



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN COMERCIAL
Y DERECHO

TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACION SOCIAL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA: LOS MEMES Y SU INFLUENCIA EN LAS REDES
SOCIALES EN LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN SOCIAL DE SEXTO Y SÉPTIMO NIVEL DE LA
UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

Autores:

Srta. ZAMBRANO ZAMBRANO JOHANA ALEXANDRA

Srta. ESCOBAR SILVESTRE JOSELIN GEOMARA

Tutor:

Mgr.

ROSERO CONSTANTE LUIS ARTURO

Milagro, Octubre 2019
ECUADOR

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.
Fabricio Guevara Viejó, PhD.
RECTOR
Universidad Estatal de Milagro
Presente.

Yo, ZAMBRANO ZAMBRANO JOHANA ALEXANDRA en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la alternativa de Titulación – Proyecto de Investigación modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Proyecto de Investigación realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación LOS MEMES Y SU INFLUENCIA EN LAS REDES SOCIALES EN LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE SEXTO Y SÉPTIMO NIVEL DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de este Proyecto de Investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, 28 de octubre de 2019



ZAMBRANO ZAMBRANO JOHANA ALEXANDRA
Autor 1
C.I: 230016543-4

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.
Fabricio Guevara Viejó, PhD.
RECTOR
Universidad Estatal de Milagro
Presente.

Yo, ESCOBAR SILVESTRE JOSELIN GEOMARA en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la alternativa de Titulación – Proyecto de Investigación modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Proyecto de Investigación realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación LOS MEMES Y SU INFLUENCIA EN LAS REDES SOCIALES EN LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE SEXTO Y SÉPTIMO NIVEL DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de este Proyecto de Investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, 28 de octubre de 2019



ESCOBAR SILVESTRE JOSELIN GEOMARA
Autor 2
C.I: 092898504-3

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Yo, ROSERO CONSTANTE LUIS ARTURO en mi calidad de tutor del Proyecto de Investigación, elaborado por las estudiantes ZAMBRANO ZAMBRANO JOHANA ALEXANDRA y ESCOBAR SILVESTRE JOSELIN GEOMARA cuyo tema de trabajo de Titulación es LOS MEMES Y SU INFLUENCIA EN LAS REDES SOCIALES EN LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE SEