .....</b>	<b>67</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>69</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Comparación de la interacción entre <i>fan pages</i> .....</b>	<b>17</b>
Gráfica N°1: .....	17
Gráfica N°2 .....	18
Gráfica N°3: .....	19
Gráfica N°4: .....	20
Gráfica N° 5: .....	21
Gráfica N° 6: .....	22
Gráfica N° 7: .....	23
Gráfica N° 8: .....	24
Gráfica N° 9: .....	25
Gráfica N° 10 .....	26
Gráfica N° 11: .....	27
Gráfica N° 12: .....	28
Gráfica N° 13: .....	29
Gráfica N° 14: .....	30
Gráfica N° 15: .....	31
Gráfica N° 16: .....	32
Gráfica N° 17: .....	33
Gráfica N° 18: .....	34
<b>Perfil de usuarios participantes.....</b>	<b>35</b>
Gráfica N° 19: .....	35
Gráfica N° 20: .....	36
Gráfica N° 21: .....	37
Gráfica N° 22: .....	38
Gráfica N° 23: .....	39
Gráfica N° 24: .....	40

Gráfica N° 25: .....	41
Gráfica N° 26: .....	42
<b>Análisis de las respuestas .....</b>	<b>43</b>
Gráfica N° 27 .....	43
Gráfica N° 28: .....	44
Gráfica N° 29: .....	45
<b>Nivel de interacción por horario de publicación.....</b>	<b>46</b>
Gráfica N° 30 .....	46
Gráfica N° 31: .....	47

## RESUMEN

El presente estudio, titulado “*Características de la interacción en las fan pages Los Simpson y Fox Latinoamérica, en la estrategia digital del especial televisivo ‘Batalla Simpson’ del 2017*”, tiene el propósito de conocer y determinar particularidades de la interacción de los usuarios, misma que es resultado de la estrategia digital establecida para el especial de televisión ‘Batalla Simpson’, del programa Los Simpson. Se aplicó un diseño no experimental, descriptivo; haciéndose uso de la técnica de observación, para tomar datos correspondientes a las 18 publicaciones del especial ‘Batalla Simpson’, no solo de la *fan page* oficial de Los Simpson Latinoamérica sino también del canal oficial; es decir, FOX Latinoamérica. Conjuntamente, se elaboró un instrumento de recolección de datos, partiendo de fichas de registro y *check list*, para una mejor apreciación. Los resultados evidenciaran que el análisis de las características de la interacción, en el ámbito digital, benefician de varias maneras a la serie televisiva. En vista de ello, se concluye que analizar y determinar rasgos de la interacción digital influencia positivamente en el desarrollo y ejecución de una estrategia digital, sobre todo si la marca -Los Simpson- tiene como fin llegar a su público a través de las plataformas digitales.

**Palabras clave:** *Características, análisis, interacción, fan page, Facebook, estrategia digital, usuarios.*

## CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad problemática

Las redes sociales se han convertido en un pilar básico para la estrategia de comunicación de muchas empresas (Chu, 2011). En efecto, la llegada de internet y, consigo, las nuevas tecnologías ocasionaron grandes cambios en el accionar de las empresas. Ya que, hoy en día las organizaciones pueden establecer un contacto directo con el consumidor final a través de las redes sociales, las cuales son una herramienta ineludible en el desarrollo de planes estratégicos de comunicación y marketing, debido a su inmediatez, alcance y beneficio a nivel económico.

A la vez, la industria televisiva se encuentra en un momento de cambios, donde uno de los más importantes es el referido al consumo. En este sentido, cabe destacar el papel de la audiencia que, gracias a la irrupción de las redes sociales y plataformas como Facebook y Twitter, ha pasado de ser sujeto pasivo a sujeto activo, viviendo experiencias que se comparten en una comunidad digital. Es decir, el receptor se ha convertido en un emisor más, que produce y comparte información, y que llega a los medios y grandes emisores, con el objetivo de que se le tenga en cuenta.

En los últimos años se ha convertido en algo habitual ver televisión al tiempo que se utiliza una segunda pantalla, desde donde podemos comentar de manera en tiempo real sobre ciertos programas a través de las redes sociales; de ahí que, las marcas están aprovechando el poder de las plataformas digitales -como Facebook, Twitter e Instagram- para establecer vínculos cercanos e interactuar con sus potenciales y más fieles clientes; ya que, según afirman Nadkarni y Hofmann (2012) las redes

sociales han ganado una enorme popularidad al satisfacer necesidades básicas del individuo como la pertenencia a grupos o la interacción social.

Asimismo, estas páginas se han convertido en las comunidades virtuales de marca más dinámicas en la actualidad. Puesto que, una vez creada la *fan page* la red social, el objetivo de las empresas es conseguir seguidores o fans para su marca, de ahí que todos los esfuerzos hasta ahora se hayan centrado principalmente en aumentar el tamaño de la comunidad a través de diversas estrategias promocionales y de comunicación (Puro marketing, 2012).

De acuerdo a esta nueva perspectiva digital, los seguidores dejaron de representar solo un número convirtiéndose en usuarios con capacidad de calificar, interactuar, e incluso manifestar molestias sobre las marcas. Creamer (2012) asegura que recientes estudios indican que poco más de un 1% de los seguidores de una marca en Facebook están realmente comprometidos con ella. Por lo que, en este nuevo panorama provocado por las redes sociales, no solo la participación del consumidor ha cambiado, ya que los medios tradicionales también han dado un giro en su accionar; como la televisión y cine, que inicialmente fueron catalogados como formas de entretenimiento pasivas. Sin embargo, en la actualidad han alcanzado un considerable nivel de participación; convirtiéndose en medios activos, gracias a su vínculo con los medios digitales (Shepherd, 2014).

Así sucede con la serie animada, Los Simpson, que con sus más de 600 capítulos, han ido contemplando como transcurrían las temporadas, desde la primera hasta la vigésimo novena, al tiempo que la popularidad crecía, empezaba a construir un armazón desde el que llegaría a ser “no solo admirada por el público común, sino por

intelectuales y artistas...” (Enríquez, 2012). Pero, a pesar de que la crítica alabó el ingenio, creatividad, realismo e inteligencia de la serie durante muchos años; a partir del 2000, algunos de los seguidores más veteranos comenzaron a expresar su desilusión con esta, señalando un exceso de situaciones ridículas en la trama. No obstante, la familia amarilla ha logrado mantener una buena audiencia y, a la vez, atraer nuevos espectadores, de las jóvenes generaciones, ya que desde hace años atrás la televisión comparte vínculos estratégicos con las comunidades digitales.

Han pasado casi treinta años con toda una enorme diversidad de circunstancias histórico sociales. Sin embargo, la noticia de renovar la serie para nuevas temporadas, en vez de ser una noticia de feliz para los millones de fieles espectadores, parece que somete a cuestión la calidad de los episodios de la serie. Por ello, no extraña el declive que parece mostrar la serie, puesto que presenta “historias sumamente forzadas, chistes sin gracia y falta de chispa se volvieron una especie de sello distintivo de los episodios” (Suazo, 2017); sobre todo, frente a series animadas como *Bojack Horseman* o *Rick y Morty*, esta última es una de las series -para adultos- por excelencia y ha conseguido un gran éxito (Lombardo, 2016). De ahí que la producción intente elevar el rating y a la vez generar presencia, a través de una estrategia digital por las redes sociales.

Tal es el caso de la denominada ‘Batalla Simpson’ (#BatallaSimpson), un especial de 9 horas de duración, que iría más allá de los populares maratones de capítulos durante 24 horas; puesto que, los fanáticos de la serie animada en Latinoamérica -privilegiadamente- fueron quienes seleccionaron en tiempo real, usando los *hashtags* #BatallaSimpson y el del episodio de su preferencia, un capítulo de los 2 que se enfrentaban para que se transmita de manera inmediata. En total, fueron 18 batallas,

relacionados a sucesos o personajes específicos de la serie. Este proceso participativo se realizó a través de Facebook, en las *fan pages* de Los Simpson Latinoamérica y Fox Latinoamérica.

## 1.2. Formulación del problema

Las circunstancias previamente expuestas conducen a formular la siguiente interrogante de investigación:

¿Cuáles son las características de la interacción de los usuarios en las *fan pages* Los Simpson y FOX Latinoamérica, en la estrategia digital del especial televisivo ‘Batalla Simpson’ del 2017?

## 1.3. Objetivos

### 1.3.1. Objetivo general

Determinar las características de la interacción de los usuarios en las *fan pages* Los Simpson y FOX Latinoamérica, en la estrategia digital del especial televisivo ‘Batalla Simpson’ del 2017.

### 1.3.2. Objetivos específicos

- Comparar la interacción de las publicaciones entre las *fan pages* de Los Simpson y FOX Latinoamérica, en la estrategia digital del especial ‘Batalla Simpson’ del 2017.
- Analizar los comentarios realizados por los usuarios en las publicaciones del especial televisivo ‘Batalla Simpson’, de las *fan pages* Los Simpson y FOX Latinoamérica.
- Describir el perfil de los usuarios que participaron en las publicaciones, del especial televisivo ‘Batalla Simpson’, de las *fan pages* Los Simpson y FOX Latinoamérica.

- Medir la interacción de los usuarios, en la estrategia digital del especial ‘Batalla Simpson’, por horario de publicación.

#### **1.4. Hipótesis**

Dado el carácter de la tesis se consideró pertinente eximir de una hipótesis.

## CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

### 2.1. Tipo de investigación

No experimental, transversal, exploratoria

Estudio	TI
M	O

M: 36 publicaciones, pertenecientes a la estrategia digital del especial televisivo ‘Batalla Simpson’, de la serie animada Los Simpson, realizadas el 26 de marzo del año 2017; 18 posts en la *fan page* de Los Simpson Latinoamérica y 18 en la de FOX Latinoamérica.

O: Observación

### 2.2. Población y muestra

#### 2.2.1. Unidad de estudio

Publicación realizada el 26 de marzo del 2017, en la *fan page*, correspondiente a un especial televisivo de la serie animada Los Simpson.

#### 2.2.2. Población

Publicaciones realizadas el 26 de marzo del 2017, acerca de los Simpson, en las *fan pages* de Los Simpson Latinoamérica y FOX Latinoamérica.

#### 2.2.3. Muestra

Comprende las 36 publicaciones concernientes al especial televisivo ‘Batalla Simpson’ de la serie animada Los Simpson. El criterio de elección ha sido escoger aquellas posteadas el domingo 26 de marzo del 2017, día en que se

trasmitió el especial de televisión, 18 pertenecientes a la *fan page* de Los Simpson para Latinoamérica, así como 18 de la *fan page* de FOX Latinoamérica.

### 2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

- La técnica de recolección de datos es la observación, puesto que se realizarán anotaciones y/o registros de datos de las publicaciones que serán visualizadas en cada una de las *fan pages* -para analizar- sin involucrarse en el proceso; es decir, una observación directa.
- El primer instrumento de recolección de datos comprende un *check list* y una ficha de registro de datos; donde se marcarán características de la muestra analizada y, a la vez, se anotarán los datos necesarios para la investigación, ya sean numéricos o textuales; para así desarrollar un mejor y más perceptible análisis.
- En la primera parte de dicho instrumento de recolección de datos; es decir, el *check list*, se colocará un aspa de acuerdo a la características que correspondan a los datos analizados, en este caso sobre los episodios (indicando si son nuevos o clásicos) y los comentarios por parte de los usuarios (indicando si son positivos, neutrales o negativos).
- Con respecto a la parte de la ficha de registros de datos, se anotarán datos cuantitativos, puesto que se tomará nota sobre los números de comentarios, veces compartidas y reacciones; para elaborar un análisis de los niveles de interacción digital. Por otro lado, también se tomarán datos cualitativos, con el fin de complementar la investigación, tales como el horario de publicación

y una breve interpretación de los comentarios de los usuarios, y así conocer la intención del mensaje emitido hacia la marca.

- El segundo instrumento de recolección de datos es una ficha de registro de datos, que se usará para recoger información sobre los usuarios que interactuaron en las publicaciones, como su lugar de procedencia, edad y sexo; con el fin de poder determinar un perfil -lo más aproximado posible- de los fanáticos de la serie. Vale decir que a causa de la cantidad de usuarios que respondieron a la publicación, se hará uso de un filtro proporcionado por la misma plataforma de Facebook, en la que selecciona los 6 comentarios más relevantes; por consiguiente, se analizará el perfil de aquellos que hayan realizado dichos comentarios.

#### **2.4. Procedimiento**

- Como ya se mencionó la técnica de recolección de datos será la observación; de modo que, para el primer instrumento de recolección de datos el proceso se reduce a 3 pasos: proyectar la publicación, observarla y tomar nota.
- Una vez obtenidos los datos del primer instrumento, se procederá a realizar un análisis, en primera instancia, de los valores numéricos registrados, correspondiente a los niveles de interacción; de modo que se podrá contrastar las cifras de cada una de las *fan pages*, Los Simpson Latinoamérica y FOX Latinoamérica. De esta manera se podrá determinar qué página logró mayor participación por parte de los usuarios, al aplicar la estrategia digital denominada ‘Batalla Simpson’. En conjunto, se realizará una comparación entre los horarios de publicación, para poder analizar y obtener datos extras,

pero no menos importantes; como el horario en el que los usuarios interactuaron más. Lo que permitirá delimitar un *timing* estratégico para futuras acciones digitales.

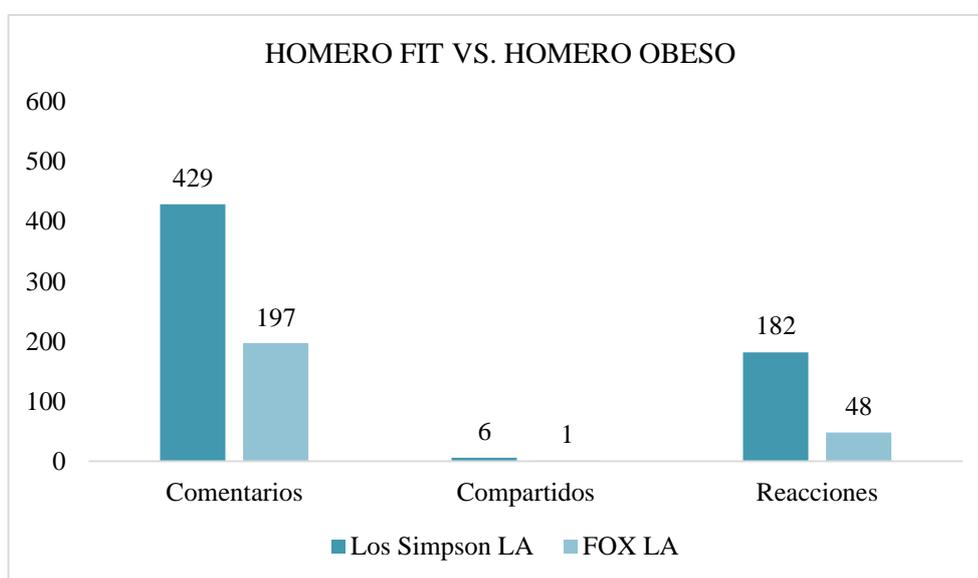
- De la misma ficha, se procederá a analizar los datos cualitativos; es decir, la observación y análisis de los comentarios realizados en las publicaciones, de ambas *fan pages*. Para tal procedimiento, se tomará como muestra los comentarios más importantes, según las herramientas de métricas de Facebook, haciendo uso del filtro ‘más relevantes’; a causa del considerable número de respuestas por publicación. Este estudio nos permitirá conocer la opinión que se tiene con respecto a la serie, su contenido e incluso sobre la estrategia que se está ejecutando. En este punto se hará un conteo de la cantidad de comentarios positivos, neutrales y negativos; para luego interpretar cada uno de los comentarios positivos y negativos, e indicar los mensajes que contiene cada respuesta y, a su vez, el porcentaje de usuarios que piensa de dicha manera.
- Finalmente, en la segunda ficha se tomarán datos del perfil de los usuarios, seleccionados a través del filtro de Facebook ‘más relevantes’, con el propósito de establecer similitudes que permitan fijar características de los involucrados en el proceso de interacción; lo que se traduce en que la marca conozca más al segmento al que se dirige. Así mismo, permite conocer la segmentación con mayor nivel de participación.
- El proceso de recolección de datos para el segundo instrumento abarca proyectar y visualizar la publicación, abrir el perfil del usuario y tomar nota de sus datos.

- Cabe resaltar, que el estudio del contenido de las fichas de registro involucra tanto un proceso cuantitativo, debido al conteo de cifras y datos; como un proceso cualitativo, al valorar e interpretar características de cada uno de los participantes.

## CAPÍTULO III. RESULTADOS

### 3.1. Comparación de la interacción entre *fan pages*

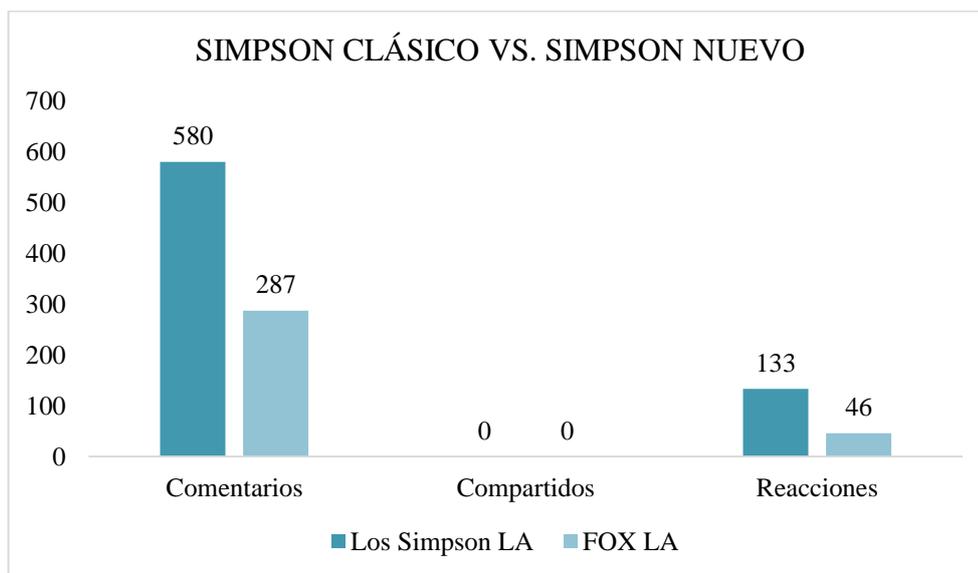
Gráfica N°1: *Comparación de la interacción en la publicación, de la primera batalla ‘Homero fit vs. Homero obeso’, entre las fan pages de Los Simpson Latinoamérica y FOX Latinoamérica*



FUENTE: Muestra de 36 publicaciones en la red social Facebook, respecto al especial televisivo ‘Batalla Simpson’ de la serie animada Los Simpson, realizadas el domingo 26 de marzo del 2017

En la primera batalla de episodios, podemos ver que la *fan page* Los Simpson Latinoamérica logró mayor interacción que la de FOX Latinoamérica, con 429 comentarios sobre 197; 6 veces compartidos sobre 1; y, 182 reacciones sobre 48, respectivamente.

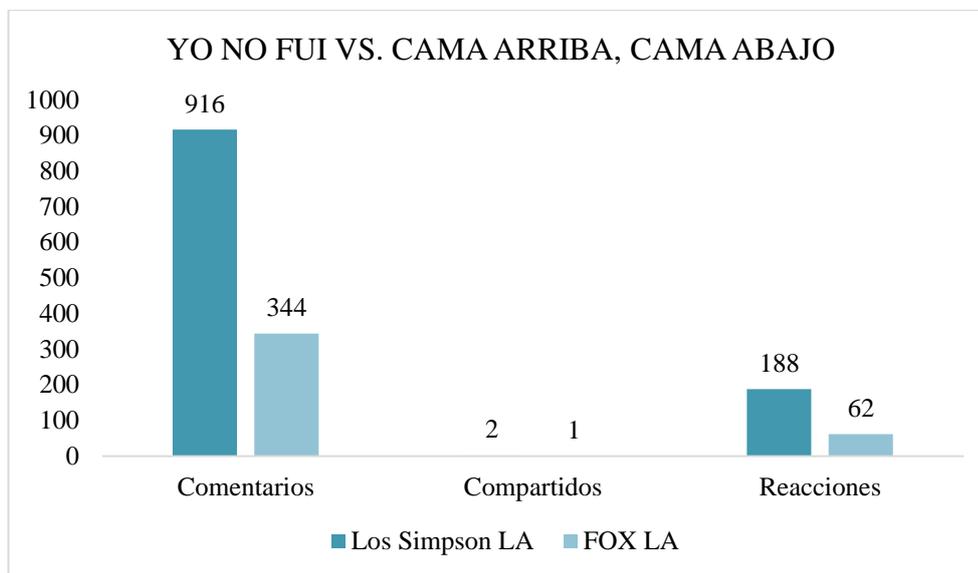
Gráfica N°2: *Comparación de la interacción en la publicación, de la segunda batalla ‘Simpson clásico vs. Simpson nuevo’, entre las fan pages de Los Simpson Latinoamérica y FOX Latinoamérica*



FUENTE: Muestra de 36 publicaciones en la red social Facebook, respecto el especial televisivo ‘Batalla Simpson’ de la serie animada Los Simpson, realizadas el domingo 26 de marzo del 2017

En la segunda batalla de episodios, la *fan page* Los Simpson Latinoamérica nuevamente logró mayor interacción que la de FOX Latinoamérica, con 580 comentarios a 287; 133 reacciones sobre 46, respectivamente.

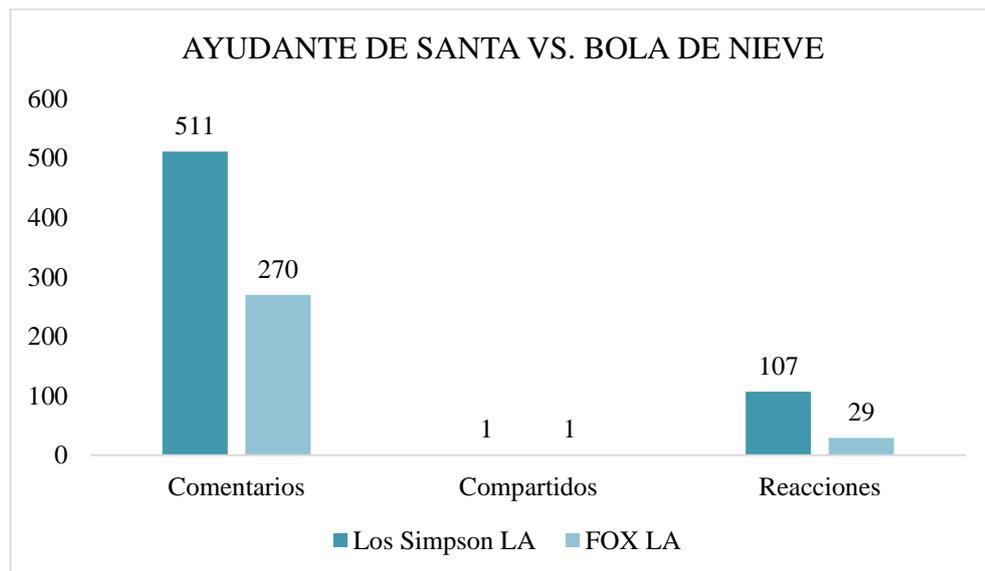
Gráfica N°3: *Comparación de la interacción en la publicación, de la tercera batalla  
 ‘Yo no fui vs. Cama arriba, cama abajo’ entre las fan pages de Los Simpson  
 Latinoamérica y FOX Latinoamérica*



FUENTE: Muestra de 36 publicaciones en la red social Facebook, respecto el especial televisivo  
 ‘Batalla Simpson’ de la serie animada Los Simpson, realizadas el domingo 26 de marzo del 2017

En el tercer versus de episodios, la *fan page* Los Simpson Latinoamérica obtuvo mayor interacción que la de FOX Latinoamérica, con 916 comentarios sobre 344; 2 veces compartidos sobre 1; 188 reacciones en el post sobre 62 que en la página del canal.

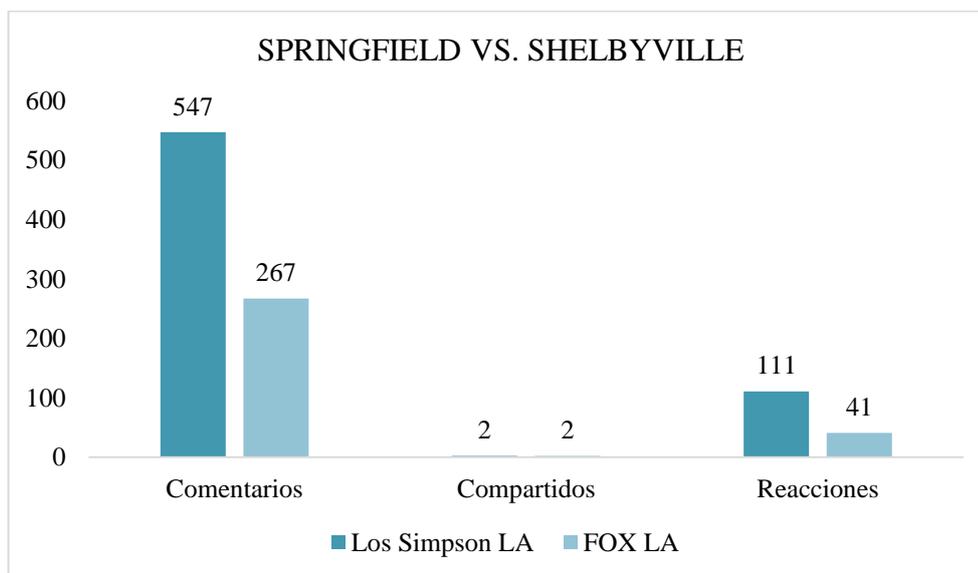
Gráfica N°4: *Comparación de la interacción en la publicación, de la cuarta batalla, ‘Ayudante de Santa vs. Bola de nieve’ entre las fan pages de Los Simpson Latinoamérica y FOX Latinoamérica*



FUENTE: Muestra de 36 publicaciones en la red social Facebook, respecto al especial televisivo ‘Batalla Simpson’ de la serie animada Los Simpson, realizadas el domingo 26 de marzo del 2017

En el cuarto versus de episodios, la *fan page* Los Simpson Latinoamérica obtuvo mayor interacción que la de FOX Latinoamérica, con 511 comentarios sobre 270; 107 reacciones sobre 29, correspondientemente. Sin embargo, hay igualdad en la cantidad de veces compartidos, una vez cada una.

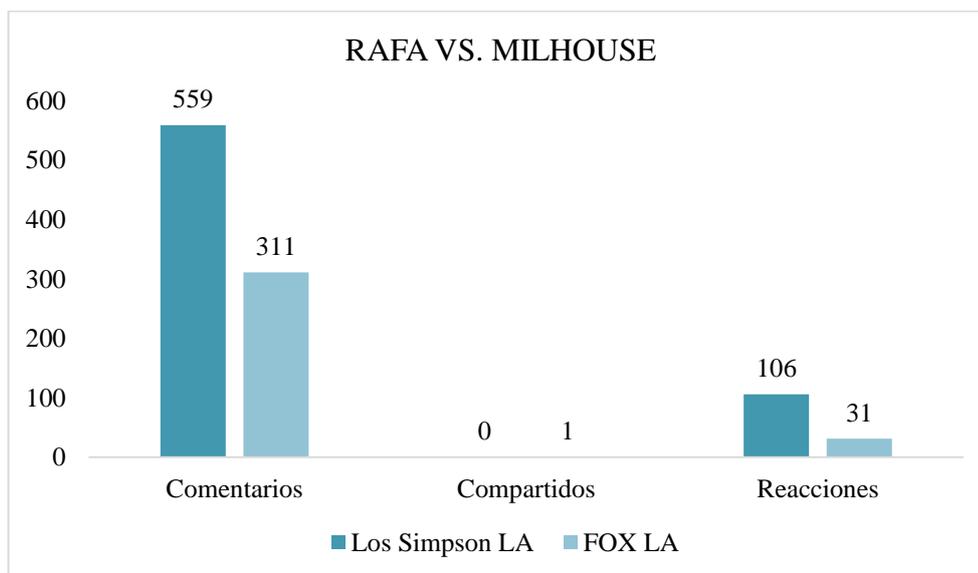
Gráfica N° 5: Comparación de la interacción en la publicación, de la quinta batalla ‘Springfield vs. Shelbyville’, entre las fan pages de Los Simpson Latinoamérica y FOX Latinoamérica



FUENTE: Muestra de 36 publicaciones en la red social Facebook, respecto al especial televisivo ‘Batalla Simpson’ de la serie animada Los Simpson, realizadas el domingo 26 de marzo del 2017

En el quinto versus, la *fan page* Los Simpson Latinoamérica alcanzó una mayor cantidad de interacciones que la de FOX Latinoamérica, con 547 comentarios sobre 267; 111 reacciones sobre 41, respectivamente. Pero, nuevamente hay la misma cantidad de veces compartidos, 2 cada una.

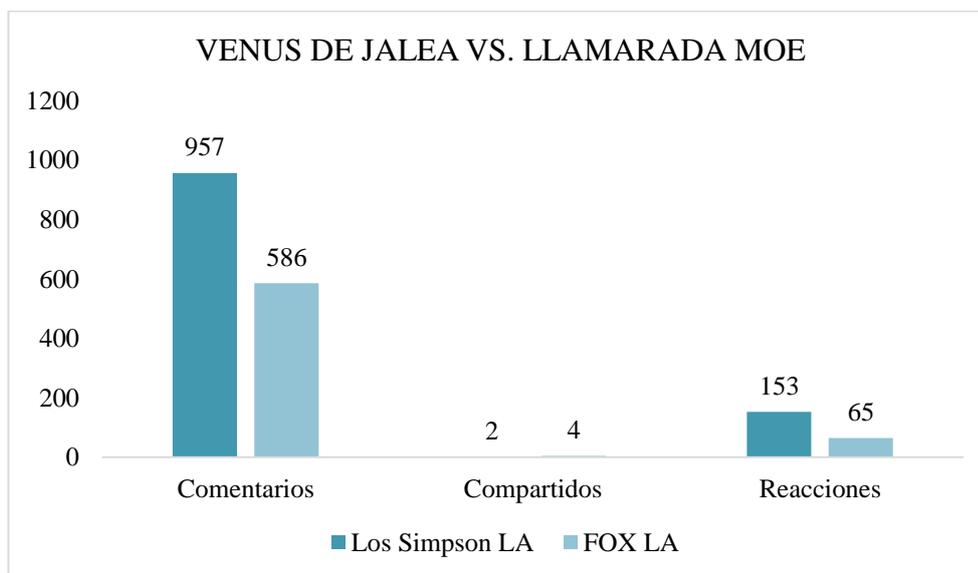
Gráfica N° 6: *Comparación de la interacción en la publicación, de la sexta batalla ‘Rafa vs. Milhouse’, entre las fan pages de Los Simpson Latinoamérica y FOX Latinoamérica*



FUENTE: Muestra de 36 publicaciones en la red social Facebook, respecto al especial televisivo ‘Batalla Simpson’ de la serie animada Los Simpson, realizadas el domingo 26 de marzo del 2017

El sexto versus de episodios tiene una variante en interacciones, la *fan page* Los Simpson Latinoamérica obtuvo mayor interacción que la de FOX Latinoamérica en comentarios, con 559 a 311; reacciones, con 106 a 31, correspondientemente. No obstante, la *fan page* de FOX Latinoamérica tiene un compartido, mientras que Los Simpson Latinoamérica ninguna.

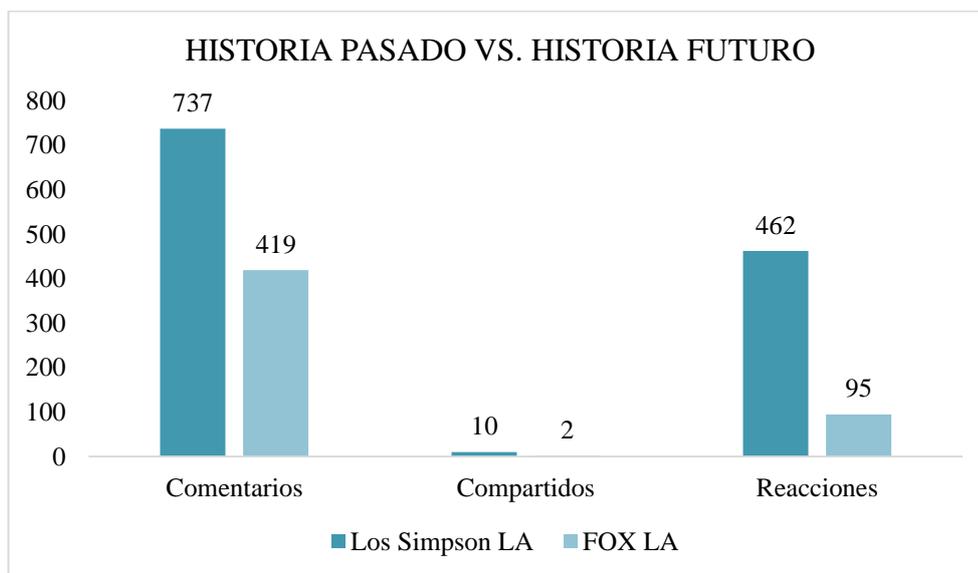
Gráfica N° 7: *Comparación de la interacción en la publicación, de la séptima batalla ‘Venus de jalea vs. Llamarada Moe’, entre las fan pages de Los Simpson Latinoamérica y FOX Latinoamérica*



FUENTE: Muestra de 36 publicaciones en la red social Facebook, respecto el especial televisivo ‘Batalla Simpson’ de la serie animada Los Simpson, realizadas el domingo 26 de marzo del 2017

En la séptima batalla, la *fan page* Los Simpson Latinoamérica alcanzó un mayor índice de interacción que la de FOX Latinoamérica en comentarios, con 957 sobre 586; reacciones, con 153 a 65. Pero, por segunda vez la *fan page* de FOX Latinoamérica supera a la de Los Simpson Latinoamérica, con 4 veces compartidos sobre 2.

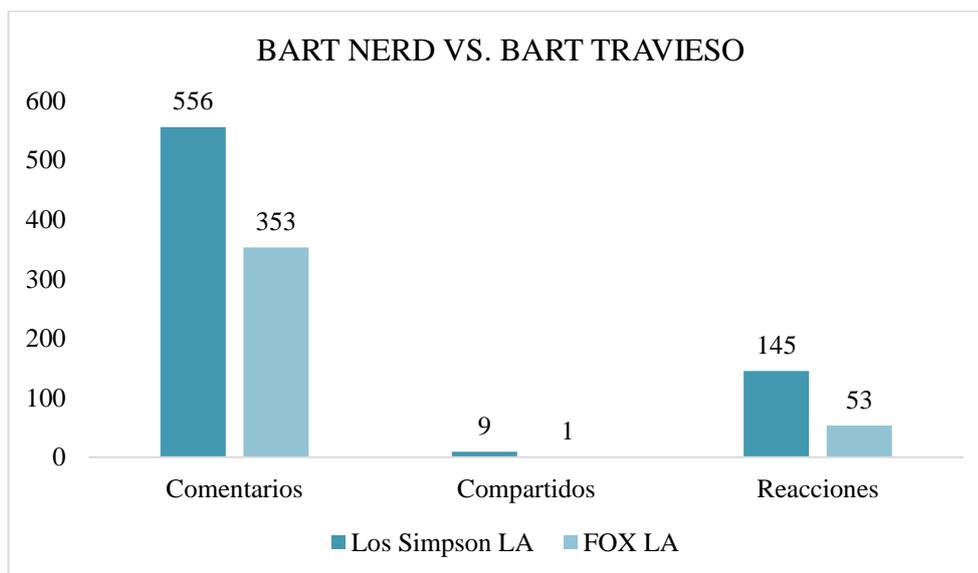
Gráfica N° 8: *Comparación de la interacción en la publicación, de la octava batalla  
 ‘Historia pasado vs. Historia futuro’, entre las fan pages de Los Simpson  
 Latinoamérica y FOX Latinoamérica*



FUENTE: Muestra de 36 publicaciones en la red social Facebook, respecto el especial televisivo  
 ‘Batalla Simpson’ de la serie animada Los Simpson, realizadas el domingo 26 de marzo del 2017

En la octava batalla de episodios, la *fan page* Los Simpson Latinoamérica continúa  
 con mayor interacción que la de FOX Latinoamérica. con 737 comentarios a 419; 10  
 veces compartidos a 2; y en reacciones, con 462 a 95, respectivamente.

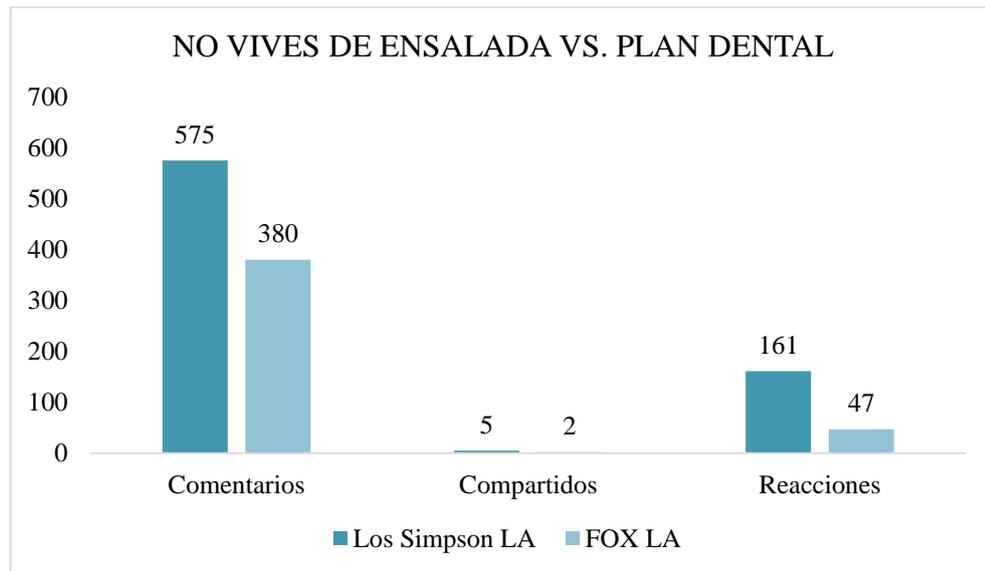
Gráfica N° 9: *Comparación de la interacción en la publicación, de la novena batalla  
 ‘Bart nerd vs. Bart travieso’, entre las fan pages de Los Simpson Latinoamérica y  
 FOX Latinoamérica*



FUENTE: Muestra de 36 publicaciones en la red social Facebook, respecto al especial televisivo  
 ‘Batalla Simpson’ de la serie animada Los Simpson, realizadas el domingo 26 de marzo del 2017

En el noveno versus de episodios, la *fan page* Los Simpson Latinoamérica logró más  
 interacciones que la de FOX Latinoamérica, con 556 comentarios sobre 353; 9 veces  
 compartidos sobre 1; 145 reacciones sobre 53.

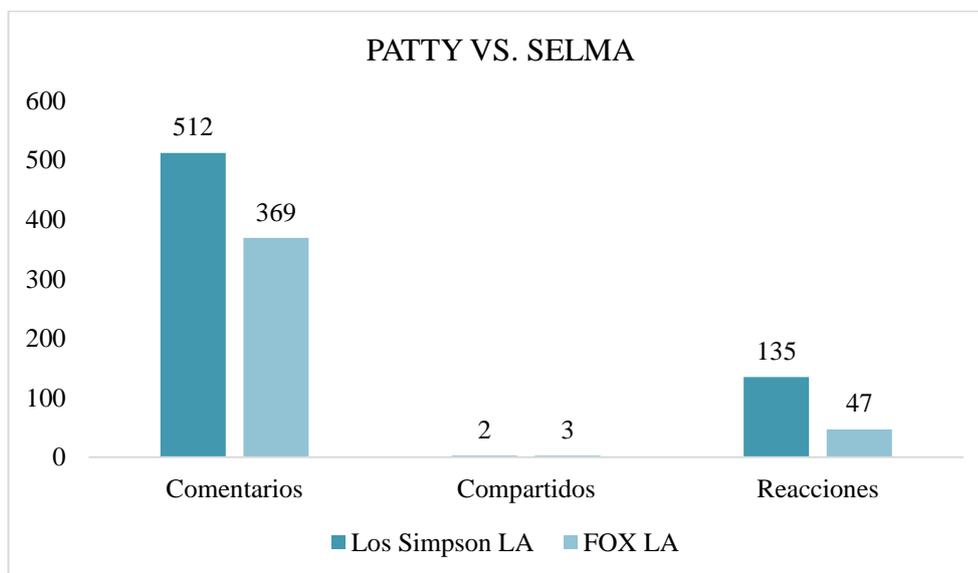
Gráfica N° 10: Comparación de la interacción en la publicación, de la décima batalla  
‘No vives de ensalada vs. Plan dental’, entre las *fan pages* de Los Simpson  
Latinoamérica y FOX Latinoamérica



FUENTE: Muestra de 36 publicaciones en la red social Facebook, respecto el especial televisivo ‘Batalla Simpson’ de la serie animada Los Simpson, realizadas el domingo 26 de marzo del 2017

En la décima batalla, la *fan page* Los Simpson Latinoamérica logra por quinta vez más interacciones que la de FOX Latinoamérica en comentarios con 575 sobre 380; veces compartidos, con 5 sobre 2; reacciones, con 161 a 47, respectivamente.

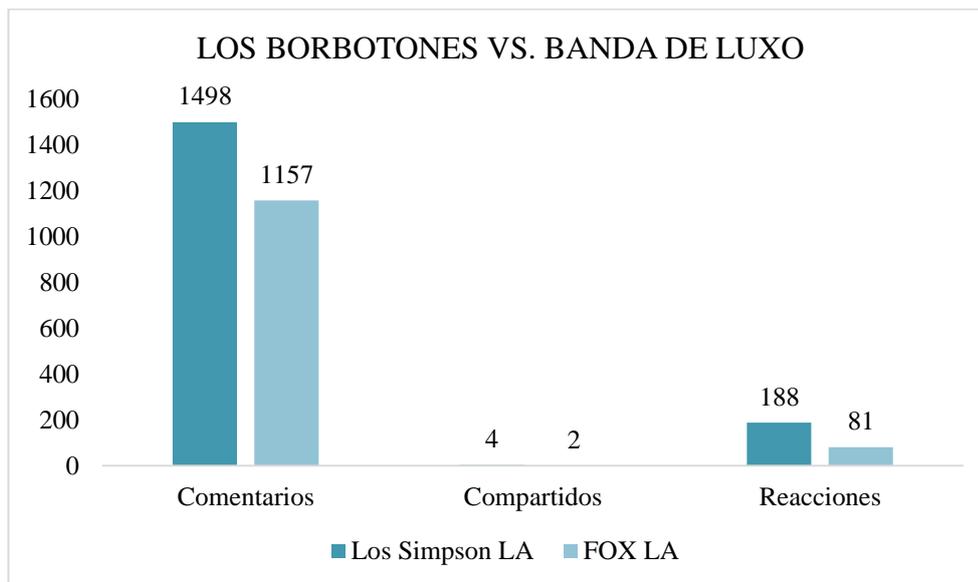
Gráfica N° 11: *Comparación de la interacción en la publicación, de la decimoprimera batalla ‘Patty vs. Selma’, entre las fan pages de Los Simpson Latinoamérica y FOX Latinoamérica*



FUENTE: Muestra de 36 publicaciones en la red social Facebook, respecto el especial televisivo ‘Batalla Simpson’ de la serie animada Los Simpson, realizadas el domingo 26 de marzo del 2017

El decimoprimero versus de episodios vuelve a presentar una variante en cifras, la *fan page* Los Simpson Latinoamérica alcanzó un mayor nivel de interacción que la de FOX Latinoamérica en comentarios, con 512 a 369; y reacciones, con 135 a 47. Sin embargo, la *fan page* de FOX Latinoamérica tiene 3 veces compartidos, y Los Simpson Latinoamérica solo 2.

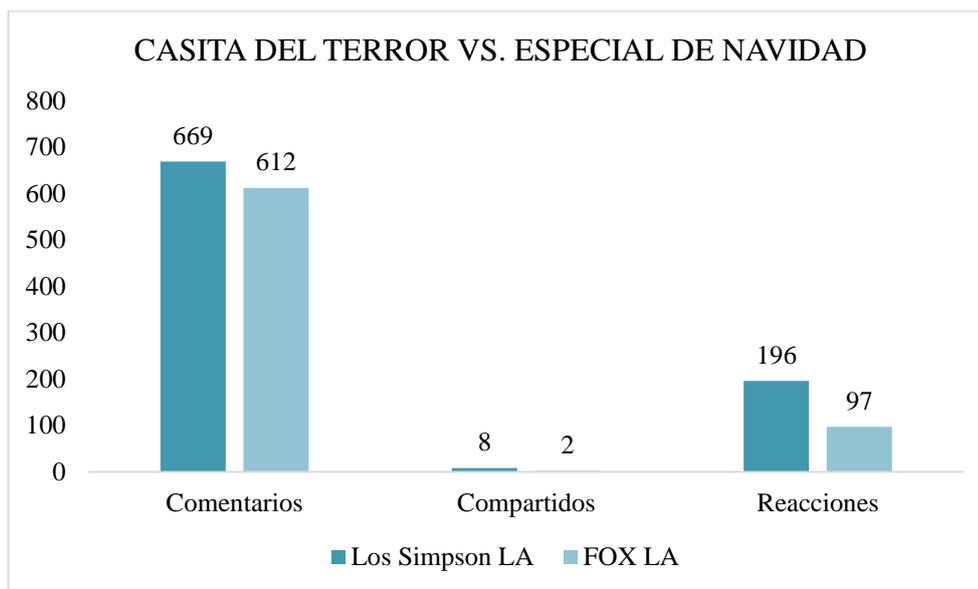
Gráfica N° 12: *Comparación de la interacción en la publicación, de la decimosegunda batalla ‘Los borbotones vs. Banda de lujo’, entre las fan pages de Los Simpson Latinoamérica y FOX Latinoamérica*



FUENTE: Muestra de 36 publicaciones en la red social Facebook, respecto el especial televisivo ‘Batalla Simpson’ de la serie animada Los Simpson, realizadas el domingo 26 de marzo del 2017

En la decimosegunda batalla, la *fan page* Los Simpson Latinoamérica logra mayor cantidad de interacciones que la de FOX Latinoamérica en comentarios con 1498 sobre 1157; veces compartidos, con 4 sobre 2; y en reacciones, con 188 a 81.

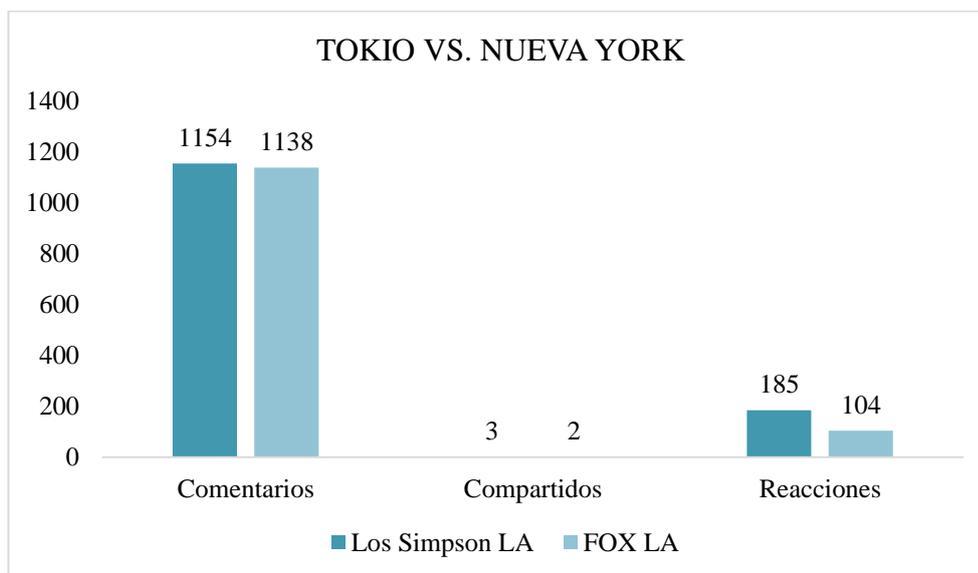
Gráfica N° 13: *Comparación de la interacción en la publicación, de la decimotercera batalla ‘Casita del terror vs. Especial de navidad’, entre las fan pages de Los Simpson Latinoamérica y FOX Latinoamérica*



FUENTE: Muestra de 36 publicaciones en la red social Facebook, respecto el especial televisivo ‘Batalla Simpson’ de la serie animada Los Simpson, realizadas el domingo 26 de marzo del 2017

En el decimotercer versus, la *fan page* Los Simpson Latinoamérica continuó con la mayor cantidad de interacciones sobre FOX Latinoamérica, con 669 comentarios a 612; 8 veces compartidos a 2; 196 reacciones a 97, correspondientemente.

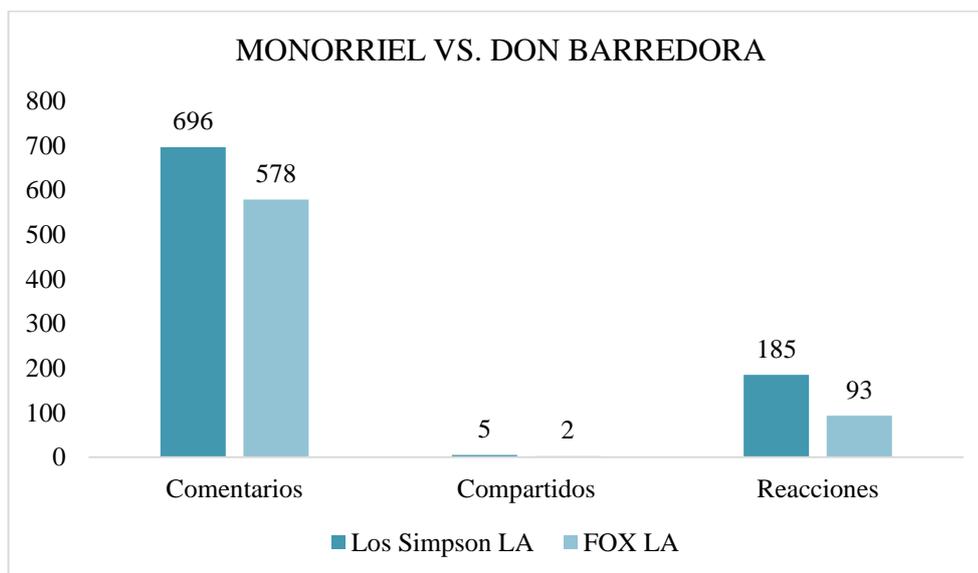
Gráfica N° 14: *Comparación de la interacción en la publicación, de la decimocuarta batalla ‘Tokio vs. Nueva York’, entre las fan pages de Los Simpson Latinoamérica y FOX Latinoamérica*



FUENTE: Muestra de 36 publicaciones en la red social Facebook, respecto el especial televisivo ‘Batalla Simpson’ de la serie animada Los Simpson, realizadas el domingo 26 de marzo del 2017

En el decimocuarto versus, la *fan page* Los Simpson Latinoamérica logró más interacciones que la de FOX Latinoamérica, con 1154 comentarios a 1138, siendo muy poca la diferencia; 3 veces compartidos sobre 2; 185 reacciones sobre 104, respectivamente.

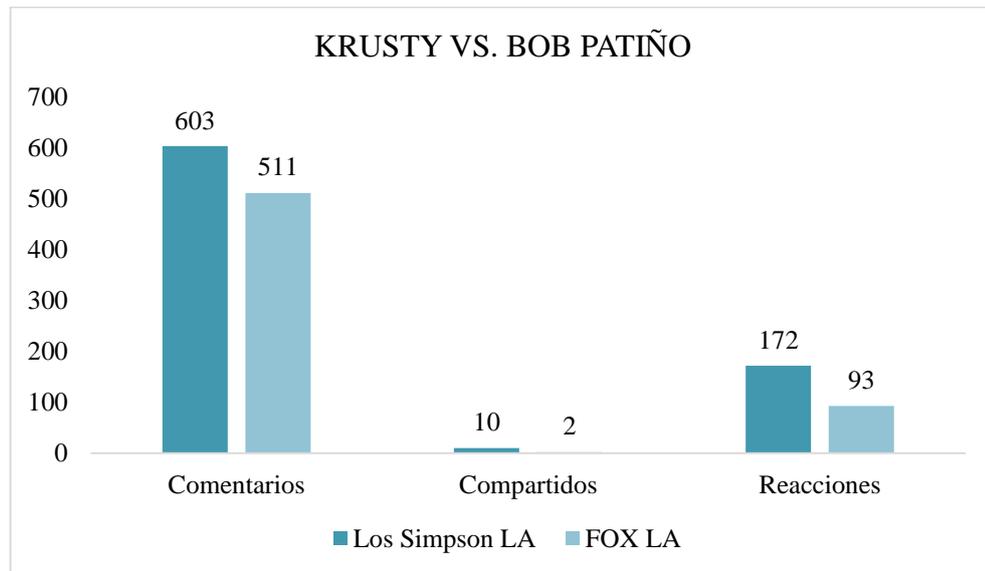
Gráfica N° 15: *Comparación de la interacción en la publicación, de la decimoquinta batalla ‘Monorriel vs. Don barredora’, entre las fan pages de Los Simpson Latinoamérica y FOX Latinoamérica*



FUENTE: Muestra de 36 publicaciones en la red social Facebook, respecto el especial televisivo ‘Batalla Simpson’ de la serie animada Los Simpson, realizadas el domingo 26 de marzo del 2017

En la decimoquinta batalla, la *fan page* Los Simpson Latinoamérica obtuvo mayores índices de interacción sobre FOX Latinoamérica, con 696 comentarios sobre 578; 5 veces compartidos sobre 2; y 185 reacciones sobre 93 en la página del canal.

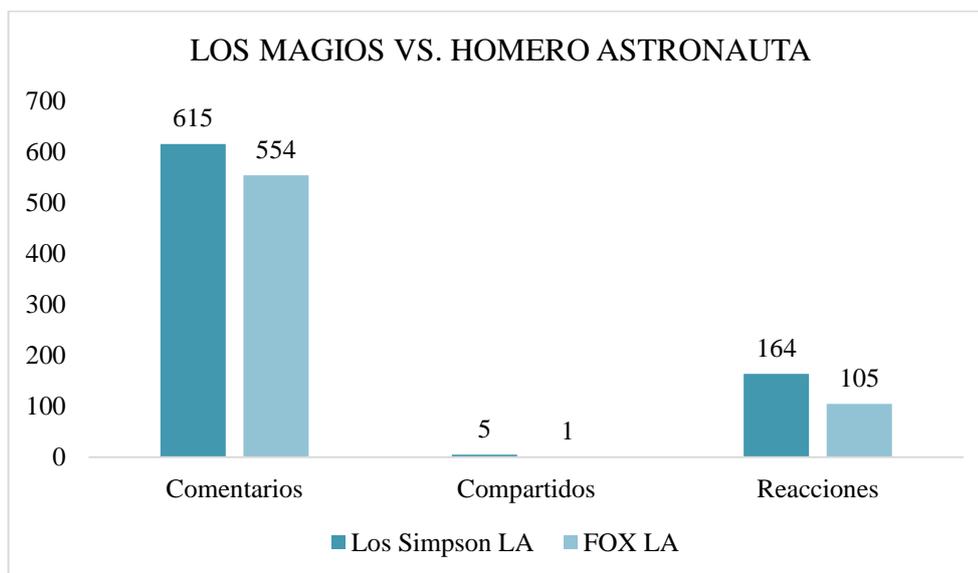
Gráfica N° 16: *Comparación de la interacción en la publicación, de la decimosexta batalla ‘Krusty vs. Bob Patiño’, entre las fan pages de Los Simpson Latinoamérica y FOX Latinoamérica*



FUENTE: Muestra de 36 publicaciones en la red social Facebook, respecto el especial televisivo ‘Batalla Simpson’ de la serie animada Los Simpson, realizadas el domingo 26 de marzo del 2017

En la decimosexta batalla, la *fan page* Los Simpson Latinoamérica consiguió mayor número de interacciones sobre FOX Latinoamérica, con 603 comentarios sobre 511; 10 veces compartidos sobre 2; 172 reacciones sobre 93, correspondientemente.

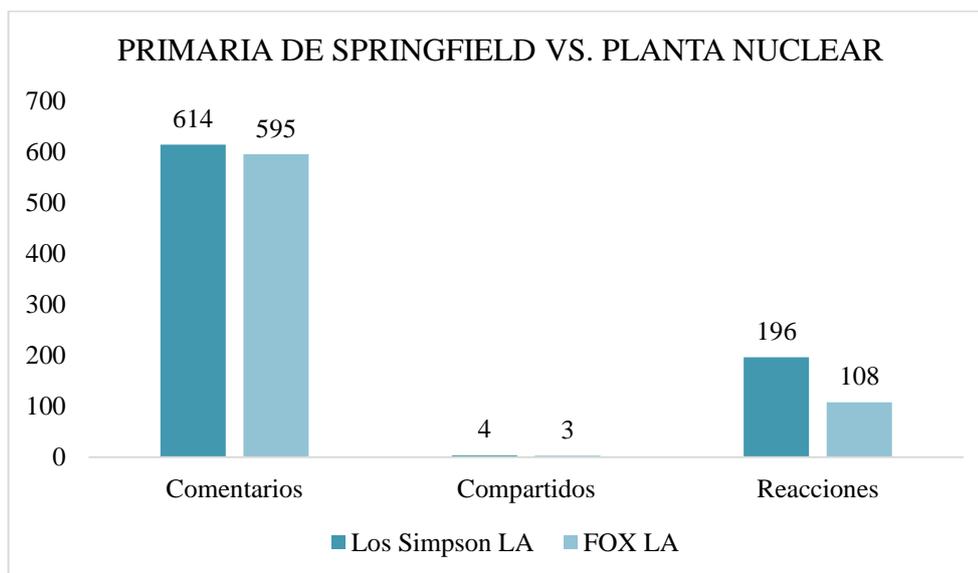
Gráfica N° 17: *Comparación de la interacción en la publicación, de la decimoséptima batalla ‘Los magios vs. Homero astronauta’, entre las fan pages de Los Simpson Latinoamérica y FOX Latinoamérica*



FUENTE: Muestra de 36 publicaciones en la red social Facebook, respecto el especial televisivo ‘Batalla Simpson’ de la serie animada Los Simpson, realizadas el domingo 26 de marzo del 2017

En la decimoséptimo versus de episodios, la *fan page* Los Simpson Latinoamérica se impuso nuevamente ante la cantidad de interacciones de FOX Latinoamérica, con 615 comentarios sobre 554; 5 veces compartidos sobre 1; 164 reacciones sobre 105, respectivamente.

Gráfica N° 18: *Comparación de la interacción en la publicación, de la decimoctava batalla ‘Primaria de Springfield vs. Planta nuclear’, entre las fan pages de Los Simpson Latinoamérica y FOX Latinoamérica*

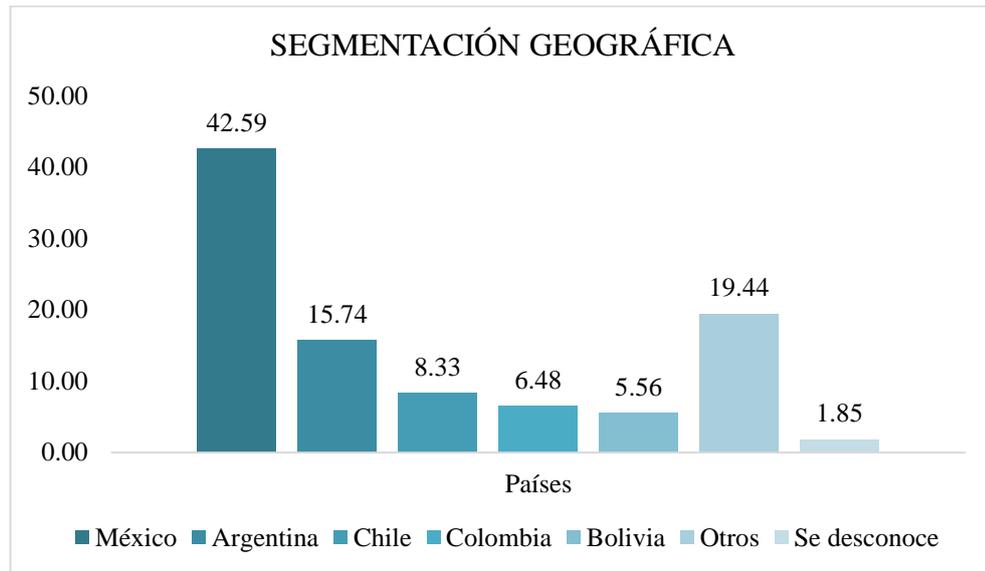


FUENTE: Muestra de 36 publicaciones en la red social Facebook, respecto el especial televisivo ‘Batalla Simpson’ de la serie animada Los Simpson, realizadas el domingo 26 de marzo del 2017

En la última batalla, la *fan page* Los Simpson Latinoamérica volvió a tener mayoría de interacciones, en todas sus formas, que FOX Latinoamérica en comentarios, 614 a 595; en veces compartidos, 4 a 3; en reacciones 196 a 108, correspondientemente.

### 3.2. Perfil de usuarios participantes

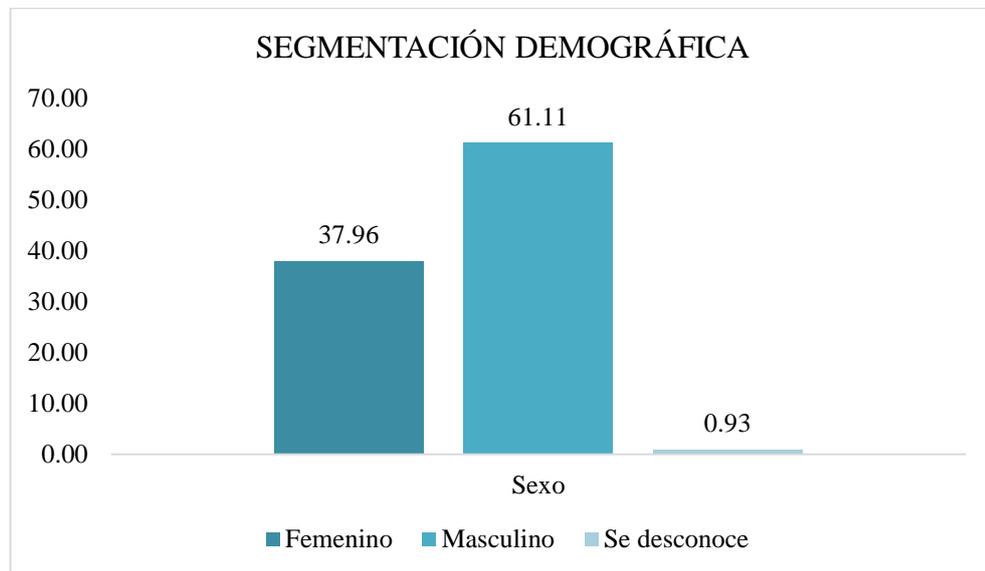
Gráfica N° 19: Países de origen de los usuarios participantes de la fan page de Los Simpson Latinoamérica



FUENTE: Muestra de 18 publicaciones en la red social Facebook, de la fan page de Los Simpson Latinoamérica, respecto al especial televisivo ‘Batalla Simpson’ de la serie animada Los Simpson, realizadas el domingo 26 de marzo del 2017

Los usuarios que interactuaron en la fan page Los Simpson Latinoamérica, proceden en su mayoría de México con el 42.59%, le sigue Argentina con 15.74%, Chile 8.33%, Colombia 6.48%, Bolivia 5.56%, otros países conforman el 19.44%. No obstante, se desconoce la procedencia de un 1.85% de usuarios.

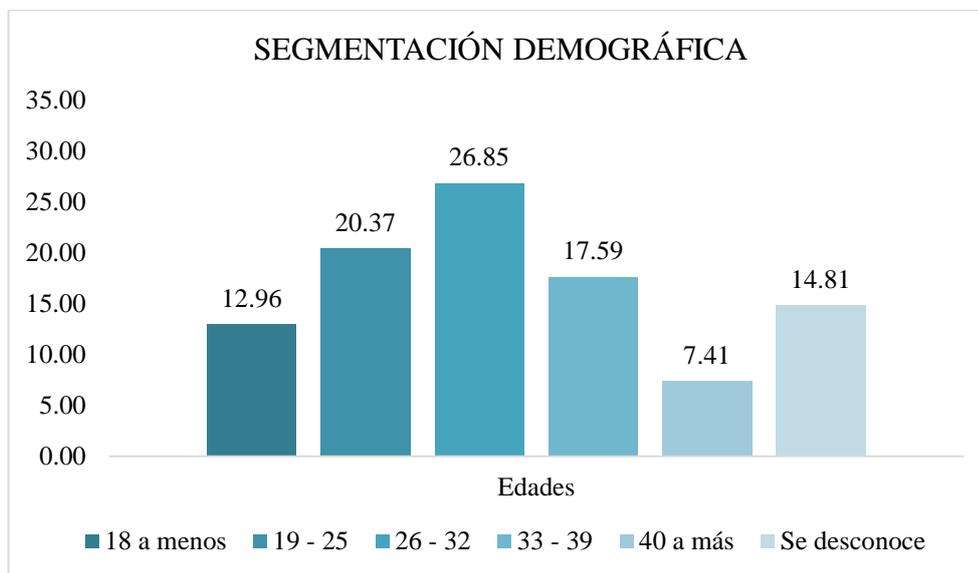
Gráfica N° 20: *Género de los usuarios participantes de la fan page de Los Simpson  
 Latinoamérica*



FUENTE: Muestra de 18 publicaciones en la red social Facebook, de la *fan page* de Los Simpson Latinoamérica, respecto al especial televisivo ‘Batalla Simpson’ de la serie animada Los Simpson, realizadas el domingo 26 de marzo del 2017

Con respecto al género de los usuarios que interactuaron en la *fan page* Los Simpson Latinoamérica, el 61.11% pertenece al sexo masculino, mientras que el 37.96% al femenino. El 0.93% restante no indicó su género.

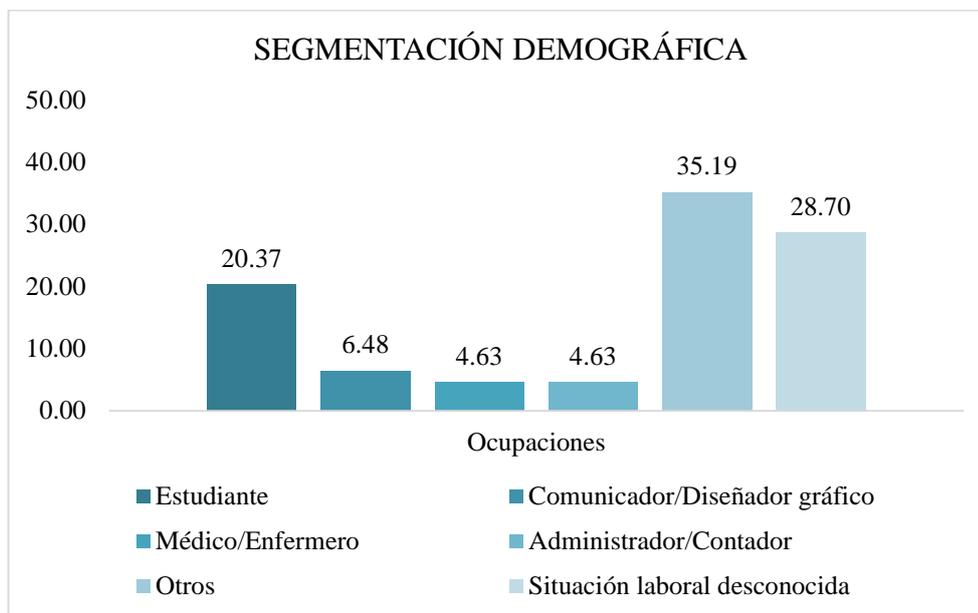
Gráfica N° 21: *Edad de los usuarios participantes de la fan page de Los Simpson  
Latinoamérica*



FUENTE: Muestra de 18 publicaciones en la red social Facebook, de la *fan page* de Los Simpson Latinoamérica, respecto al especial televisivo ‘Batalla Simpson’ de la serie animada Los Simpson, realizadas el domingo 26 de marzo del 2017

El 26.85% de los usuarios que interactuaron en la *fan page* Los Simpson Latinoamérica tienen entre 26 y 32 años, seguido del 20.37% que tienen entre 19 y 25 años, un 17.59% corresponde al rango entre 33 y 39 años, el 12.96% son menores de edad; es decir, de 18 hacia abajo; el 7.41% tiene de 40 a más años; y del 14.81% se desconoce en lo absoluto.

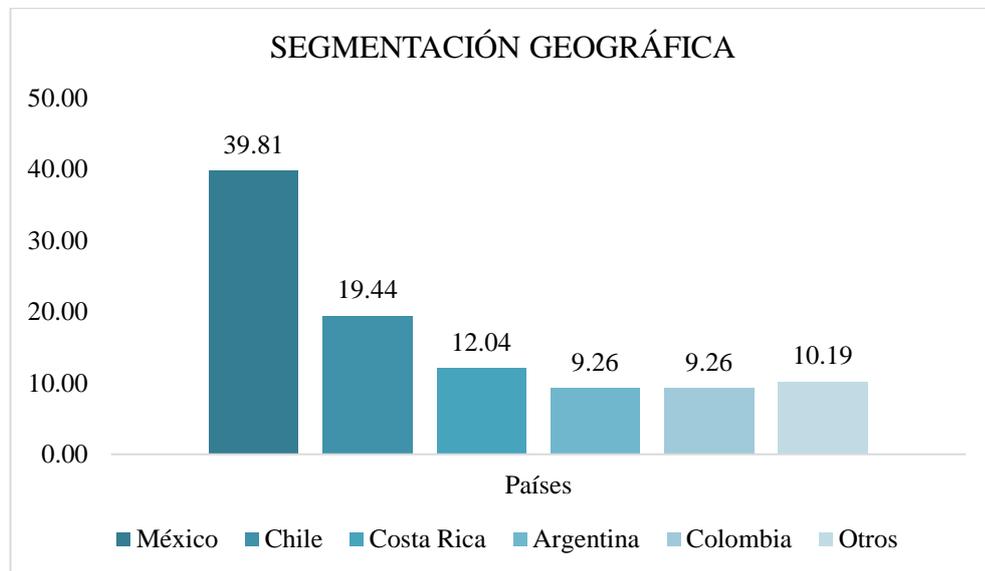
Gráfica N° 22: *Ocupación de los usuarios participantes de la fan page de Los Simpson Latinoamérica*



FUENTE: Muestra de 18 publicaciones en la red social Facebook, de la *fan page* de Los Simpson Latinoamérica, respecto al especial televisivo ‘Batalla Simpson’ de la serie animada Los Simpson, realizadas el domingo 26 de marzo del 2017

Con respecto a la ocupación de los usuarios, de la *fan page* de Los Simpson Latinoamérica, el 20.37% es estudiante, el 6.48% labora como comunicador o diseñador gráfico, un 4.63% como médico y/o enfermera, otro 4.63% trabaja como administrador y/o contador. Finalmente, un 35.19% trabaja en otros campos o no precisa su cargo; mientras que el 28.70% restante no precisa su situación laboral u ocupación.

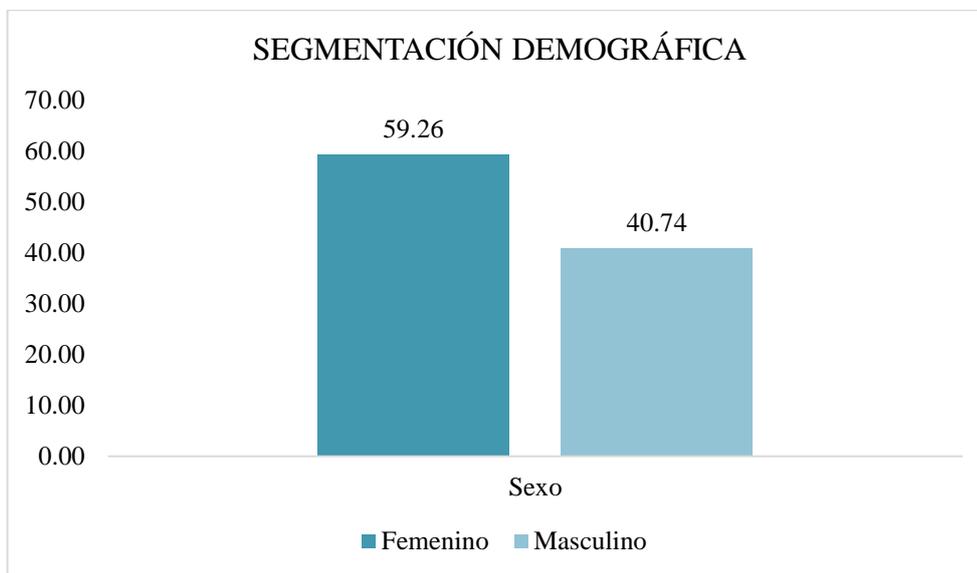
Gráfica N° 23: *Países de origen de los usuarios participantes de la fan page de FOX  
 Latinoamérica*



FUENTE: Muestra de 18 publicaciones en la red social Facebook, de la *fan page* FOX Latinoamérica, respecto al especial televisivo ‘Batalla Simpson’ de la serie animada Los Simpson, realizadas el domingo 26 de marzo del 2017

De los usuarios que interactuaron en la *fan page* FOX Latinoamérica, el 39.81% procede de México, el 19.44% de Chile, el 12.04% de Costa Rica, el 9.26% de Argentina, otro 9.26% de Colombia; y finalmente, el 10.19% proceden de otros países de habla hispana.

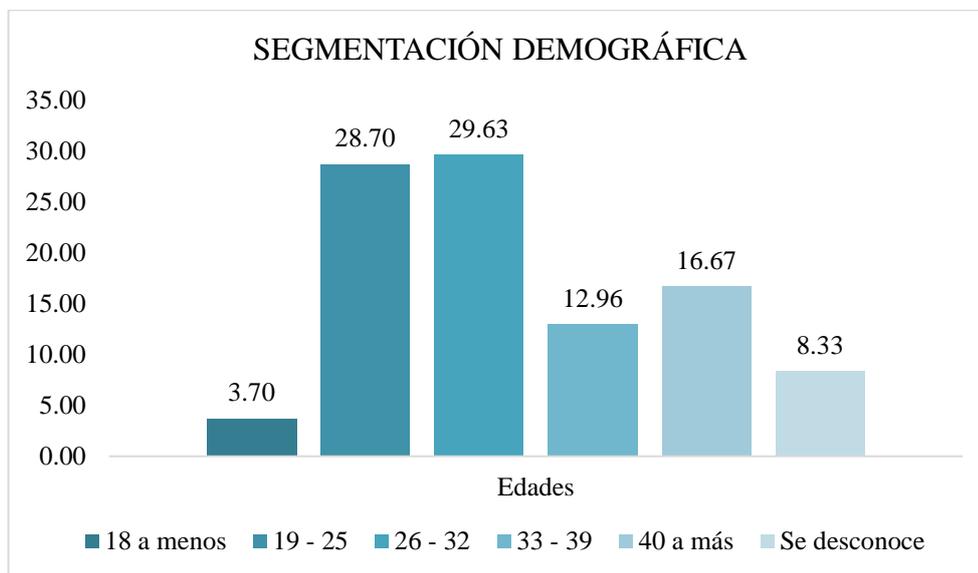
Gráfica N° 24: *Género de los usuarios participantes de la fan page de FOX  
Latinoamérica*



FUENTE: Muestra de 18 publicaciones en la red social Facebook, de la *fan page* FOX Latinoamérica, respecto al especial televisivo ‘Batalla Simpson’ de la serie animada Los Simpson, realizadas el domingo 26 de marzo del 2017

De acuerdo al género de los usuarios que interactuaron en la *fan page* FOX Latinoamérica, el 59.26% pertenece al sexo femenino, mientras que el 40.74% pertenece al masculino.

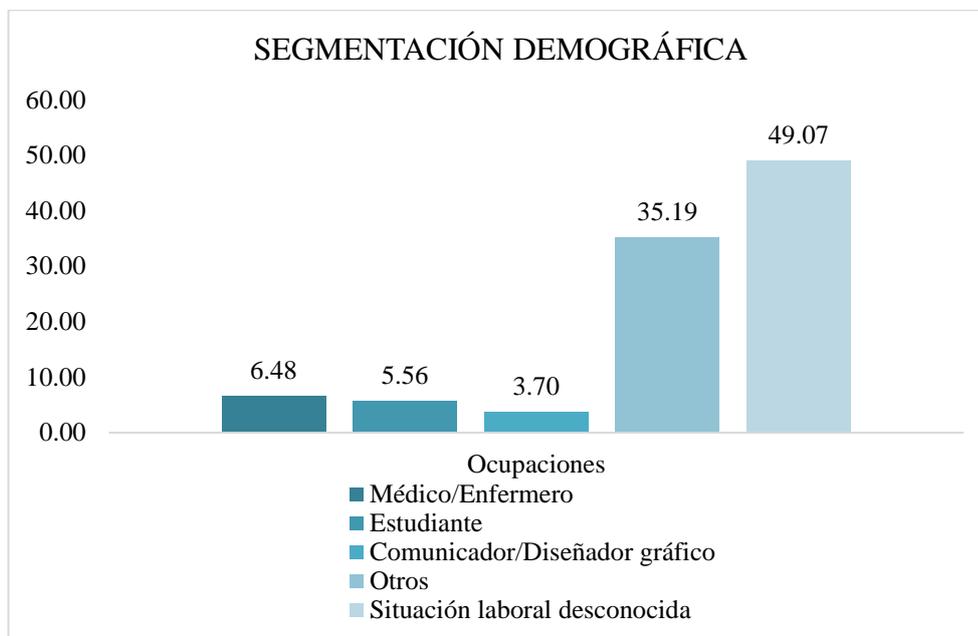
Gráfica N° 25: *Edad de los usuarios participantes de la fan page de FOX  
 Latinoamérica*



FUENTE: Muestra de 18 publicaciones en la red social Facebook, de la *fan page* FOX Latinoamérica, respecto al especial televisivo ‘Batalla Simpson’ de la serie animada Los Simpson, realizadas el domingo 26 de marzo del 2017

El 29.63% de los usuarios que interactuaron en la *fan page* FOX Latinoamérica tienen entre 26 y 32 años, el 28.70% tiene entre 19 y 25 años, el 16.67% de 40 años a más, el 12.96% están en el rango de 33 a 39 años; mientras que el 3.70% es menor de edad, de 18 a menos. Finalmente, del 8.33% restante se desconoce su edad.

Gráfica N° 26: *Ocupación de los usuarios participantes de la fan page de FOX  
Latinoamérica*

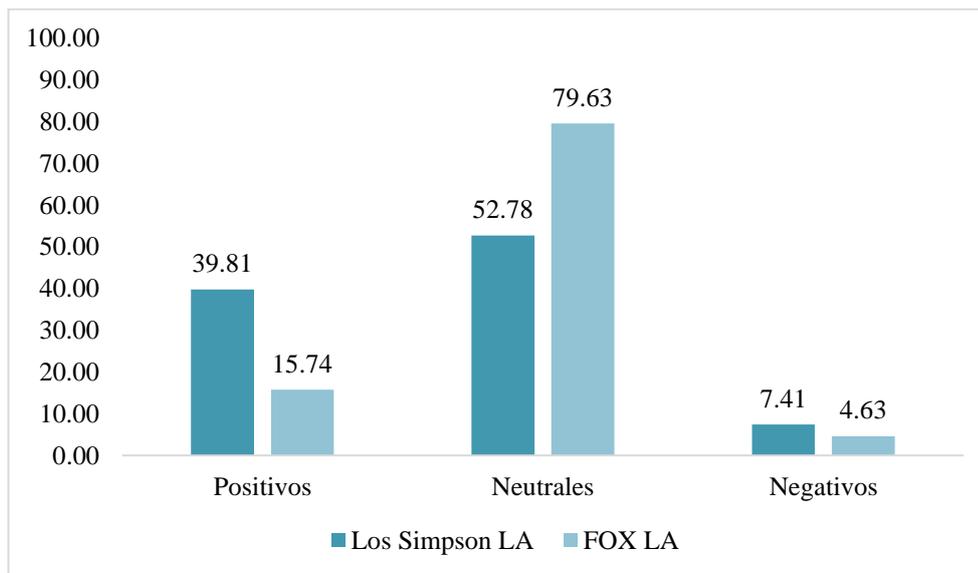


FUENTE: Muestra de 18 publicaciones en la red social Facebook, de la *fan page* FOX Latinoamérica, respecto al especial televisivo ‘Batalla Simpson’ de la serie animada Los Simpson, realizadas el domingo 26 de marzo del 2017

El 6.48% de los usuarios de la *fan page* FOX Latinoamérica trabaja como médico y/o enfermera, el 5.56% es estudiante, el 38.89% labora en otros rubros o no precisa su puesto de trabajo; mientras que, del 49.07% se desconoce su ocupación.

### 3.3. Análisis de las respuestas

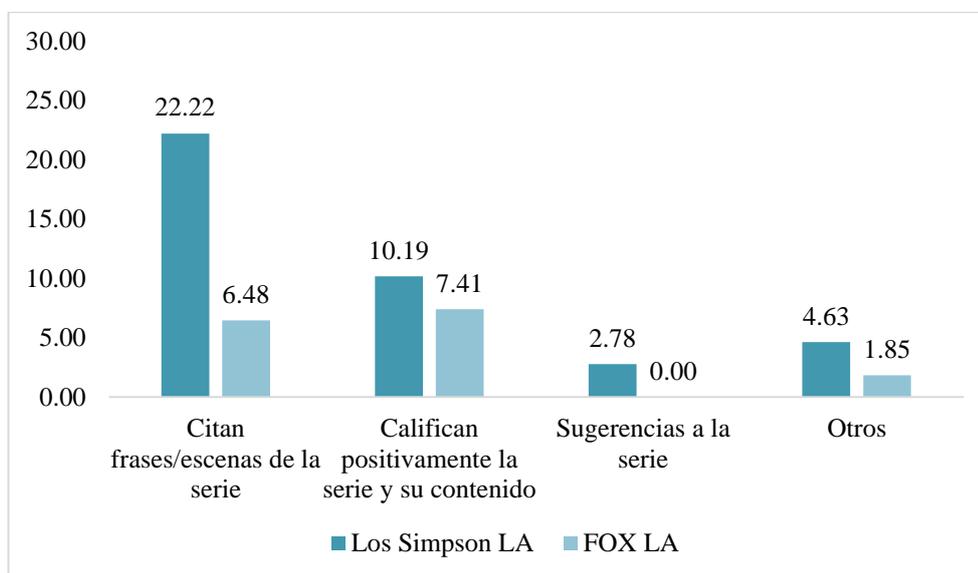
Gráfica N° 27: Análisis comparativo de las respuestas por parte de los usuarios en las publicaciones de las fan pages de Los Simpson Latinoamérica y FOX Latinoamérica



FUENTE: Muestra de 36 publicaciones en la red social Facebook, respecto al especial televisivo ‘Batalla Simpson’ de la serie animada Los Simpson, realizadas el domingo 26 de marzo del 2017

Con respecto a las respuestas de los usuarios, la fan page de Los Simpson obtuvo 39.81% comentarios positivos, mientras que la de FOX solo 15.74%; el 79.63% de comentarios en FOX son neutrales y en Los Simpson es el 52.78%. Finalmente, Los Simpson obtuvieron 7.41% de respuestas negativas, y FOX solo el 4.63%

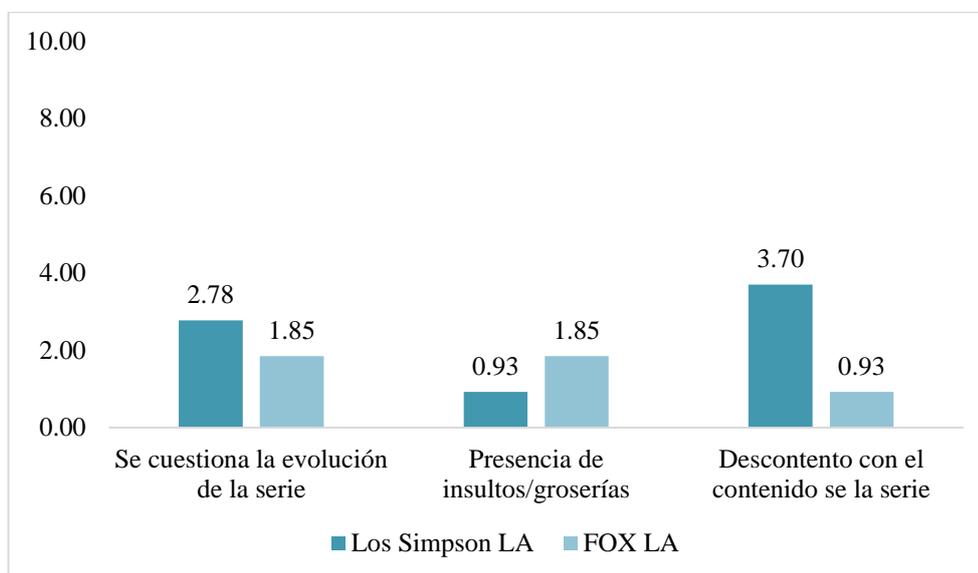
Gráfica N° 28: *Temas de las respuestas positivas por parte de los usuarios en las publicaciones de las fan pages de Los Simpson Latinoamérica y FOX Latinoamérica*



FUENTE: Muestra de 36 publicaciones en la red social Facebook, respecto el especial televisivo ‘Batalla Simpson’ de la serie animada Los Simpson, realizadas el domingo 26 de marzo del 2017

Con respecto a las respuestas positivas de los usuarios, se encontró que un 22.22% de la *fan page* de Los Simpson y un 6.48% de la *fan page* de FOX recordaban frases y escenas de la serie; un 10.19% y 7.41% de las *fan pages* de Los Simpson y FOX, respectivamente, calificaron positivamente la serie y su contenido; en la *fan page* de Los Simpson un 2.78% realizó sugerencias positivas. Finalmente, un 4.63% de la *fan page* de Los Simpson y un 1.85% de FOX comentaron otros temas, igualmente positivos.

Gráfica N° 29: *Temas de las respuestas negativas por parte de los usuarios en las publicaciones de las fan pages de Los Simpson Latinoamérica y FOX Latinoamérica*

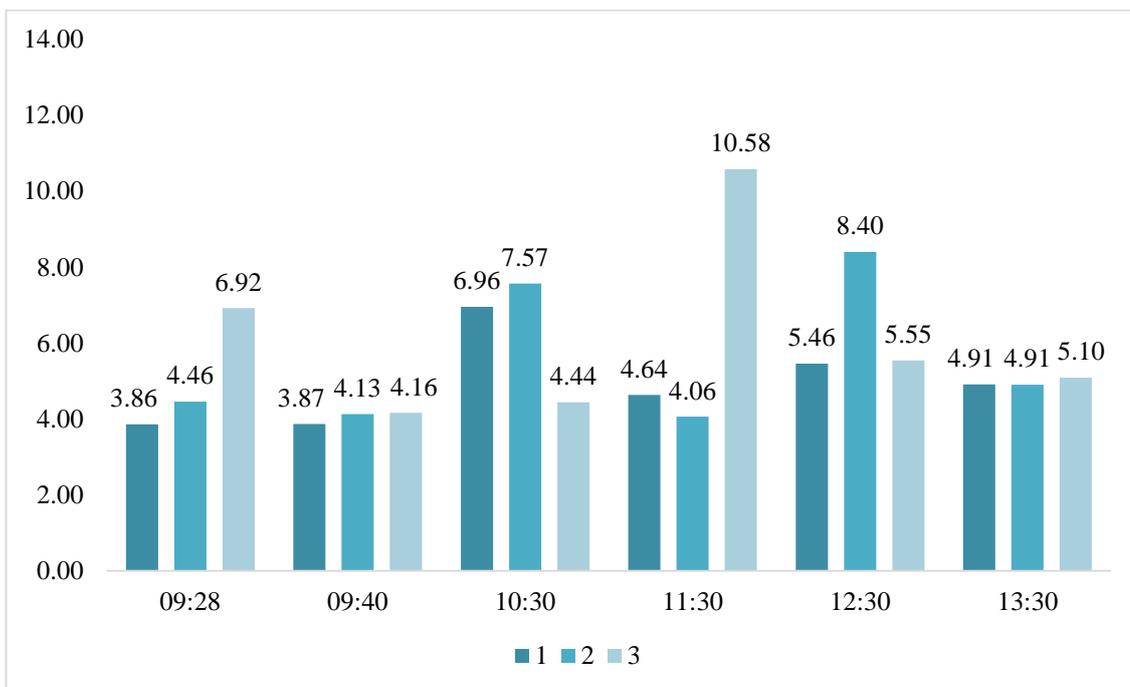


FUENTE: Muestra de 36 publicaciones en la red social Facebook, respecto el especial televisivo ‘Batalla Simpson’ de la serie animada Los Simpson, realizadas el domingo 26 de marzo del 2017

En las respuestas negativas de los usuarios, un 2.78% de la *fan page* de Los Simpson y un 1.85% de la *fan page* de FOX cuestionaron la evolución de la trama de la serie; un 0.93% y 1.85% de las *fan pages* de Los Simpson y FOX representa la presencia de insultos y groserías en los comentarios; y, para finalizar, un 3.70% de la *fan page* de Los Simpson y un 0.93% de FOX manifestaron descontento con el contenido de la serie.

### 3.4. Nivel de interacción por horario de publicación

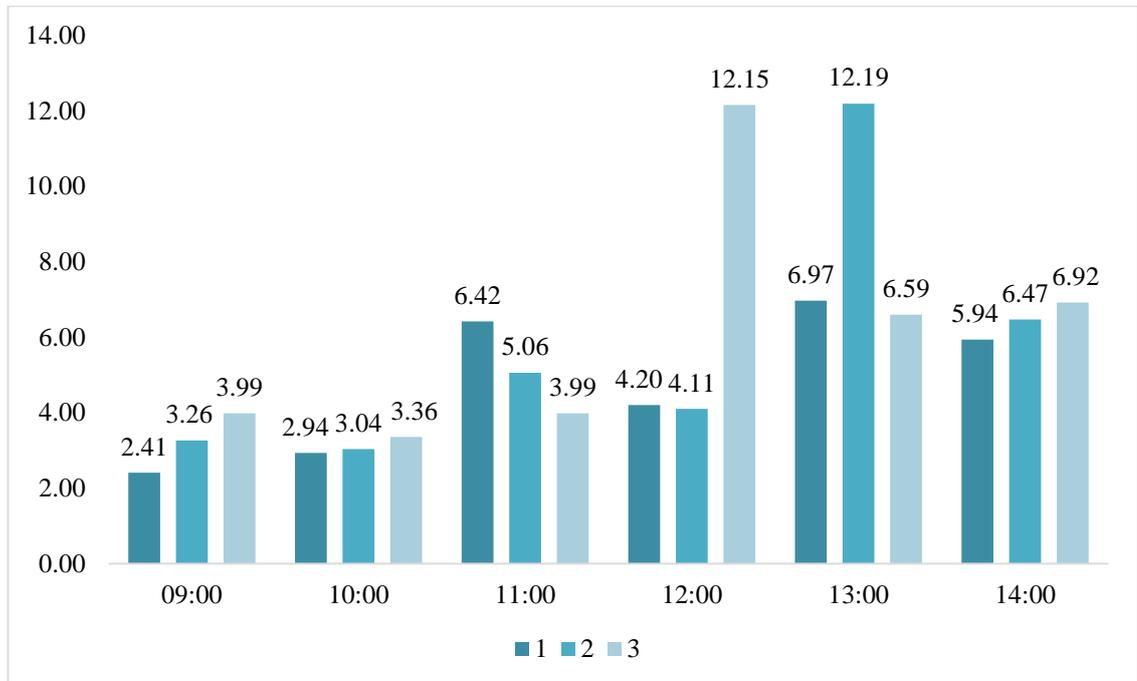
Gráfica N° 30: *Nivel de interacción de los usuarios por horario de publicación, en la fan page de Los Simpson Latinoamérica*



FUENTE: Muestra de 18 publicaciones en la red social Facebook, de la *fan page* Los Simpson Latinoamérica, respecto al especial televisivo ‘Batalla Simpson’ de la serie animada Los Simpson, realizadas el domingo 26 de marzo del 2017

Las tres primeras publicaciones realizadas a las 9:28 a.m. obtuvieron 3.86%, 4.46%, y 6.92%, respectivamente. El siguiente trío publicado a las 9:40 a.m. alcanzaron 3.87%, 4.13%, y 4.16%. El tercer grupo publicado a las 10:30 a.m. consiguieron los porcentajes de 6.96%, 7.57%, y 4.44%. El cuarto grupo posteo a las 11:30 a.m. logró 4.65%, 4.06%, y 10.58%. La penúltima tanda de publicaciones realizadas a las 12:30 p.m. obtuvo 5.46%, 8.40%, y 5.55%. Finalmente, los tres últimos correspondientes a las 13:30 p.m. alcanzaron 4.91%, 4.91%, y 5.10% de interacción.

Gráfica N° 31: *Nivel de interacción de los usuarios por horario de publicación, en la fan page de FOX Latinoamérica*



FUENTE: Muestra de 18 publicaciones en la red social Facebook, de la *fan page* FOX Latinoamérica, respecto al especial televisivo ‘Batalla Simpson’ de la serie animada Los Simpson, realizadas el domingo 26 de marzo del 2017

El primer trío de publicaciones en la *fan page* de FOX realizado a las 9:00 a.m. alcanzó un 2.41%, 3.26%, y 3.99%, respectivamente. El segundo grupo, publicado a las 10:00 a.m., obtuvo 2.94%, 3.04%, 3.36%. El tercer grupo posteo a las 11:00 a.m. logró 6.42%, 5.06%, y 3.99%. Las tres publicaciones siguientes, realizadas a las 12:00 m. alcanzaron 4.20%, 4.11%, y 12.15%. La quinta tanda de publicaciones subidas a las 13:00 p.m. consiguió 6.97%, 12.19%, y 6.59%. Finalmente, las tres últimas publicaciones alcanzaron el 5.94%, 6.47% y 6.92% de interacción.

## CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

### 4.1. Discusión

Si bien es cierto, el especial televisivo ‘Batalla Simpson’ fue una transmisión de 18 episodios de manera simultánea; el verdadero trasfondo de dicha estrategia de marca, no fue el rating, sino la interacción generada en la red social Facebook; específicamente, en las *fan pages* de Los Simpson Latinoamérica y FOX Latinoamérica, dado que los fans tuvieron el poder de seleccionar qué episodio se emitiría. A continuación, se explicará los resultados obtenidos, en relación con los objetivos, mediante la investigación realizada.

#### 4.1.1. Comparación de la interacción entre *fan pages*

En relación con los niveles de interacción en las publicaciones de las *fan pages* de Los Simpson Latinoamérica y FOX Latinoamérica, podemos afirmar que, tras comparar las cifras de los comentarios, veces compartidos y reacciones, existen mayores niveles de interacción en la página de la serie animada que en la del canal de televisión, FOX Latinoamérica.

Durante la evaluación de los resultados obtenidos se observó que los comentarios, probablemente el indicador más importante en el medio digital según Danny Oosterveer (2011), fue el indicador que alcanzó más altas cifras; siendo 1498 el mayor número de comentarios en la *fan page* de Los Simpson, y 1157 en la de FOX Latinoamérica, ambos correspondientes a los resultados en la publicación de la batalla n°12 ‘Los Borbotones vs. Banda de Luxo’.

Mientras que, el número de comentarios más bajo, para ambas páginas, se obtuvo en el *post* de la batalla n°1 ‘Homero *fit* vs. Homero obeso’, encontrando simultáneamente 429 y 197 comentarios, de la *fan page* de Los Simpson LA y FOX LA, respectivamente. Asimismo, al comparar los niveles de interacción, en relación a los comentarios, de los *posts* en ambas *fan pages*, se pudo observar diversas variantes como, diferencias considerables entre las cantidades de respuestas, siendo la más amplia de 572 comentarios, misma que corresponde a los resultados hallados (916 respuestas en la página de Los Simpson LA y 344 en la de FOX LA) en la batalla n°3 ‘Yo no fui vs. Cama arriba, cama abajo’. Por otro lado, también se pudo observar mínimas diferencias entre ambas páginas, de 16 comentarios (como resultado de 1154 en la *fan page* de Los Simpson LA y 1138 de la de FOX LA) en la batalla n°14 ‘Tokio vs. Nueva York’, y 19 comentarios (de 614 en Los Simpson LA y 595 en FOX LA) en la batalla n°18 ‘Primaria de Springfield vs. Planta nuclear’. Es importante señalar que, aunque las cantidades alcanzadas -en las publicaciones del 26 de marzo- no son abismales, representan un logro por el simple hecho de que los *fans* se tomaron el tiempo de participar del especial, cumpliendo así el objetivo de generar respuestas.

En cuanto a la amplificación del contenido; es decir, las veces que se compartieron las publicaciones de ‘Batalla Simpson’, podemos asegurar que el contenido de la *fan page* de Los Simpson LA fue compartido más veces que el de la página de FOX LA, para ser más precisos, en doce *posts* de los dieciocho; logrando así, la página del canal, mayor amplificación de sus publicaciones en tres oportunidades (‘Rafa vs. Milhouse’, ‘Venus de jalea vs.

Llamarada Moe’, ‘Patty vs. Selma’). No obstante, las publicaciones de las batallas n°4 ‘Ayudante de Santa vs. Bola de nieve’ y n° 5 ‘Springfield vs. Shelbyville’, de ambas *fan pages*, lograron ser compartidas la misma cantidad de veces (1 y 2 veces, respectivamente). Además, se observó que la mayor cantidad de veces compartidas es 10, y corresponde a las batallas n°8 ‘Historia pasado vs. Historia futuro’ y n°16 ‘Krusty vs. Bob Patiño’ de la página Los Simpson Latinoamérica; en el caso de la página de FOX Latinoamérica la mayor cantidad de veces compartidas fue 4, en la batalla n° 7 ‘Venus de jalea vs. Llamarada Moe’. En contraposición a ello, existe una nula cantidad de veces compartidas; es decir, cero, en la batalla n°2 ‘Simpson clásico vs. Simpson nuevo’, donde ambas *fan pages* fueron ajenas a dicha acción. En este punto, la diferencia entre los resultados logrados en cada una de las *fan pages* no es abismal, debido a que no era una acción imprescindible para intervenir en la ‘Batalla Simpson’; incluso, es probable que se omita su acción por ser un proceso que implique más de un clic. Cabe resaltar que, a pesar de que el mencionado indicador no era vital en el proceso de participación en la ‘Batalla Simpson’, permitió que otros usuarios de Facebook tomen interés e interactúen con sus respuestas; en otras palabras, tal y como asevera Oosterveer (2011), existe la posibilidad de interconexión entre marcas y usuarios, permitiendo que los contenidos puedan llegar a una mayor audiencia.

Otro aspecto referente a interacción son las apreciaciones hacia las publicaciones; es decir, las reacciones (me gusta, me encanta, me divierte, me sorprende, me entristece, me asombra). En los resultados podemos observar

que las cifras de reacciones no se aproximan a la cantidad de comentarios logrados, pero tampoco son minúsculas como las veces compartidas. El mayor número de reacciones que se registró fue 462 -monto que mantiene amplio margen a comparación de lo obtenido por las demás publicaciones-, en la batalla n°8 ‘Historia pasado vs. Historia futuro’ de la *fan page* de Los Simpson Latinoamérica; mientras que en la página de FOX Latinoamérica el monto más alto de reacciones en un *post* fue 105, en la batalla n°17 ‘Los Magios vs. Homero Astronauta’. En adición, respecto a las cifras más bajas de reacciones, tenemos 106 en la batalla n°6 ‘Rafa vs. Milhouse’ en Los Simpson LA, y 29 en la batalla n°4 ‘Ayudante de Santa vs. Bola de nieve’ en la de FOX LA. Cabe precisar que Ossterveer (2011) denomina valoración de contenido al número de apreciaciones, lo que comúnmente se conoce como reacciones, en el medio social; considerándose al ‘me gusta’ una más. Aunque no parezca relevante la medición de este indicador, se considera una de las acciones más frecuentes en redes sociales, cuya presencia es asumida como la aprobación del contenido gráfico/visual de la publicación.

Finalmente, luego de compararse los indicadores de interacción de cada una de las publicaciones pertenecientes a la ‘Batalla Simpson’, podemos afirmar que los usuarios optaron por una mayor participación en la página oficial de la serie animada, lo que significa que existe una preferencia hacia las *fan pages* oficiales de las marcas; y, lo que convierte a la audiencia en una sólida comunidad de *fans*. Sin embargo, aunque FOX no haya presentado las más altas cifras en interacción digital, realizar los *posts* en su página reforzó el cometido de la estrategia, interacción digital por parte de los televidentes.

#### 4.1.2. Análisis de respuestas

El análisis de respuestas consiste en clasificar a un comentario, o respuesta, como positivo, neutral o negativo; en base al contenido e interpretación de este. Realizar este análisis valorativo, nos permite conocer el sentimiento y opinión del usuario hacia la marca. Sobre los resultados obtenidos, podemos aseverar la presencia, y sobre todo cantidad de respuestas positivas, neutrales y negativas en ambas *fan pages*, Los Simpson y FOX Latinoamérica. No obstante, en la página de la serie animada existe una mayor manifestación de opiniones, lo que en números significa el 47.2% -entre respuestas positivas y negativas- de los 108 comentarios analizados. De manera contraria sucede en la página de FOX, puesto que solo el 20.3%, de 108 respuestas tomadas objeto de estudio, fundamentan algún punto de vista, ya sea a favor o en contra de la serie.

Los porcentajes restantes, 52.8% para Los Simpson Latinoamérica y 79.6% para FOX Latinoamérica, en el estudio de ambas páginas de Facebook, representan respuestas neutrales; pues, como se puede apreciar en los anexos del 3 al 38 -donde se encuentra recopilado la muestra de comentarios-, solo contienen el voto de los usuarios hacia el episodio de su elección; sin manifestar alguna crítica, ya sea positiva o negativa. Es importante señalar que, el alto porcentaje de respuestas neutrales no significa desinterés por parte de los usuarios, sino que -de acuerdo a lo observado- decidieron únicamente seguir la pauta de la participación en la ‘Batalla Simpson’; asimismo, se considera posible el hecho de que no emitieron juicios debido a que apoyaban las opiniones de otros usuarios que comentaron previamente.

Profundizando en los temas de las respuestas positivas, se encontró desde mensajes que opinan positivo tanto de la serie como de las acciones realizadas; es decir, la ‘Batalla Simpson’. Los usuarios que interactuaron en la *fan page* de Los Simpson tuvieron más iniciativa en acompañar su voto con opiniones, frases, y buenas críticas, representan numéricamente el 39.81% del total de comentarios valorados. Así mismo, al clasificar los comentarios positivos se hallaron temas como: recordar escenas o citar frases de los personajes de la serie (22.22%), emitir comentarios positivos sobre el programa (10.19%) -a pesar del declive que presenta en los últimos años-, e incluso se observó la presencia de sugerencias por parte de los usuarios (2.78%) acerca de repetir el especial ‘Batalla Simpson’ cada fin de semana (anexo 10) o proponer otros temas que podrían enfrentarse en el versus (anexo 11). Cabe resaltar que el recordar fragmentos de los episodios posee igual o, quizá, más relevancia que una calificación directa a la serie, ya que significa que existe un alto nivel de recordación por parte de los *fans*; además de, un alto nivel de fidelidad al continuar sintonizando la serie, permitiéndole seguir estelarizando el *prime time* del canal. En adición, dentro de las opiniones favorables sobre la serie, varios usuarios manifestaban -de manera repetitiva- la dificultad que presentaban para escoger uno de los dos episodios propuestos en una batalla, por motivo de gusto hacia ambas tramas. Sumado a esto, de la muestra de comentarios correspondientes a la *fan page* de FOX Latinoamérica el 15.74% son afirmativas; y, del mismo modo, que en la *fan page* de Los Simpson LA, se clasificaron por temas como: menciones de escenas o citar

frases (6.48%), comentarios evaluando la serie y su contenido de manera efectiva (7.41%); en el caso de esta *fan page*, existe una mayor presencia -por un mínimo margen- de opiniones a favor de la serie que citas de diálogos pertenecientes a los episodios en ‘batalla’; finalmente, otros comentarios afirmativos equivalen al 1.85%, en este grupo se pudo destacar la invitación que hace un usuario a otro para que vote (anexo 30).

Según el análisis, los porcentajes de comentarios negativos representan el 7.4%, para la página de Los Simpson y, 4.6% para la de FOX; lo que significa una escasez de sentimientos desfavorables para con la serie. En otras palabras, los *fans* aún brindan soporte al programa, a pesar de su disconformidad con la evolución de la serie; sin embargo, ello no significa ausencia de televidentes decepcionados y críticamente destructivos con la serie, de ahí que podemos observar respuestas que contienen diversos mensajes. Los comentarios evaluados de ambas *fan pages* se englobaron en tres temas: Crítica negativa a la evolución de la serie, ofensas con presencia palabras groseras, y descontento con la serie. En la *fan page* de Los Simpson se halló mayor presencia de quejas y/o descontento con la serie (3.70%); por ejemplo, se alegaba que un episodio participante se emitía de manera frecuente en el canal por lo que no deseaba verlo, incluso se manifestó una falla en la selección de los episodios, ya que la trama no tenía como protagonista al personaje en cuestión. Luego, se obtuvo un 2.78% de comentarios cargados de crítica hacia la nueva propuesta de la serie para con el contenido de sus episodios, en pocas palabras, existe un notable rechazo hacia las últimas temporadas. Y finalmente, hubo un 0.93% de mensajes cargados de palabras soeces, tanto en

expresiones como utilizados para insultar a otros usuarios. El análisis de los comentarios de la *fan page* de FOX indicaron un 1.85% de mensajes cuestionando la evolución de los episodios de la serie, y otro 1.85% correspondiente al descontento de los usuarios para con la serie marca-, como la queja de un usuario por el corte de la transmisión del especial; como porcentaje más bajo, tenemos un 0.93% de mensajes cargados de groserías.

Recapitulando, el análisis de los comentarios de los usuarios es un punto imprescindible, puesto que tal y como indicó Ossterveer (2011) permite conocer la estimación y sensación de los usuarios frente a la marca o sus contenidos; en este caso, la recepción de la audiencia respecto a la trama de los nuevos episodios. Cabe mencionar, que dicha evaluación también es importante, debido a que Facebook considera los comentarios negativos, para considerar que perjudica a las *fan pages* de las marcas que los poseen; es por ello que, contar con una baja cifra de comentarios negativos juega a favor de la serie.

#### **4.1.3. Perfil de usuarios participantes**

Sobre el punto referido al perfil de los usuarios que emitieron su voto en la página de Facebook de Los Simpson Latinoamérica, para el especial ‘Batalla Simpson’, se decidió indagar puntos, como: la segmentación geográfica, es decir, el país de origen de los participantes; y, la segmentación demográfica; considerando el sexo, la edad y ocupación. Dado que, según Ojeda (2012) una estrategia de comunicación en redes sociales partirá de la definición de

importantes aspectos como la segmentación de los usuarios con los que se va a interactuar.

De acuerdo a lo observado, se puede afirmar que la mayoría de los participantes pertenecen al país México, con un porcentaje de 42.59%. Por lo que podemos decir, que los usuarios del mencionado país deben ser considerados -indudablemente- en futuras estrategias de interacción digital que ejecute la marca. Si bien es cierto, Argentina no logró un alto porcentaje como México, obtuvo 15.74%; siendo, el segundo país con más personas partícipes en la ‘Batalla Simpson’. Es necesario mencionar que habitantes de países, como: Chile, Colombia, Bolivia, Perú y República Dominicana también interactuaron en la *fan page* de la serie animada. Por último, existe un 1.85% del que se desconoce su procedencia.

Con respecto a la segmentación demográfica, se determinó que la mayor parte de los participantes son del género masculino, pues conforma el 61.11%; de modo que, el 37.96% corresponde al femenino y del 0.93% restante se desconoce su género. Asimismo, gran parte de los usuarios partícipes tienen edades comprendidas entre 26 y 32 años, seguido de un 20.37% entre 19 y 25 años, y un 17.59% entre 33 y 39 años. Las edades que predominan en los resultados definen, en primer lugar, que los usuarios entre 19 y 39 años tienen constante actividad en la red social de la serie; también, se puede afirmar asegurar que los televidentes de estas edades son fieles seguidores de la serie, ya que llevaron a cabo la intención del programa, lograr que sus espectadores interactúen en la red social de la marca, Los Simpson. Los ya mencionados

resultados, refuerzan el punto que asegura la importancia de conocer al público objetivo al que las acciones de una empresa van dirigidas.

Considerar la ocupación como indicador permite a las marcas profundizar el estudio del público; además le permite la definición concreta de un plan de acciones (Ojeda, 2012). De la información de los usuarios se pueden obtener diversas variables; precisamente, conocer su quehacer ayuda a establecer un ideal de perfil, a causa de que representa casi la totalidad de la rutina diaria de un adulto. Los datos obtenidos en las fichas de registro de datos indican que el 20.37% es estudiante, de ahí que pudieron participar activamente en la ‘Batalla Simpson’, ya que su labor no les restringe tomarse lapsos de ocio y entretenimiento, sobre todo durante los fines de semana. Otras ocupaciones con altos índices fueron: Comunicador y/o diseñador gráfico (6,48%), médico y/o enfermero (4.63%), administrador y/o contador (4.63%). El 35.19% de usuarios también cuenta con una labor definida; sin embargo, de un 28.70% se desconoce su situación laboral, ya sea porque no lo manifiestan o simplemente aún no concretan su decisión.

En el caso de la *fan page* de FOX Latinoamérica vuelve a predominar México (39.81%) como país de origen de la audiencia que participó, reforzando la idea de que los mexicanos son potencial audiencia para la serie, no solo como espectadores de televisión, sino también parte de la comunidad que sigue a la serie en el medio social. Países como Chile (19.44%), Costa Rica (12.04%, Argentina (9.26%) -cuya audiencia interactuó activamente en ambas *fan pages*- y Colombia (9.26%) se hacen presentes; el 10.19% representa otros países de procedencia de los usuarios, solo que en leves cantidades.

De acuerdo a los datos referentes al género de los usuarios, a diferencia de la página de Los Simpson LA, FOX LA presenta un alto nivel de interacción por parte de *fans* del sexo femenino, anteponiéndose a los del sexo masculino con un 59.26% sobre 40.74%. Si bien es cierto, la diferencia entre dichos montos no es abismal, es información que podría beneficiar a futuros planes estratégicos de la marca. Por ejemplo, buscar equiparar la interacción de ambos géneros; o, respetando a las cifras, ejecutando acciones centradas a mujeres -en esta *fan page*-. Con respecto a las edades, el rango que comprende de 26 a 32 años predomina en los resultados con un 29.63% del total; no obstante, existe un estrecho margen de diferencia con el rango de 19 a 25 años, ya que este obtuvo un 28.70% del total, por lo que la diferencia equivale a un 0.93%, lo que nos indica que televidentes de 19 a 32 años son usuarios activos de la *fan page* de FOX LA, y fanáticos del programa estelar del mencionado canal. El 16.67%, en este caso, corresponde a las edades de 40 años a más; permitiéndonos asumir que la página ha logrado ejercer un buen manejo de su comunidad, al fidelizar *fans* de dichas edades. Recuérdese a Ojeda (2012) sosteniendo que la evolución de Internet permite a las marcas comprometerse en su relación con el usuario.

En relación a la ocupación de la audiencia que interactuó en la *fan page* del canal FOX, no existen amplios márgenes entre las cantidades examinadas. El 6.48% labora en el sector salud, como médico o enfermero; seguido de un 5.56% que estudian, punto en el que se mencionó con anterioridad, la disponibilidad y facilidad para acceder a las redes sociales, al no contar con una rutina saturada; también, tenemos un 3.70% concerniente a las labores en

comunicaciones o diseño gráfico, pudiéndose fundamentar en el interés que sienten por los gráficos y animaciones; o, a causa de una continua presencia en la red social por motivos de trabajo. Así pues, del 49.07% de usuarios se desconoce su ocupación y el estado de su situación laboral.

Finalmente, a pesar de que ambas *fan pages* postearon el mismo contenido, sus comunidades; es decir, los usuarios seguidores de la página, no poseen un mismo perfil. Es por ello que, no se unificaron los resultados; ya que, los motivos del visitante para convertirse en seguidor de la *fan page* de FOX no son los mismos que determinan su unión a la comunidad de fans de Los Simpson; sobre todo, si los mensajes -y contenido- distribuidos en la red no tienen el mismo fin.

#### **4.1.4. Nivel de interacción de los usuarios por horario**

Planificar el contenido y el calendario de publicaciones asegura una respuesta alineada, veloz y eficaz en la comunicación digital (Orihuela, 2018). Motivo por el que se puede observar variaciones en los niveles de interacción de cada una de las publicaciones conforme su horario de publicación, en Facebook; en pocas palabras, la actividad del usuario dependía de su predisposición para ingresar a la red social e interactuar. Recuérdese que el contenido fue subido en 6 periodos; por ende, hay 3 publicaciones por cada horario.

La interacción en la *fan page* de Los Simpson Latinoamérica inició con el primer grupo de publicaciones realizadas a las 09:28 a.m. y, el último grupo a las 13:30 p.m.; encontrándose el nivel de interacción más bajo en el primer

periodo de publicaciones (3.86%). Con respecto a ello, debe considerarse la rutina de los usuarios durante el fin de semana, sobre todo durante las primeras horas de la mañana, donde se presupone inactividad, tanto en redes como en su quehacer dominical, por motivos de descanso o relajó; esta afirmación se refuerza con la presencia de un 4.46% en el mismo grupo; y, un 3.87%, 4.13% y 4.16% del grupo publicado a las 9:40 a.m.. Se estima que los bajos porcentajes se susciten a causa de haber realizado las publicaciones en periodos inmediatos, con una diferencia de 12 minutos. Es más, el contenido publicado a las 13:30 también tuvo bajos niveles de interacción (4.91%, 4.91% y 5.10%); pero en este caso es necesario tomar en cuenta la existencia de previas publicaciones; es decir, en este punto ya se había saturado la *fan page*, lo cual quizá significaba un menor alcance para el último grupo.

Los horarios de 10:30 a.m., 11:30 a.m. y 12:30 p.m. consiguieron mejores niveles de interacción; ahora bien, si se observa las publicaciones individualmente, nos damos cuenta que una o un par de cada grupo eleva el nivel total de interacción. Más claramente, en el horario de las 10:30 a.m. se aprecia unos considerables 6.96% y 7.57%, en el de las 11:30 a.m. destaca un 10.58%, y, por último, en el de las 12:30 p.m. un 8.40%.

De modo similar ocurre en la *fan page* de FOX Latinoamérica, donde los niveles de interacción más pequeños se lograron en los primeros horarios, 9:00 a.m. (2.41%, 3.26% y 3.99%) y 10:00 a.m. (2.94%, 3.04% y 3.36%), a pesar de haberse considerado, en el *timing*, distancias de una hora entre horario. Como ya se había señalado en el apartado referente Los Simpson Latinoamérica, sobre el bajo índice interactivo es determinante la

predisposición de los usuarios para ingresar y navegar en Facebook. A su vez, en la tercera tanda de publicaciones se percibe un aumento considerable en los porcentajes de interacción.

Después de lo anterior expuesto, se aprecian mejores niveles de interacción a las 12:00 m. y 13:00 p.m.; pero, examinando al detalle se encontró elevaciones bastante notables de 4.11% a 12.15% y de 6.97% a 12.19%, correspondientemente. Entonces, podría asumirse favoritismo de los usuarios hacia los episodios en cuestión, ya sea por la trama o personajes que destacaron en ella; o, quizá el alcance de Facebook favoreció solamente a una de las tres publicaciones realizadas.

El análisis del comportamiento de los usuarios en determinados horarios brinda información clave para la marca, más aun cuando permite enfocar sus estrategias en una gestión comprometida de relaciones con el usuario (Ojeda, 2012). Por ende, es necesario fijar el *timing* ideal para la difusión de contenidos y obtener alcance e interacción por parte la comunidad.

## 4.2. Conclusiones

A partir de la investigación presentada, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

Se determinó que la interacción de los usuarios en las *fan pages* Los Simpson y FOX Latinoamérica, en la estrategia digital, del especial televisivo ‘Batalla Simpson’ del 2017, posee diversas características que benefician al establecer estrategias en el ámbito digital.

Al comparar la interacción de las *fan pages* de Los Simpson Latinoamérica con la de FOX Latinoamérica se concluye que durante el especial ‘Batalla Simpson’, la *fan page* de la serie animada, Los Simpson, logró mayor participación por parte de sus seguidores o *fans*, que la del canal para habla hispana. Lo que significa que existe una mayor acogida, al aplicar acciones digitales, en las *fan pages* oficiales de las marcas.

En el análisis de comentarios se encontró escasos, pero claros mensajes positivos y negativos hacia la serie animada; que implican expresiones de fanatismo como citar los diálogos de los personajes o calificarla como la mejor a pesar de los años; en contraposición, se encontró disconformidad ante la evolución de la trama y el contenido de los episodios.

Respecto a conocer las características de los usuarios participantes en las publicaciones; concluimos que el mayor número de usuarios participantes, para ambas *fan pages*, tienen como país de procedencia México y un rango de edades de 26 a 32 años. Sin embargo, en la *fan page* de Los Simpson hubo mayor interacción masculina, de manera contraria sucedió en FOX Latinoamérica, donde intervinieron

más usuarios femeninos. Finalmente, en relación a las ocupaciones, la mayoría es estudiante.

Por último, de acuerdo al nivel interacción por horario de publicación, se concluye que existe una activa participación de los usuarios; sin embargo, esta no se mantuvo constante, ya que se encontró determinadas horas donde hay un considerable aumento en la interacción por parte de los *fans*. Dichos resultados aportan para una próxima delimitación del *timing* para contenidos digitales.

## REFERENCIAS

*Fan page* Los Simpson Latinoamérica. Publicaciones de ‘Batalla Simpson’ [En Línea].

Recuperado de

<https://www.facebook.com/simpson.latino/photos/a.384034280817/10155136939690818/?type=3&theater>

*Fan page* FOX Latinoamérica. Publicaciones de ‘Batalla Simpson’ [En Línea]. Recuperado de

<https://www.facebook.com/canalfox.la/photos/a.182051927849/10154978655322850/?type=3&theater>

Vinader S., R. y De La Cuadra de C., E. (2012). Televisión 2.0: las estrategias comunicativas en la web social. *Estudios sobre el mensaje periodístico, 18 (Especial noviembre)* pp. 909-918.

Gómez, M., Paniagua, F., Farias, P. (2015). Comportamiento de la audiencia de televisión en las redes sociales: Una aproximación al perfil y programas más comentados. *Revista Latina de Comunicación Social, (70)* pp. 539-551. Universidad de La Laguna. Canarias, España. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5252331>

Fernández P., A. (2015). *Interactividad y redes sociales* [Google books]. Madrid, España: Asociación Cultural y Científica Iberoamericana (ACCI). Recuperado de [https://books.google.com.pe/books?id=7\\_nCQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=7_nCQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false)

Caldevilla Domínguez, D. (2010). Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *En revista Científicas Complutenses,*

*Documentación de las Ciencias de la Información* Vol. 33, 45-68. Madrid: Universidad

Complutense.

Recuperado

de

<https://revistas.ucm.es/index.php/dcin/article/download/dcin1010110045a/18656>

La Rosa, A. (2016). Una mirada a la interacción en las redes sociales. *Avances en Psicología: Revista de la Facultad de Psicología y Humanidades*, 24 (1) pp. 51-57.

Rojas, C. M. (2016). *El uso de las redes sociales en el marketing político electoral: El caso de los ppkausas*. (Tesis de Licenciatura). PUCP. Lima, Perú.

Lombardo, G. (2016). *Análisis y evolución de las series de animación para adultos. De Liquid TV a nuestros días*. (Tesis de licenciatura). UNIVERSIDAD POLITÈCNICA DE VALENCIA. Gandia, España.

Lacalle, R. (2011). La ficción interactiva: Televisión y Web 2.0. *Ámbitos: Revista Andaluza de Comunicación*, (20) pp. 87-107.

Pérez, J., Genaut, A., Meso, K., Mendiguren, T., Marauri, I., Iturregui, L., Rodríguez, M., Rivero, D. (2013). Las empresas en Facebook y Twitter. Situación actual y estrategias comunicativas. *Revista Latina de Comunicación Social*, (68) pp. 676-695.

Merino, M., Lloves, B., Pérez, A. (2013). La interacción de los usuarios en los perfiles de Facebook de la prensa española. En *Revista Palabra clave*, 16(3) pp. 842-872. Recuperado de <https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/3394/3272>

López, M., Continente, X., Sánchez, E., y Bartroli, M. (2017). Intervenciones que incluyen webs y redes sociales: herramientas e indicadores para su evaluación. *Gaceta Sanitaria*, 31 (4) pp. 346-348.

Orihuela, J. (09 de enero de 2018). *Claves para una estrategia digital, una breve guía para mejorar la comunicación digital de las organizaciones*. En Blog: Medium. Recuperada de [medium.com/@jlori/claves-para-una-estrategia-digital-a6b0076544c5](https://medium.com/@jlori/claves-para-una-estrategia-digital-a6b0076544c5)

Orihuela, J. (2008). Internet: La hora de las redes sociales. *En Nueva Revista, de política, cultura y arte n.º 117, 57-62*. Recuperado de: <https://www.researchgate.net/publication/39419890> Internet la hora de las redes sociales

Maratón ‘Batalla Simpson’, éste domingo por FOX (Marzo, 2017) [en línea] <http://latvguia.co/2017/03/maraton-batalla-simpson/>

Programación FOX – Domingo 26 de marzo, 2017 (s.f) [en línea] <https://www.gatotv.com/canal/fox/2017-03-26>

## TERMINOLOGÍA

- Fan page: Conocida también como página de *fans*, el espacio ideal para que organizaciones o personajes públicos interactúen con sus seguidores y difundan información oficial.
  
- Estrategia digital:
  - Estrategia: Se constituye en un aspecto muy importante en las decisiones que deben tomar las personas que tienen a cargo la gestión de una organización, en la que hay recursos de todo tipo que deben ser utilizados en forma óptima cultural y social.
  
  - Estrategia digital: “Toda la estrategia de comunicación en redes sociales partirá de la definición de unos objetivos claros, de la segmentación de los usuarios con los que se va a interactuar, de la delimitación del grado de intervención deseado de éstos en las campañas, de la definición concreta de un plan de acciones, de la creación de contenidos...”. (Ojeda, 2012).
  
- Red social: Requena (citado por Cortés, 2008, p.6) define la red social como la serie de vínculos entre un conjunto definido de actores sociales. Y Oliva (2012, p.3) como “una comunidad en la cual los individuos están conectados de alguna forma, a través de amigos, valores, relaciones de trabajo o ideas”.
  
- Perfil de usuario: es el conjunto de características y rasgos que presenta un usuario, inferidas a partir de los argumentos que éste exponga en el ámbito virtual.

- Perfil personal: Tipo de cuenta pertenece a personas individuales. Brinda la posibilidad de contactarse con otras personas u organizaciones
- Perfil refiere al conjunto de rasgos peculiares que caracterizan a alguien.
- Interacción digital: “Las redes son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad...” (Alemañy, 2001).
- Timing: Refiere a la planificación de los lapsos de tiempo (o calendarización) para llevar a cabo una campaña; o en este caso, la distribución de contenidos.

## ANEXOS

ANEXO n°1 Ficha de registro de datos de las publicaciones en las *fan pages*

FAN PAGE				HORA DE PUBLICACIÓN	INTERACCIÓN		
EPISODIOS QUE BATALLAN	EP. CLÁSICOS	EP. NUEVOS			COMENTARIOS	VECES COMPARTIDOS	REACCIONES

COMENTARIOS	POSITIVO	NEUTRAL	NEGATIVO	OBSERVACIONES

ANEXO n°2 Ficha de registro de datos de los usuarios que interactuaron en las publicaciones

BATALLA						
FAN PAGE						
Segmentación geográfica	Lugar de origen o residencia					
	Sexo					
Segmentación demográfica	Edad					
	Ocupación					

ANEXO n°3 Ficha de registro de datos aplicada a la publicación ‘Homero fit vs. Homero obeso’ de la *fan page* de Los Simpson Latinoamérica

FAN PAGE		LOS SIMPSON LATINOAMÉRICA		HORA DE PUBLICACIÓN	INTERACCIÓN		
EPISODIOS QUE BATALLAN	EP. CLÁSICOS	EP. NUEVOS	COMENTARIOS		VECES COMPARTIDOS	REACCIONES	
Homero fit		x	429	6	182		
Homero obeso	x						

COMENTARIOS	POSITIVO	NEUTRAL	NEGATIVO	OBSERVACIONES
#HomeroObeso le tengo una película "parque gordásico" □	x			En su comentario cita una línea del guión del episodio, una burla hacia Homero
#homeroobeso es el mejor capitulo de toda la serie	x			Afirmó considerarlo el mejor episodio de toda la serie
#HomeroObeso		x		Siguió instrucciones
#homero obeso el otro capitulo nuevo no da ganas de verlo las boses finjidas son horeibles			x	Comenta que los nuevos episodios de la serie son malos, que las voces de los personajes son pésimas
#homeroobeso		x		Siguió instrucciones
#HomeroObeso		x		Siguió instrucciones

ANEXO n°4 Ficha de registro de datos aplicada a la publicación ‘Simpson clásico vs. Simpson nuevo’ de la *fan page* de Los Simpson Latinoamérica

FAN PAGE		LOS SIMPSON LATINOAMÉRICA		HORA DE PUBLICACIÓN	INTERACCIONES		
EPISODIOS QUE BATALLAN	EP. CLÁSICOS	EP. NUEVOS	COMENTARIOS		VECES COMPARTIDOS	REACCIONES	
Simpson clásico	x		9:28 a.m.	580	0	133	
Simpson nuevo		x					

COMENTARIOS	POSITIVO	NEUTRAL	NEGATIVO	OBSERVACIONES
Tu me conoces, Marge. A mi me gusta la cerveza fría, los #SimpsonClásico y los homosexuales locas locaaaas	x			Hace referencia a una frase que dice Homero en el episodio
#SimpsonClasico era si siempre será mejor que el nuevo porque tenía más divertido y ahora es nada			x	Omite un comentario positivo hacia los episodios clásicos; sin embargo, indica que la serie ahora es nada, lo cual es negativo
#SimpsonClasico Lisa: Orangután, orangután, orangutaaaaaan!!! Mi parte favorita 😊	x			Cita una frase de Lisa en su comentario
#simpsonclasico		x		Siguió instrucciones
que vuelvan la comedia de los simpsons Clásicos, los nuevos son un asco de verdad, en vez de contar chistes, cuentan historias supremamente largas que no llegan a nada. ¿Cómo olvidar esos capítulos que cada minuto era un chiste? A lo bien.			x	Manifestó una queja ante el nuevo contenido desarrollado por los creadores de la serie; sin embargo, utiliza adjetivos innecesarios como ‘asco’. Por otro lado, cuestiona la evolución de la serie, lo que significa que no satisface a los televidentes
Jebús, ni siquiera reconozco de qué capítulo es el nuevo. #SimpsonClásico toda la vida! Y recuerden, eres Lisa Simpson.	x			Utiliza términos característicos de la serie como ‘Jebús’, y cita una frase del docente sustituto de Lisa. Añade que desconoce los nuevos capítulos.

ANEXO n°5 Ficha de registro de datos aplicada a la publicación ‘Yo no fui vs. Cama arriba, cama abajo’ de la *fan page* de Los Simpson Latinoamérica

FAN PAGE		LOS SIMPSON LATINOAMÉRICA		HORA DE PUBLICACIÓN	INTERACCIÓN		
EPISODIOS QUE BATALLAN	EP. CLÁSICOS	EP. NUEVOS	COMENTARIOS		VECES COMPARTIDOS	REACCIONES	
Yo no fui	x		9:28 a.m.	916	2	188	
Cama arriba, cama abajo	x						

COMENTARIOS	POSITIVO	NEUTRAL	NEGATIVO	OBSERVACIONES
#CamaArribaCamaAbajo		x		Siguió instrucciones
¡¡Mi hijo es una caja!! ¡¡Maldito seas, es una caja!!	x			Como no utilizó hashtag, no se considera voto; sin embargo, pero escribió una frase que dijo Homero en uno de los episodios enfrentados
#YoNoFui		x		Siguió instrucciones
#CamaArrivaCamaAbajo		x		Siguió instrucciones
#simpsonclasico #yonofui!		x		Siguió instrucciones
#CamaArribaCamaAbajo (el de yo no fui ya lo vi miles de veces y me tiene hartó)			x	Manifestó una queja, indicando que uno de los episodios del enfrentamiento ha sido transmitido un sinnúmero de veces, por lo que ya no desea verlo

ANEXO n°6 Ficha de registro de datos aplicada a la publicación ‘Ayudante de Santa vs. Bola de nieve’ de la *fan page* de Los Simpson Latinoamérica

FAN PAGE		LOS SIMPSON LATINOAMÉRICA		HORA DE PUBLICACIÓN	INTERACCIÓN		
EPISODIOS QUE BATALLAN	EP. CLÁSICOS	EP. NUEVOS			COMENTARIOS	VECES COMPARTIDOS	REACCIONES
Ayudante de Santa	x		9:40 a.m.	511	1	107	
Bola de nieve		x					

COMENTARIOS	POSITIVO	NEUTRAL	NEGATIVO	OBSERVACIONES
#AyudanteDeSanta aunque el de Bola de Nieve termina tratando de Ayudante de Santa también jajaja			x	A pesar de no contener comentarios en contra, comenta que ambos episodios tratan del mismo personaje; es decir, no hay una ‘batalla’.
#BolaDeNieve deberían de pasar el capítulo donde lisa tiene muchos gatos hasta dar con bola de nieve IV	x			Sugirió que trasmitan un capítulo, que al parecer no es trasmitido constantemente
# Los dos capítulos tratan de ayudante de santa así que técnicamente da lo mismo.			x	Muestra indiferencia, ya que afirma que ambos capítulos son iguales, por lo que no hay enfrentamiento
#AyudateDeSanta		x		Siguió instrucciones
PARA LOS QUE CREEN QUE ES EL MISMO CAPITULO SE EQUIVOCAN, NO LO ES.	x			Afirma que ambos capítulos no tratan de lo mismo, en mayúsculas, como para que todos entiendan la aclaración
#ayudantedesanta		x		Siguió instrucciones

ANEXO n°7 Ficha de registro de datos aplicada a la publicación ‘Springfield vs. Shelbyville’ de la *fan page* de Los Simpson Latinoamérica

FAN PAGE		LOS SIMPSON LATINOAMÉRICA		HORA DE PUBLICACIÓN	INTERACCIÓN		
EPISODIOS QUE BATALLAN	EP. CLÁSICOS	EP. NUEVOS	COMENTARIOS		VECES COMPARTIDOS	REACCIONES	
Springfield	x		9:40 a.m.	547	2	111	
Shelbyville	x						

COMENTARIOS	POSITIVO	NEUTRAL	NEGATIVO	OBSERVACIONES
#Shelbyville ,por que expulsaron al limonero porque estaba embrujado.	x			En sus comentarios redactó un breve fragmento del desenlace del episodio
#Springfield		x		Siguió instrucciones
#Shelbyville ¡¡¡malditos springfiledeanos!!! (agita más el brazo hijo)...	x			Acompañó su voto de una frase dicha en la serie, por el antagonico del episodio
#Selbyville ese limonero estaba embrujado y por eso brindamos con un rico jugó de vetabel jajajaja	x			Cita una frase mencionada por un poblador de Shelvyville
#Shelbyville		x		Siguió instrucciones
Malditos springfieldnianos! #Springfield (aunque los dos son muy buenos:c)	x			Cita una frase de uno de los episodios, aunque vota por el otro

ANEXO n°8 Ficha de registro de datos aplicada a la publicación ‘Rafa vs. Milhouse’ de la *fan page* de Los Simpson Latinoamérica

FAN PAGE		LOS SIMPSON LATINOAMÉRICA		HORA DE PUBLICACIÓN	INTERACCIÓN		
EPISODIOS QUE BATALLAN	EP. CLÁSICOS	EP. NUEVOS	COMENTARIOS		VECES COMPARTIDOS	REACCIONES	
Rafa	x		9:40 a.m.	559	0	106	
Milhouse		x					

COMENTARIOS	POSITIVO	NEUTRAL	NEGATIVO	OBSERVACIONES
#Rafa		x		Siguió instrucciones
#Rafa porque quiero ver el momento exacto en el que Lisa le rompe el corazón.	x			Comenta que vota por el episodio, ya que quiere ver una escena en específico
Esta es la decisión más difícil de mi vida jaja César	x			No votó, pero comentó que es difícil decidir, por lo que se asume que ambos episodios son buenos; asimismo, etiqueta a una persona, incentivándolo a que emita su voto
Ni a cual irle.... Aunque me he reído mas con el sope de #Milhouse	x			Le es difícil votar, pero indica que se ha reído mucho con uno de dichos personajes enfrentados
#rafa		x		Siguió instrucciones
#Rafa , Nadie quiere a milhouse.	x			Manifiesta una realidad en la trama general de la serie

ANEXO n°9 Ficha de registro de datos aplicada a la publicación ‘Llamarada Moe vs. Venus de jalea’ de la *fan page* de Los Simpson Latinoamérica

FAN PAGE		LOS SIMPSON LATINOAMÉRICA		HORA DE PUBLICACIÓN	INTERACCIÓN		
EPISODIOS QUE BATALLAN	EP. CLÁSICOS	EP. NUEVOS	COMENTARIOS		VECES COMPARTIDOS	REACCIONES	
Llamarada Moe	x		10:30 a.m.	957	2	153	
Venus de jalea	x						

COMENTARIOS	POSITIVO	NEUTRAL	NEGATIVO	OBSERVACIONES
#LLAMARADAMOE		x		Siguió instrucciones
#VenusDeJalea		x		Siguió instrucciones
#VenusdeJalea, hecha por expertos en jalea del mundo de la jalea.	x			En su comentario cita una frase dicha en el episodio por el cual votó
#LlamaradaMoe		x		Siguió instrucciones
#VenusDeJalea 7u7 César Ahora te voy a tocar la jalea	x			Cita una frase graciosa de la serie, pero insinuándosela a otro usuario
#LlamaradaMoe		x		Siguió instrucciones

ANEXO n°10 Ficha de registro de datos aplicada a la publicación ‘Historia pasado vs. Historia futuro’ de la *fan page* de Los Simpson Latinoamérica

FAN PAGE		LOS SIMPSON LATINOAMÉRICA		HORA DE PUBLICACIÓN	INTERACCIÓN		
EPISODIOS QUE BATALLAN	EP. CLÁSICOS	EP. NUEVOS	COMENTARIOS		VECES COMPARTIDOS	REACCIONES	
Historia pasado	x		10:30 a.m.	737	10	462	
Historia futuro	x						

COMENTARIOS	POSITIVO	NEUTRAL	NEGATIVO	OBSERVACIONES
#HistoriaFuturo		x		Siguió instrucciones
#HistoriaFuturo		x		Siguió instrucciones
Los dos son buenos, yo no puedo decidir, que gane el mejor...	x			No emite un voto, ya que afirma que ambos episodios son demasiado buenos
Esto debería ser todos los fines de semana #Foreversimpsons #TodoslosDomingoVSSimpsons	x			Indica que este especial de la serie, en la que los usuarios votan por la fan page debería darse todos los fines de semana
#HistoriaFuturo		x		Siguió instrucciones
#HistoriaPasado		x		Siguió instrucciones

ANEXO n°11 Ficha de registro de datos aplicada a la publicación ‘Bart nerd vs. Bart travieso’ de la *fan page* de Los Simpson Latinoamérica

FAN PAGE		LOS SIMPSON LATINOAMÉRICA		HORA DE PUBLICACIÓN	INTERACCIÓN		
EPISODIOS QUE BATALLAN	EP. CLÁSICOS	EP. NUEVOS	COMENTARIOS		VECES COMPARTIDOS	REACCIONES	
Bart nerd	x		10:30 a.m.	556	9	145	
Bart travieso	x						

COMENTARIOS	POSITIVO	NEUTRAL	NEGATIVO	OBSERVACIONES
#BartNerd		x		Siguió instrucciones
Los dos episodios son geniales pero me quedo con #barttravieso	x			Indica que ambos episodios son geniales
#BartNerd el travieso se ve a diario :v Alguien piensa que debería de estar #BartEnamorado??	x			Hizo una sugerencia para que se emita un episodio con trama de amor, sobre el personaje en cuestión
#bartTravieso		x		Siguió instrucciones
#bartnerd el bart travieso es de cuando van a Alemania a pedir disculpas por las llamadas zzzzzz			x	Afirma que uno de los episodios de la batalla es aburrido, haciendo uso del símbolo ‘zzz’, que hace alusión a las ganas de dormir
#BartTravieso		x		Siguió instrucciones

ANEXO n°12 Ficha de registro de datos aplicada a la publicación 'No vives de ensalada vs. Plan dental' de la *fan page* de Los Simpson Latinoamérica

FAN PAGE		LOS SIMPSON LATINOAMÉRICA		HORA DE PUBLICACIÓN	INTERACCIÓN		
EPISODIOS QUE BATALLAN	EP. CLÁSICOS	EP. NUEVOS	COMENTARIOS		VECES COMPARTIDOS	REACCIONES	
No vives de ensalada	x		11:30 a.m.	575	5	161	
Plan dental	x						

COMENTARIOS	POSITIVO	NEUTRAL	NEGATIVO	OBSERVACIONES
#Novivesdeensalada		x		Siguió instrucciones
Omg!! 😊 pasen ambos! Que difícil... #NoVivesDeEnsalada	x			Afirma que ambos episodios son buenos
#NoVivesDeEnsalada, este capítulo es fabuloso, sobretodo cuando el cerdito va volando, jajajaja 😄😄😄😄	x			Emite su voto y subraya que el episodio es genial por la una escena en específico
Es una de las decisiones más difíciles de mi vida.. tengo que ir por #PlanDental	x			Indica que escoger un episodio es una decisión difícil, en su vida; lo que evidencia fanatismo
#PlanDental #PlanDental #PlanDental #PlanDental #PlanDental bueno no importa cuál gané ambos son fabulosos pero Lisa necesita frenos	x			Repite el episodio de su preferencia en el comentario; pero, añade que ambos episodios son fabulosos
#NoVivesDeEnsalada *La Oveja Pequeña y el Quitate tú 😊 *La Reunión de la Familia Flanders *El Puerco Volador *El "Bart No, pero yo estoy aquí, perdón es la Costumbre *El "Lisa Dijiste que me Querías, Me Querías" 😄😄 *Paul y Linda McCartney, y Apu el 6to Beatles.	x			Redacta los motivos por los que debe ganar el episodio de su elección; dichas razones son escenas y fragmentos del guión de los personajes

*La Cerveza sin Alcohol				
*Y el "No Vives de Ensalada" 😊😊				

ANEXO n°13 Ficha de registro de datos aplicada a la publicación 'Patty vs. Selma' de la *fan page* de Los Simpson Latinoamérica

FAN PAGE		LOS SIMPSON LATINOAMÉRICA		HORA DE PUBLICACIÓN	INTERACCIÓN		
EPISODIOS QUE BATALLAN	EP. CLÁSICOS	EP. NUEVOS	COMENTARIOS		VECES COMPARTIDOS	REACCIONES	
Patty		x	11:30 a.m.	512	2	135	
Selma	x						

COMENTARIOS	POSITIVO	NEUTRAL	NEGATIVO	OBSERVACIONES
#selma		x		Siguió instrucciones
En serio que clase de chusma palurds puede mirar el episodio de la boda gay de Patty? No soy homofóbico, es solo que ese capítulo es una verdadera porquería			x	Es un comentario explícitamente negativo, puesto que insulta a los usuarios que votaron por el episodio que no es de su agrado, al que califica utilizando un vocabulario soez
#Selma por el Planeta de los Simios	x			Afirmó que su voto fue realizado por las ganas de ver una referencia que se hace en el episodio
#selma		x		Siguió instrucciones
#Selma		x		Siguió instrucciones
#Selma "quitenme las manos de encima, changos mugrosos!!"	x			En su comentario escribió un fragmento del diálogo de un personaje

ANEXO n°14 Ficha de registro de datos aplicada a la publicación ‘Los Borbotones y la Banda de Luxo’ de la *fan page* de Los Simpson Latinoamérica

FAN PAGE		LOS SIMPSON LATINOAMÉRICA		HORA DE PUBLICACIÓN	INTERACCIÓN		
EPISODIOS QUE BATALLAN	EP. CLÁSICOS	EP. NUEVOS	COMENTARIOS		VECES COMPARTIDOS	REACCIONES	
Los Borbotones	x		11:30 a.m.	1498	4	188	
Banda de Luxo	x						

COMENTARIOS	POSITIVO	NEUTRAL	NEGATIVO	OBSERVACIONES
#BandDeLuxo quien me apoya	x			Emitió su voto y a la vez escribió quién más lo apoya en su elección
#BatallaSimpson #BandaDeLuxo vamos quiero escuchar las voces de Bart milhouse Rafa y nelson!!!! #VAMOS_BANDA_DE_LUXO	x			Incentivaba a que escojan el mismo episodio por el que votó, ya que quiere escuchar las voces de los personajes (quienes son niños)
#LosBorbotones		x		Siguió instrucciones
#losBorbotones		x		Siguió instrucciones
Estos son los ñoños de la escuela !! Que sigue ? Rafa Gorgory xd #BandaDeLuxo :v	x			Acompañó su voto con una frase que se dijo en el episodio de su preferencia
#LosBorbotones Ohh ¿¡Donde conseguiste ese panque!? En la mesa hay muchos...	x			Citó un breve diálogo entre Homero y uno de tantos artistas que aparecen en los diversos episodios

ANEXO n°15 Ficha de registro de datos aplicada a la publicación ‘Casita del terror y Especial de Navidad’ de la *fan page* de Los Simpson

Latinoamérica

FAN PAGE		LOS SIMPSON LATINOAMÉRICA		HORA DE PUBLICACIÓN	INTERACCIÓN		
EPISODIOS QUE BATALLAN	EP. CLÁSICOS	EP. NUEVOS	COMENTARIOS		VECES COMPARTIDOS	REACCIONES	
Casita del terror	x		12:30 p.m.	669	8	196	
Especial de Navidad	x						

COMENTARIOS	POSITIVO	NEUTRAL	NEGATIVO	OBSERVACIONES
#CasitaDelTerror		x		Siguió instrucciones
#casitaDelTerror		x		Siguió instrucciones
#casitaDelTerror		x		Siguió instrucciones
#casitaDelTerror		x		Siguió instrucciones
#EspecialDeNavidad		x		Siguió instrucciones
#CasitaDelTerror! Los mejores! 😊	x			Afirma que los especiales de Halloween son los mejores episodios

ANEXO n°16 Ficha de registro de datos aplicada a la publicación 'Tokio vs. Nueva York' de la *fan page* de Los Simpson Latinoamérica

FAN PAGE		LOS SIMPSON LATINOAMÉRICA		HORA DE PUBLICACIÓN	INTERACCIÓN		
EPISODIOS QUE BATALLAN		EP. CLÁSICOS	EP. NUEVOS		COMENTARIOS	VECES COMPARTIDOS	REACCIONES
Tokio		x		12:30 p.m.	1154	3	185
Nueva York		x					

COMENTARIOS	POSITIVO	NEUTRAL	NEGATIVO	OBSERVACIONES
#tokio		x		Siguió instrucciones
#NuevaYork no lo duden	x			Votó e indicó a los demás usuarios que no duden en votar por el mismo episodio
#tokio y su caricatura que provoca convulsiones.	x			Comenta que desea ver el episodio debido a una escena en particular
#Tokio		x		Siguió instrucciones
#NuevaYork! Es de los mejores episodios <3 -No pizza sólo Klab-Kalash -No plato, vara, vara -Agua o jugo de cangrejo "Voy a salir de aquí vivo aunque me muera" 😊😊	x			Escribió los motivos por el que el episodio de su elección es de los mejores, los cuáles son escenas y una frase que dice Homero
#NuevaYork		x		Siguió instrucciones

ANEXO n°17 Ficha de registro de datos aplicada a la publicación ‘Monorriel vs. Don barredora’ de la *fan page* de Los Simpson Latinoamérica

FAN PAGE	LOS SIMPSON LATINOAMÉRICA		HORA DE PUBLICACIÓN	INTERACCIÓN		
EPISODIOS QUE BATALLAN	EP. CLÁSICOS	EP. NUEVOS		COMENTARIOS	VECES COMPARTIDOS	REACCIONES
Monorriel	x		12:30 p.m.	696	5	185
Don Barredora	x					

COMENTARIOS	POSITIVO	NEUTRAL	NEGATIVO	OBSERVACIONES
#Don barredora.Me llama usted, entonces voy don barredora es quien yo soy :) ..... me llama usted entonces voy #donBARredora es quien yo soy 😊😊😊	x			Escribió en su comentario el verso del jingle ‘Don Barredora’ que aparece en el episodio
#Monorriel		x		Siguió instrucciones
Difícil.. pero tiene que ser #Monorriel, solo porque aparece Batman..	x			En su comentario afirmaba que la decisión era difícil, pero al final su decisión se inclinó hacia el episodio donde aparecía Batman
#Monorriel		x		Siguió instrucciones
#monorriel		x		Siguió instrucciones

ANEXO n°18 Ficha de registro de datos aplicada a la publicación ‘Krusty vs. Bob’ de la *fan page* de Los Simpson Latinoamérica

FAN PAGE	LOS SIMPSON LATINOAMÉRICA		HORA DE PUBLICACIÓN	INTERACCIÓN		
EPISODIOS QUE BATALLAN	EP. CLÁSICOS	EP. NUEVOS		COMENTARIOS	VECES COMPARTIDOS	REACCIONES
Krusty	x		1:30 p.m.	603	10	172
Bob	x					

COMENTARIOS	POSITIVO	NEUTRAL	NEGATIVO	OBSERVACIONES
#BobPatiño		x		Siguió instrucciones
#BobPatiño		x		Siguió instrucciones
#krusty		x		Siguió instrucciones
#bobPatiño		x		Siguió instrucciones
#Krusty		x		Siguió instrucciones
#BobPatiño		x		Siguió instrucciones

ANEXO n°19 Ficha de registro de datos aplicada a la publicación 'Los magios vs. Homero astronauta' de la *fan page* de Los Simpson

Latinoamérica

FAN PAGE		LOS SIMPSON LATINOAMÉRICA		HORA DE PUBLICACIÓN	INTERACCIÓN		
EPISODIOS QUE BATALLAN	EP. CLÁSICOS	EP. NUEVOS	COMENTARIOS		VECES COMPARTIDOS	REACCIONES	
Los magios	x		1:30 p.m.	615	5	164	
Homero astronauta	x						

COMENTARIOS	POSITIVO	NEUTRAL	NEGATIVO	OBSERVACIONES
#LosMagios		x		Siguió instrucciones
#HomeroAstronauta		x		Siguió instrucciones
#HomeroAstronauta y ese terrible planeta de los simios	x			Escribió la referencia que se hace en el episodio de su elección
#LosMagios... Siempre dude de la existencia de Dios.. Ahora se que existe.. soy Yo	x			Citó una frase que Homero dice sobre su persona
#losmagios		x		Siguió instrucciones
#HomeroAstronauta hay que darle un aplauso a "esta inerte barra de carbon" :V	x			Citó una de las líneas más graciosas del episodio

ANEXO n°20 Ficha de registro de datos aplicada a la publicación ‘Primaria de Springfield vs. Planta nuclear’ de la *fan page* de Los Simpson Latinoamérica

FAN PAGE		LOS SIMPSON LATINOAMÉRICA		HORA DE PUBLICACIÓN	INTERACCIÓN		
EPISODIOS QUE BATALLAN	EP. CLÁSICOS	EP. NUEVOS	COMENTARIOS		VECES COMPARTIDOS	REACCIONES	
Primaria de Springfield	x		1:30 p.m.	614	4	196	
Planta nuclear	x						

COMENTARIOS	POSITIVO	NEUTRAL	NEGATIVO	OBSERVACIONES
#PlantaNuclear		x		Siguió instrucciones
#plantaNuclear		x		Siguió instrucciones
#primariadesprinfield		x		Siguió instrucciones
#PlantaNuclear		x		Siguió instrucciones
#PlantaNuclear #BatallaSimpson #PlaneraSimpson		x		Siguió instrucciones, y a la vez agregó hashtags del especial ‘Batalla Simpson’ y de ‘Planeta Simpson’ que es una denominación para Los Simpson y sus fanáticos
#PlantaNuclear.		x		Siguió instrucciones

ANEXO n°21 Ficha de registro de datos aplicada a la publicación ‘Homero fit vs. Homero obeso’ de la *fan page* de FOX Latinoamérica

FAN PAGE	FOX LATINOAMÉRICA		HORA DE PUBLICACIÓN	INTERACCIÓN		
EPISODIOS QUE BATALLAN	EP. CLÁSICOS	EP. NUEVOS		COMENTARIOS	VECES COMPARTIDOS	REACCIONES
Homero fit		x	9:00 a.m.	197	1	48
Homero obeso	x					

COMENTARIOS	POSITIVO	NEUTRAL	NEGATIVO	OBSERVACIONES
#HomeroFit		x		Siguió instrucciones
#batallasimpson #homeroobeso		x		Siguió instrucciones
Homero gordo buscando la tecla cualquiera	x			No votó, pero mencionó una escena de uno de los episodios
#HomeroObeso		x		Siguió instrucciones
#homero obeso		x		Siguió instrucciones
#OmeroObeso		x		Siguió instrucciones

ANEXO n°22 Ficha de registro de datos aplicada a la publicación ‘Simpson clásico vs. Simpson nuevo’ de la *fan page* de FOX Latinoamérica

FAN PAGE		FOX LATINOAMÉRICA		HORA DE PUBLICACIÓN	INTERACCIONES		
EPISODIOS QUE BATALLAN		EP. CLÁSICOS	EP. NUEVOS		COMENTARIOS	VECES COMPARTIDOS	REACCIONES
Simpson clásico		x		9:00 a.m.	287	0	46
Simpson nuevo			x				

COMENTARIOS	POSITIVO	NEUTRAL	NEGATIVO	OBSERVACIONES
#SimpsonClasico !!!!! ♥♥♥♥♥nose que enfermo es capaz de decir Simpson nuevo			x	A pesar de demostrar ser fan de la serie, usando iconos de corazones; insinúa que los usuarios que voten por ‘Simpson nuevo’ son enfermos, los insulta
#SimpsonClasico. Las nuevas apestan!!!!			x	Afirmó que los nuevos episodios transmitidos de la serie ‘apestan’; es decir, son desagradables
#SimpsonClasico		x		Siguió instrucciones
#SimpsonClasico los mejores !!	x			Afirma que los episodios antiguos de Los Simpson son los mejores, positivamente
#SimpsonClasico		x		Siguió instrucciones
#dimpsonclasico		x		Siguió instrucciones, aunque redactó mal la palabra ‘Simpson’

ANEXO n°23 Ficha de registro de datos aplicada a la publicación ‘Yo no fui vs. Cama arriba, cama abajo’ de la *fan page* de FOX Latinoamérica

FAN PAGE		FOX LATINOAMÉRICA		HORA DE PUBLICACIÓN	INTERACCIONES		
EPISODIOS QUE BATALLAN		EP. CLÁSICOS	EP. NUEVOS		COMENTARIOS	VECES COMPARTIDOS	REACCIONES
Yo no fui		x		9:00 a.m.	344	1	62
Cama arriba, cama abajo		x					

COMENTARIOS	POSITIVO	NEUTRAL	NEGATIVO	OBSERVACIONES
#MalditaSeaEsUnaCaja ♡	x			Utilizó una frase de la serie, por lo que se puede decir que es un fiel televidente
#CamaArribaCamaAbajo		x		Siguió instrucciones
#CamaArribaCamaAbajo		x		Siguió instrucciones
#CamaArribaCamaAbajo !	x			Siguió instrucciones, con énfasis, puesto que usó un signo de exclamación
#CamaArribaCamaAbajo		x		Siguió instrucciones
#camaarribacamaabajo porfaaaaaa	x			Siguió instrucciones

ANEXO n°24 Ficha de registro de datos aplicada a la publicación ‘Ayudante de Santa vs. Bola de nieve’ de la *fan page* de FOX Latinoamérica

FAN PAGE	FOX LATINOAMÉRICA		HORA DE PUBLICACIÓN	INTERACCIONES		
EPISODIOS QUE BATALLAN	EP. CLÁSICOS	EP. NUEVOS		COMENTARIOS	VECES COMPARTIDOS	REACCIONES
Ayudante de Santa	x		10:00 a.m.	270	1	29
Bola de nieve		x				

COMENTARIOS	POSITIVO	NEUTRAL	NEGATIVO	OBSERVACIONES
#AyudanteDeSanta		x		Siguió instrucciones
AyudantedeSanta		x		Siguió instrucciones
#ayudantedesanta		x		Siguió instrucciones
#BolaDeNieve		x		Siguió instrucciones
Bola de nieve		x		Votó, pero no hizo uso del hashtag
#AyudanteDeSanta		x		Siguió instrucciones

ANEXO n°25 Ficha de registro de datos aplicada a la publicación ‘Springfield vs. Shelbyville’ de la *fan page* de FOX Latinoamérica

FAN PAGE	FOX LATINOAMÉRICA		HORA DE PUBLICACIÓN	INTERACCIONES		
EPISODIOS QUE BATALLAN	EP. CLÁSICOS	EP. NUEVOS		COMENTARIOS	VECES COMPARTIDOS	REACCIONES
Springfield	x		10:00 a.m.	267	2	41
Shelbyville	x					

COMENTARIOS	POSITIVO	NEUTRAL	NEGATIVO	OBSERVACIONES
#Springfield		x		Siguió instrucciones
#Shelbyville. Agita fuerte el brazo muchacho!	x			Siguió instrucciones, y citó una frase de la serie, lo que denota su fanatismo
#Springfield		x		Siguió instrucciones
#Springfield		x		Siguió instrucciones
#BatallaSimpson#shelbyville		x		Siguió instrucciones, y agregó el hashtag del especial
#Springfield		x		Siguió instrucciones

ANEXO n°26 Ficha de registro de datos aplicada a la publicación ‘Rafa vs. Milhouse’ de la *fan page* de FOX Latinoamérica

FAN PAGE		FOX LATINOAMÉRICA		HORA DE PUBLICACIÓN	INTERACCIONES		
EPISODIOS QUE BATALLAN		EP. CLÁSICOS	EP. NUEVOS		COMENTARIOS	VECES COMPARTIDOS	REACCIONES
Rafa		x		10:00 a.m.	311	1	31
Milhouse			x				

COMENTARIOS	POSITIVO	NEUTRAL	NEGATIVO	OBSERVACIONES
#Rafa		x		Siguió instrucciones
Nadie quiere a milhouse 😊😊😊 #rafa	x			Votó, pero a la vez añade que el otro personaje de la serie no es querido, lo que es característico de la trama
#Rafa		x		Siguió instrucciones
parece que todos son raza pero les gusta un lameloide xD	x			No vota, pero cita una frase del episodio de su preferencia
#Milhouse		x		Siguió instrucciones
#milhouse		x		Siguió instrucciones

ANEXO n°27 Ficha de registro de datos aplicada a la publicación ‘Llamarada Moe vs. Venus de jalea’ de la *fan page* de FOX Latinoamérica

FAN PAGE		FOX LATINOAMÉRICA		HORA DE PUBLICACIÓN	INTERACCIONES		
EPISODIOS QUE BATALLAN		EP. CLÁSICOS	EP. NUEVOS		COMENTARIOS	VECES COMPARTIDOS	REACCIONES
Llamarada Moe		x		11:00 a.m.	586	4	65
Venus de jalea		x					

COMENTARIOS	POSITIVO	NEUTRAL	NEGATIVO	OBSERVACIONES
#llamaradamoe		x		Siguió instrucciones
#LlamaradaMoe		x		Siguió instrucciones
Ufff, esa es súper difícil. Pero por tener más q nunca vigencia #VenusDeJalea	x			Afirmó que decidir entre los episodios es difícil; es decir, que ambos merecían ser transmitidos
#llamaradamoe		x		Siguió instrucciones
#LlamaradaMoe		x		Siguió instrucciones
Vamos #Llamaradamoe!!!	x			Mostró euforia al votar por el episodio de su preferencia

ANEXO n°28 Ficha de registro de datos aplicada a la publicación ‘Historia pasado vs. Historia futuro’ de la *fan page* de FOX Latinoamérica

FAN PAGE	FOX LATINOAMÉRICA		HORA DE PUBLICACIÓN	INTERACCIONES		
EPISODIOS QUE BATALLAN	EP. CLÁSICOS	EP. NUEVOS		COMENTARIOS	VECES COMPARTIDOS	REACCIONES
Historia pasado	x		11:00 a.m.	419	2	95
Historia futuro	x					

COMENTARIOS	POSITIVO	NEUTRAL	NEGATIVO	OBSERVACIONES
#HistoriaPasado		x		Siguió instrucciones
#historiapasado.		x		Siguió instrucciones
#HistoriaPasado		x		Siguió instrucciones
#historiapasado		x		Siguió instrucciones
#HistoriaPasado		x		Siguió instrucciones
#HistoriaFuturo. Esa es la única q vale la pena, las q sacaron luego son una bazofia!			x	A pesar de que dice que el episodio de su elección es bueno, añade que lo demás es ‘bazofia’

ANEXO n°29 Ficha de registro de datos aplicada a la publicación ‘Bart nerd vs. Bart travieso’ de la *fan page* de FOX Latinoamérica

FAN PAGE	FOX LATINOAMÉRICA		HORA DE PUBLICACIÓN	INTERACCIONES		
EPISODIOS QUE BATALLAN	EP. CLÁSICOS	EP. NUEVOS		COMENTARIOS	VECES COMPARTIDOS	REACCIONES
Bart nerd	x		11:00 a.m.	353	1	53
Bart travieso	x					

COMENTARIOS	POSITIVO	NEUTRAL	NEGATIVO	OBSERVACIONES
#BartTravieso		x		Siguió instrucciones
#BartNerd		x		Siguió instrucciones
BartTravieso		x		Siguió instrucciones
#BartNerd		x		Siguió instrucciones
#BartTravieso		x		Siguió instrucciones
#bartnerd		x		Siguió instrucciones

ANEXO n°30 Ficha de registro de datos aplicada a la publicación ‘No vives de ensalada vs. Plan dental’ de la *fan page* de FOX Latinoamérica

FAN PAGE	FOX LATINOAMÉRICA		HORA DE PUBLICACIÓN	INTERACCIONES		
EPISODIOS QUE BATALLAN	EP. CLÁSICOS	EP. NUEVOS		COMENTARIOS	VECES COMPARTIDOS	REACCIONES
No vives de ensalada	x		12:00 p.m.	380	2	47
Plan dental	x					

COMENTARIOS	POSITIVO	NEUTRAL	NEGATIVO	OBSERVACIONES
#NoVivesDeEnsalada		x		Siguió instrucciones
#NoVivesDeEnsalada		x		Siguió instrucciones
#NoVivesDeEnsalada		x		Siguió instrucciones
dura decisión porque las dos son iguales de buenas, pero #NoVivesDeEnsalada jajajajaja	x			Comentó que ambos episodios de la serie son buenos, por lo que era difícil escoger uno
#NoVivesDeEnsalada		x		Siguió instrucciones
#NoVivesDeEnsalada , cual escoges, Orlando?	x			Votó, y a la vez motivo a otro usuario a que seleccione el episodio de su preferencia, etiquetándolo

ANEXO n°31 Ficha de registro de datos aplicada a la publicación ‘Patty vs. Selma’ de la *fan page* de FOX Latinoamérica

FAN PAGE		FOX LATINOAMÉRICA		HORA DE PUBLICACIÓN	INTERACCIONES		
EPISODIOS QUE BATALLAN		EP. CLÁSICOS	EP. NUEVOS		COMENTARIOS	VECES COMPARTIDOS	REACCIONES
Patty			x	12:00 p.m.	369	3	47
Selma		x					

COMENTARIOS	POSITIVO	NEUTRAL	NEGATIVO	OBSERVACIONES
#patty		x		Siguió instrucciones
#patty		x		Siguió instrucciones
#Selma		x		Siguió instrucciones
#selma		x		Siguió instrucciones
#Patty		x		Siguió instrucciones
Selma es clásico	x			Indica que dicho personaje es un clásico en los episodios de la serie

ANEXO n°32 Ficha de registro de datos aplicada a la publicación ‘Los Borbotones vs. Banda de Luxo’ de la *fan page* de FOX Latinoamérica

FAN PAGE	FOX LATINOAMÉRICA		HORA DE PUBLICACIÓN	INTERACCIONES		
EPISODIOS QUE BATALLAN	EP. CLÁSICOS	EP. NUEVOS		COMENTARIOS	VECES COMPARTIDOS	REACCIONES
Los Borbotones	x		12:00 p.m.	1157	2	81
Banda de Luxo	x					

COMENTARIOS	POSITIVO	NEUTRAL	NEGATIVO	OBSERVACIONES
#losborbotones		x		Siguió instrucciones
#LosBorbotones		x		Siguió instrucciones
#LosBorbotones		x		Siguió instrucciones
#BandaDeLuxo		x		Siguió instrucciones
#bandadeluxo h		x		Siguió instrucciones, agrega una ‘h’ que puede ser alusión a un emoji
#bandadeluxo Palabra 🖐	x			Votó y añadió una palabra que se repite constantemente en la trama del episodio

ANEXO n°33 Ficha de registro de datos aplicada a la publicación ‘Casita del terror vs. Especialidad de Navidad’ de la *fan page* de FOX  
Latinoamérica

FAN PAGE	FOX LATINOAMÉRICA		HORA DE PUBLICACIÓN	INTERACCIONES		
	EP. CLÁSICOS	EP. NUEVOS		COMENTARIOS	VECES COMPARTIDOS	REACCIONES
Casita del terror	x		1:00 p.m.	612	2	97
Especial de Navidad	x					

COMENTARIOS	POSITIVO	NEUTRAL	NEGATIVO	OBSERVACIONES
#CasitaDelTerror		x		Siguió instrucciones
#CasitadelTerror		x		Siguió instrucciones
#especialdenavidad #batallasimpson		x		Siguió instrucciones y añadió el hashtag de la secuencia ‘Batalla Simpson’
#CasitaDelTerror		x		Siguió instrucciones
#CasitaDelTerror		x		Siguió instrucciones
#CasitaDelTerror quien mrda va a elegir un Especial de Navidad en Marzo :v			x	Hizo uso de un lenguaje soez al emitir su comentario

ANEXO n°34 Ficha de registro de datos aplicada a la publicación ‘Casita del terror vs. Especialidad de Navidad’ de la *fan page* de FOX  
Latinoamérica

FAN PAGE	FOX LATINOAMÉRICA		HORA DE PUBLICACIÓN	INTERACCIONES		
EPISODIOS QUE BATALLAN	EP. CLÁSICOS	EP. NUEVOS		COMENTARIOS	VECES COMPARTIDOS	REACCIONES
Tokio	x		1:00 p.m.	1138	2	104
Nueva York	x					

COMENTARIOS	POSITIVO	NEUTRAL	NEGATIVO	OBSERVACIONES
#NuevaYork		x		Siguió instrucciones
#nueva York		x		Siguió instrucciones
#NuevaYork		x		Siguió instrucciones
#tokio		x		Siguió instrucciones
#NuevaYork		x		Siguió instrucciones
#NuevaYork		x		Siguió instrucciones

ANEXO n°35 Ficha de registro de datos aplicada a la publicación ‘Monorriel vs. Don Barredora’ de la *fan page* de FOX Latinoamérica

FAN PAGE		FOX LATINOAMÉRICA		HORA DE PUBLICACIÓN	INTERACCIONES		
EPISODIOS QUE BATALLAN		EP. CLÁSICOS	EP. NUEVOS		COMENTARIOS	VECES COMPARTIDOS	REACCIONES
Monorriel		x		1:00 p.m.	578	2	93
Don Barredora		x					

COMENTARIOS	POSITIVO	NEUTRAL	NEGATIVO	OBSERVACIONES
#DonBarredora		x		Siguió instrucciones
#DonBarredora :-) me llama usted, entonces voy, don barredora es quién yo soy ;-)	x			Escribió en su comentario, parte del jingle que se muestra en el episodio de Don Barredora
#Monorriel		x		Siguió instrucciones
#Monorriel, #Alagrandelepusecuca!!!!!!!	x			Siguió instrucciones y a la vez agregó una frase del episodio, aquello vuelve a significar fanatismo
#DonBarredora		x		Siguió instrucciones
#monorriel		x		Siguió instrucciones

ANEXO n°36 Ficha de registro de datos aplicada a la publicación ‘Krusty vs. Bob’ de la *fan page* de FOX Latinoamérica

FAN PAGE		FOX LATINOAMÉRICA		HORA DE PUBLICACIÓN	INTERACCIONES		
EPISODIOS QUE BATALLAN	EP. CLÁSICOS	EP. NUEVOS	COMENTARIOS		VECES COMPARTIDOS	REACCIONES	
Krusty	x		2:00 p.m.	511	2	93	
Bob	x						

COMENTARIOS	POSITIVO	NEUTRAL	NEGATIVO	OBSERVACIONES
#Krusty		x		Siguió instrucciones
Bob Patiño		x		No hace uso del hashtag, pero escribe el nombre del personaje de su preferencia
#BobPatiño		x		Siguió instrucciones
#BobPatiño		x		Siguió instrucciones
#Krusty		x		Siguió instrucciones
¿#Bobpatiño?		x		Siguió instrucciones

ANEXO n°37 Ficha de registro de datos aplicada a la publicación ‘Los magios vs. Homero astronauta’ de la *fan page* de FOX Latinoamérica

AN PAGE		FOX LATINOAMÉRICA		HORA DE PUBLICACIÓN	INTERACCIONES		
EPISODIOS QUE BATALLAN	EP. CLÁSICOS	EP. NUEVOS	COMENTARIOS		VECES COMPARTIDOS	REACCIONES	
Los magios	x		2:00 p.m.	554	1	105	
Homero astronauta	x						

COMENTARIOS	POSITIVO	NEUTRAL	NEGATIVO	OBSERVACIONES
#losmagios		x		Siguió instrucciones
#losMagios		x		Siguió instrucciones
#HomeroAstronauta		x		Siguió instrucciones
#HomeroAstronauta		x		Siguió instrucciones
#LosMagios		x		Siguió instrucciones
Uffff no hay comparación el mejor capítulo de los Simpsons son #losmagios	x			Comentó que el episodio de su elección es mejor y no se compara al otro

ANEXO n°38 Ficha de registro de datos aplicada a la publicación ‘Primaria de Springfield vs. Planta nuclear’ de la fan page de FOX

Latinoamérica

FAN PAGE	FOX LATINOAMÉRICA		HORA DE PUBLICACIÓN	INTERACCIONES		
	EP. CLÁSICOS	EP. NUEVOS		COMENTARIOS	VECES COMPARTIDOS	REACCIONES
Primaria de Springfield	x		2:00 p.m.	595	3	108
Planta nuclear	x					

COMENTARIOS	POSITIVO	NEUTRAL	NEGATIVO	OBSERVACIONES
#PlantaNuclear		x		Siguió instrucciones
#plantanuclear		x		Siguió instrucciones
#plantanuclear		x		Siguió instrucciones
#PlantaNuclear		x		Siguió instrucciones
Cortaron el capítulo			x	Manifestó una queja; debido a que, cortaron la trasmisión del capítulo por tv
#primariadespringfield		x		Siguió instrucciones

ANEXO n°39 Ficha de registro de datos a la publicación ‘Homero fit vs. Homero obeso’ de la *fan page* de Los Simpson Latinoamérica

BATALLA		#HomeroFit vs. #HomeroObeso					
FAN PAGE		LOS SIMPSON LATINOAMÉRICA					
Segmentación geográfica	Lugar de origen o residencia	México	Costa Rica	Bolivia	México	Argentina	México
Segmentación demográfica	Sexo	F	M	M	M	M	M
	Edad	18	Aprox. 30	Aprox. 25	Aprox. 35	Aprox. 27	30
	Ocupación	Estudiante	Relacionista público	Estudiante	Arqueólogo	Estudiante	Trabajador

ANEXO n°40 Ficha de registro de datos a la publicación 'Simpson clásico vs. Simpson nuevo' de la *fan page* de Los Simpson Latinoamérica

BATALLA		#SimpsonClásico vs. #SimpsonNuevo					
FAN PAGE		LOS SIMPSON LATINOAMÉRICA					
Segmentación geográfica	Lugar de origen o residencia	Colombia	Chile	Bolivia	Argentina	Perú	Guatemala
Segmentación demográfica	Sexo	X	F	F	F	M	M
	Edad	X	22	Aprox. 30	23	24	Aprox. 30
	Ocupación	X	Estudiante	Trabajadora	Diseñadora de moda	Estudiante	Trabajador

ANEXO n°41 Ficha de registro de datos a la publicación ‘Yo no fui vs. Cama arriba, cama abajo’ de la *fan page* de Los Simpson Latinoamérica

BATALLA		#YoNoFui vs. #CamaArribaCamaAbajo					
FAN PAGE		LOS SIMPSON LATINOAMÉRICA					
Segmentación geográfica	Lugar de origen o residencia	México	Argentina	Argentina	Argentina	Argentina	México
	Sexo	M	M	F	F	M	F
Segmentación demográfica	Edad	Aprox. 23	20	36	23	Aprox. 27	20
	Ocupación	Estudiante	Estudiante	Trabajadora	Diseñadora de moda	Estudiante	Estudiante

ANEXO n°42 Ficha de registro de datos a la publicación 'Ayudante de Santa vs. Bola de nieve' de la *fan page* de Los Simpson Latinoamérica

BATALLA		#AyudanteDeSanta vs. #BolaDeNieve					
FAN PAGE		LOS SIMPSON LATINOAMÉRICA					
Segmentación geográfica	Lugar de origen o residencia	México	Perú	México	Colombia	México	El Salvador
Segmentación demográfica	Sexo	M	M	M	M	F	M
	Edad	Aprox. 27	24	X	27	29	18
	Ocupación	Trabajador	Trabajador y scout voluntario	X	Ingeniero	Contadora	X

ANEXO n°43 Ficha de registro de datos a la publicación 'Springfield vs. Shelbyville' de la *fan page* de Los Simpson Latinoamérica

BATALLA		#Springfield vs. #Shelbyville					
FAN PAGE		LOS SIMPSON LATINOAMÉRICA					
Segmentación geográfica	Lugar de origen o residencia	Venezuela	México	Chile	México	México	México
	Sexo	M	M	M	M	M	M
Segmentación demográfica	Edad	Aprox. 50	Aprox. 45	22	Aprox. 40	Aprox. 40	Aprox. 30
	Ocupación	X	X	Ingeniero comercial	X	X	X

ANEXO n°44 Ficha de registro de datos a la publicación 'Rafa vs. Milkhouse' de la *fan page* de Los Simpson Latinoamérica

BATALLA		#Rafa vs. #Milkhouse					
FAN PAGE		LOS SIMPSON LATINOAMÉRICA					
Segmentación geográfica	Lugar de origen o residencia	México	Colombia	Venezuela	Argentina	Colombia	México
Segmentación demográfica	Sexo	M	M	F	M	F	F
	Edad	X	28	29	X	Aprox. 35	Aprox. 35
	Ocupación	Ensamblador	Mantenimiento (ingeniero)	Redactora, reportera	Estudiante	Coach empresarial	Contadora

Anexo N°45 Ficha de registro de datos a la publicación 'Venus de jalea vs. Llamrada Moe' de la fan page de Los Simpson Latinoamérica

BATALLA		#VenusDeJalea vs. #LlamradaMoe					
FAN PAGE		LOS SIMPSON LATINOAMÉRICA					
Segmentación geográfica	Lugar de origen o residencia	México	México	México	X	México	Colombia
	Sexo	F	M	M	F	M	M
Segmentación demográfica	Edad	Aprox. 26	Aprox. 40	Aprox. 32	Aprox. 40	Aprox. 40	Aprox. 34
	Ocupación	Trabajadora	X	Auxiliar general	X	Administrador	X

ANEXO n°46 Ficha de registro de datos a la publicación 'Historia pasado vs. Historia futuro' de la *fan page* de Los Simpson Latinoamérica

BATALLA		#HistoriaPasado vs. #HistoriaFuturo					
FAN PAGE		LOS SIMPSON LATINOAMÉRICA					
Segmentación demográfica	Lugar de origen o residencia	México	México	Chile	Perú	México	México
	Sexo	F	F	M	M	M	M
	Edad	18	Aprox. 14	19	X	X	17
	Ocupación	Estudiante	Estudiante	X	Trabajador	X	Estudiante

ANEXO n°47 Ficha de registro de datos a la publicación 'Bart nerd vs. Bart travieso' de la *fan page* de Los Simpson Latinoamérica

BATALLA		#BartNerd vs. #BartTravieso					
FAN PAGE		LOS SIMPSON LATINOAMÉRICA					
Segmentación geográfica	Lugar de origen o residencia	República Dominicana	México	México	Chile	México	México
	Sexo	F	M	M	M	M	F
Segmentación demográfica	Edad	Aprox. 33	Aprox. 35	Aprox. 25	Aprox. 27	Aprox. 18	Aprox. 28
	Ocupación	Médico	X	X	X	Estudiante	Chef

ANEXO n°48 Ficha de registro de datos a la publicación ‘No vives de ensalada vs. Plan dental’ de la *fan page* de Los Simpson Latinoamérica

BATALLA		#NoVivesDeEnsalada vs. #PlanDental					
FAN PAGE		LOS SIMPSON LATINOAMÉRICA					
Segmentación geográfica	Lugar de origen o residencia	Argentina	Uruguay	México	X	México	Brasil
	Sexo	F	F	F	M	M	M
Segmentación demográfica	Edad	17	X	Aprox. 38	X	Aprox. 35	X
	Ocupación	Estudiante	Telefonista (repcionista)	Estilista	X	X	Administrador

ANEXO n°49 Ficha de registro de datos a la publicación ‘Patty vs. Selma’ de la *fan page* de Los Simpson Latinoamérica

BATALLA		#Patty vs. #Selma					
FAN PAGE		LOS SIMPSON LATINOAMÉRICA					
Segmentación demográfica	Lugar de origen o residencia	Bolivia	Argentina	Colombia	Chile	México	México
	Sexo	F	M	M	M	M	M
	Edad	Aprox. 26	23	30	21	Aprox. 28	X
	Ocupación	X	Diseñador gráfico	Diseñador gráfico	Estudiante	X	X

ANEXO n°50 Ficha de registro de datos a la publicación 'Los Borbotones vs. La banda de Luxo' de la *fan page* de Los Simpson Latinoamérica

BATALLA		#LosBorbotones vs. #LaBandaDeLuxo					
FAN PAGE		LOS SIMPSON LATINOAMÉRICA					
Segmentación geográfica	Lugar de origen o residencia	Bolivia	Argentina	México	México	Argentina	República Dominicana
	Sexo	M	F	M	F	M	F
Segmentación demográfica	Edad	17	13	Aprox. 35	Aprox. 24	Aprox. 30	Aprox. 33
	Ocupación	X	Estudiante	X	X	X	Médico

ANEXO n°51 Ficha de registro de datos a la publicación 'Casita del terror vs. Especial de Navidad' de la *fan page* de Los Simpson Latinoamérica

BATALLA		#CasitaDelTerror vs. #EspecialDeNavidad					
FAN PAGE		LOS SIMPSON LATINOAMÉRICA					
Segmentación geográfica	Lugar de origen o residencia	Venezuela	República Dominicana	Chile	Colombia	México	México
Segmentación demográfica	Sexo	M	F	M	M	M	F
	Edad	Aprox. 32	Aprox. 33	Aprox. 28	30	Aprox. 32	Aprox. 26
	Ocupación	Trabajador	Médico	X	Diseñador gráfico	Auxiliar general	Negocios internacionales

Anexo N°52 Ficha de registro de datos a la publicación 'Tokio vs. Nueva York' de la *fan page* de Los Simpson Latinoamérica

BATALLA		#Tokio vs. #NuevaYork					
FAN PAGE		LOS SIMPSON LATINOAMÉRICA					
Segmentación geográfica	Lugar de origen o residencia	Chile	México	República Dominicana	Bolivia	México	Costa Rica
Segmentación demográfica	Sexo	M	M	F	M	M	M
	Edad	Aprox. 18	X	Aprox. 33	Aprox. 22	Aprox. 23	Aprox. 40
	Ocupación	Estudiante	Ensamblador	Médico	X	Comunicador	Asesor de ventas

ANEXO n°53 Ficha de registro de datos a la publicación 'Monorriel vs. Don Barredora' de la *fan page* de Los Simpson Latinoamérica

BATALLA		#Monorriel vs. #DonBarredora					
FAN PAGE		LOS SIMPSON LATINOAMÉRICA					
Segmentación geográfica	Lugar de origen o residencia	México	México	México	Chile	Argentina	Argentina
	Sexo	F	F	M	M	F	F
Segmentación demográfica	Edad	Aprox. 27	X	Aprox. 32	22	36	18
	Ocupación	Asistente social	X	Auxiliar general	Ingeniero comercial	Trabajadora	Trabajadora

ANEXO n°54 Ficha de registro de datos a la publicación 'Krusty vs. Bob Patiño' de la *fan page* de Los Simpson Latinoamérica

BATALLA		#Krusty vs. #BobPatiño					
FAN PAGE		LOS SIMPSON LATINOAMÉRICA					
Segmentación geográfica	Lugar de origen o residencia	Argentina	México	Argentina	Perú	México	Uruguay
Segmentación demográfica	Sexo	F	M	M	M	F	F
	Edad	36	Aprox. 25	12	24	X	X
	Ocupación	Trabajadora	X	Estudiante	Comunicador	X	Telefonista (repcionista)

ANEXO n°55 Ficha de registro de datos a la publicación 'Los Magios vs. Homero Astronauta' de la *fan page* de Los Simpson Latinoamérica

BATALLA		#LosMagios vs. #HomeroAstronauta					
FAN PAGE		LOS SIMPSON LATINOAMÉRICA					
Segmentación geográfica	Lugar de origen o residencia	México	Argentina	Ecuador	Bolivia	Perú	México
Segmentación demográfica	Sexo	M	F	M	M	M	F
	Edad	X	36	Aprox. 16	X	24	26
	Ocupación	X	Trabajadora	Estudiante	Trabajador	Comunicador	Pedagoga

ANEXO n°56 Ficha de registro de datos a la publicación 'Primaria de Springfield vs. Planta Nuclear' de la *fan page* de Los Simpson

Latinoamérica

BATALLA		#PrimariaDeSpringfield vs. #PlantaNuclear					
FAN PAGE		LOS SIMPSON LATINOAMÉRICA					
Segmentación geográfica	Lugar de origen o residencia	México	México	Argentina	República Dominicana	México	Chile
Segmentación demográfica	Sexo	F	M	F	F	F	M
	Edad	Aprox. 38	Aprox. 32	Aprox. 36	Aprox. 33	18	20
	Ocupación	Estilista	X	Pedagoga	Médico	Estudiante	Estudiante

ANEXO n°57 Ficha de registro de datos a la publicación ‘Homero fit vs. Homero obeso’ de la *fan page* de FOX Latinoamérica

BATALLA		#HomeroFit vs. #HomeroObeso					
FAN PAGE		FOX LATINOAMÉRICA					
Segmentación geográfica	Lugar de origen o residencia	México	México	México	Chile	Argentina	México
	Sexo	M	M	F	F	M	F
Segmentación demográfica	Edad	Aprox. 30	Aprox. 25	Aprox. 25	Aprox. 20	Aprox. 40	X
	Ocupación	Trabajador	Diseñador gráfico	Trabajadora	X	Trabajador, camionero	Trabajadora

ANEXO n°58 Ficha de registro de datos a la publicación 'Simpson clásico vs. Simpson nuevo' de la *fan page* de FOX Latinoamérica

BATALLA		#SimpsonClásico vs. #SimpsonNuevo					
FAN PAGE		FOX LATINOAMÉRICA					
Segmentación geográfica	Lugar de origen o residencia	México	Chile	Colombia	Colombia	México	México
	Sexo	F	F	F	F	M	M
Segmentación demográfica	Edad	Aprox. 25	Aprox. 25	Aprox. 25	Aprox. 10	Aprox. 25	Aprox. 25
	Ocupación	Trabajadora	Trabajadora	Mercaderista	X	X	Diseñador gráfico

ANEXO n°59 Ficha de registro de datos a la publicación ‘Yo no fui vs. Cama arriba, cama abajo’ de la *fan page* de FOX Latinoamérica

BATALLA		#YoNoFui vs. #CamaArribaCamaAbajo					
FAN PAGE		FOX LATINOAMÉRICA					
Segmentación demográfica	Lugar de origen o residencia	México	México	México	Chile	Argentina	México
	Sexo	F	M	F	F	M	F
	Edad	Aprox. 25	Aprox. 25	Aprox. 25	Aprox. 20	Aprox. 40	X
	Ocupación	X	Diseñador gráfico	Trabajadora	X	Trabajador, camionero	X

ANEXO n°60 Ficha de registro de datos a la publicación ‘Ayudante de Santa vs. Bola de nieve’ de la *fan page* de FOX Latinoamérica

BATALLA		#AyudanteDeSanta vs. #BolaDeNieve					
FAN PAGE		FOX LATINOAMÉRICA					
Segmentación geográfica	Lugar de origen o residencia	Chile	Argentina	México	México	México	México
	Sexo	F	F	F	F	M	M
Segmentación demográfica	Edad	Aprox. 20	Aprox. 35	Aprox. 40	Aprox. 25	Aprox. 30	Aprox. 35
	Ocupación	X	X	Enfermera	Guía turístico	X	Mecánico

ANEXO n°61 Ficha de registro de datos a la publicación 'Springfield vs. Shelbyville' de la *fan page* de FOX Latinoamérica

BATALLA		#Springfield vs. #Shelbyville					
FAN PAGE		FOX LATINOAMÉRICA					
Segmentación geográfica	Lugar de origen o residencia	Costa Rica	México	Chile	Argentina	México	México
	Sexo	F	F	F	F	M	M
Segmentación demográfica	Edad	Aprox. 33	Aprox. 40	Aprox. 20	Aprox. 35	Aprox. 30	Aprox. 30
	Ocupación	X	Enfermera	X	X	X	X

ANEXO n°62 Ficha de registro de datos a la publicación 'Rafa vs. Milkhouse' de la *fan page* de FOX Latinoamérica

BATALLA		#Rafa vs. #Milkhouse					
FAN PAGE		FOX LATINOAMÉRICA					
Segmentación geográfica	Lugar de origen o residencia	Bolivia	México	México	Argentina	Costa Rica	Chile
Segmentación demográfica	Sexo	M	M	F	M	F	F
	Edad	Aprox. 27	Aprox. 28	28	X	Aprox. 40	Aprox. 20
	Ocupación	X	X	Docente	X	X	X

ANEXO n°63 Ficha de registro de datos a la publicación ‘Venus de Jalea vs. Llamarada Moe’ de la *fan page* de FOX Latinoamérica

BATALLA		#VenusDeJalea vs. #LlamaradaMoe					
FAN PAGE		FOX LATINOAMÉRICA					
Segmentación geográfica	Lugar de origen o residencia	Argentina	Costa Rica	México	Chile	México	Chile
	Sexo	M	F	F	M	M	F
Segmentación demográfica	Edad	Aprox. 37	Aprox. 33	Aprox. 24	32	Aprox. 40	Aprox. 20
	Ocupación	X	X	X	Ingeniero informático	Seguridad ocupacional	X

ANEXO n°64 Ficha de registro de datos a la publicación ‘Historia pasado vs. Historia futuro’ de la *fan page* de FOX Latinoamérica

BATALLA		#HistoriaPasado vs. #HistoriaFuturo					
FAN PAGE		FOX LATINOAMÉRICA					
Segmentación geográfica	Lugar de origen o residencia	Costa Rica	Guatemala	Venezuela	México	Costa Rica	Colombia
Segmentación demográfica	Sexo	F	M	F	M	F	M
	Edad	Aprox. 33	X	Aprox. 35	32	Aprox. 40	Aprox. 25
	Ocupación	X	X	Enfermera	Deportista	X	X

ANEXO n°65 Ficha de registro de datos a la publicación 'Bart nerd vs. Bart travieso' de la *fan page* de FOX Latinoamérica

BATALLA		#BartNerd vs. #BartTravieso					
FAN PAGE		FOX LATINOAMÉRICA					
Segmentación geográfica	Lugar de origen o residencia	México	México	México	Costa Rica	Chile	Colombia
	Sexo	M	M	F	F	F	M
Segmentación demográfica	Edad	Aprox. 33	Aprox. 35	Aprox. 20	Aprox. 40	Aprox. 20	Aprox. 24
	Ocupación	Abogado, DJ	X	X	X	X	Artista visual

ANEXO n°66 Ficha de registro de datos a la publicación ‘No vives de ensalada vs. Plan dental’ de la *fan page* de FOX Latinoamérica

BATALLA		#NoVivesDeEnsalada vs. #PlanDental					
FAN PAGE		FOX LATINOAMÉRICA					
Segmentación geográfica	Lugar de origen o residencia	Colombia	Chile	Venezuela	Costa Rica	Colombia	México
Segmentación demográfica	Sexo	M	M	M	F	M	F
	Edad	Aprox. 27	Aprox. 32	Aprox. 22	Aprox. 40	Aprox. 27	Aprox. 40
	Ocupación	X	Entrenador de gimnasio	X	X	Administrador contable	Enfermera

ANEXO n°67 Ficha de registro de datos a la publicación 'Patty vs. Selma' de la *fan page* de FOX Latinoamérica

BATALLA		#Patty vs. #Selma					
FAN PAGE		FOX LATINOAMÉRICA					
Segmentación demográfica	Lugar de origen o residencia	Argentina	Costa Rica	Chile	Costa Rica	México	Chile
	Sexo	M	F	F	M	F	M
	Edad	Aprox. 30	Aprox. 40	Aprox. 20	Aprox. 28	Aprox. 40	Aprox. 32
	Ocupación	X	X	X	Custodio (empresarial)	Enfermera	Entrenador de gimnasio

ANEXO n°68 Ficha de registro de datos a la publicación 'Los Borbotones vs. La banda de Luxo' de la *fan page* de FOX Latinoamérica

BATALLA		#LosBorbotones vs. #LaBandaDeLuxo					
FAN PAGE		FOX LATINOAMÉRICA					
Segmentación geográfica	Lugar de origen o residencia	México	Bolivia	México	México	Colombia	Colombia
	Sexo	F	F	M	F	M	M
Segmentación demográfica	Edad	Aprox. 18	Aprox. 27	32	X	Aprox. 32	Aprox. 24
	Ocupación	X	Analista de seguridad	Deportista	X	X	Artista visual

ANEXO n°69 Ficha de registro de datos a la publicación ‘Casita del terror vs. Especial de Navidad’ de la *fan page* de FOX Latinoamérica

BATALLA		#CasitaDelTerror vs. #EspecialDeNavidad					
FAN PAGE		FOX LATINOAMÉRICA					
Segmentación geográfica	Lugar de origen o residencia	Perú	México	Chile	Perú	México	Argentina
Segmentación demográfica	Sexo	M	M	F	F	F	F
	Edad	21 años	Aprox. 30	Aprox. 20	Aprox. 35	25	Aprox. 26
	Ocupación	Estudiante universitario	X	X	Trabajadora	Operadora	Atención al cliente y estudiante

ANEXO n°70 Ficha de registro de datos a la publicación ‘Tokio vs. Nueva York’ de la *fan page* de FOX Latinoamérica

BATALLA		#Tokio vs. #NuevaYork					
FAN PAGE		FOX LATINOAMÉRICA					
Segmentación geográfica	Lugar de origen o residencia	Chile	Bolivia	Perú	México	Chile	Costa Rica
	Sexo	F	F	M	F	F	F
Segmentación demográfica	Edad	Aprox. 33	Aprox. 28	Aprox. 27	Aprox. 15	Aprox. 18	Aprox. 40
	Ocupación	Trabajadora	Trabajadora	Estudiante	Estudiante	Acróbata	X

ANEXO n°71 Ficha de registro de datos a la publicación 'Monorriel vs. Don Barredora' de la *fan page* de FOX Latinoamérica

BATALLA		#Monorriel vs. #DonBarredora					
FAN PAGE		FOX LATINOAMÉRICA					
Segmentación geográfica	Lugar de origen o residencia	México	Chile	Argentina	Argentina	Colombia	Bolivia
	Sexo	F	F	F	F	M	M
Segmentación demográfica	Edad	Aprox. 42	Aprox. 33	Aprox. 28	Aprox. 26	X	X
	Ocupación	X	Trabajadora	Diseñadora gráfica	Atención al cliente y estudiante	Soldado	X

ANEXO n°72 Ficha de registro de datos a la publicación ‘Krusty vs. Bob Patino’ de la *fan page* de FOX Latinoamérica

BATALLA		#Krusty vs. #BobPatiño					
FAN PAGE		FOX LATINOAMÉRICA					
Segmentación geográfica	Lugar de origen o residencia	México	Chile	Costa Rica	México	México	Chile
	Sexo	F	F	F	M	F	M
Segmentación demográfica	Edad	Aprox. 26	X	Aprox. 40	Aprox. 28	Aprox. 40	Aprox. 32
	Ocupación	Coach	X	X	X	Enfermera	Entrenador de gimnasio

ANEXO n°73 Ficha de registro de datos a la publicación 'Los Magios vs. Homero Astronauta' de la *fan page* de FOX Latinoamérica

BATALLA		#LosMagios vs. #HomeroAstronauta					
FAN PAGE		FOX LATINOAMÉRICA					
Segmentación geográfica	Lugar de origen o residencia	Colombia	Chile	México	Bolivia	México	Chile
	Sexo	M	F	F	M	F	M
Segmentación demográfica	Edad	Aprox. 28	X	Aprox. 26	23 años	Aprox. 40	Aprox. 32
	Ocupación	Trabajador	X	Coach	X	Enfermera	Entrenador de gimnasio

ANEXO n°74 Ficha de registro de datos a la publicación 'Primaria de Springfield vs. Planta Nuclear' de la *fan page* de FOX Latinoamérica

BATALLA		#PrimariaDeSpringfield vs. #PlantaNuclear					
FAN PAGE		FOX LATINOAMÉRICA					
Segmentación geográfica	Lugar de origen o residencia	México	Costa Rica	México	México	Costa Rica	Costa Rica
	Sexo	F	F	M	F	F	F
Segmentación demográfica	Edad	Aprox. 26	Aprox. 40	Aprox. 25	Aprox. 25	Aprox. 33	Aprox. 28
	Ocupación	Coach	X	Estudiante y futbolista	Guía turístico	X	X

ANEXO n°75 Publicaciones anunciando las 18 batallas del especial televisivo 'Batalla Simpson'

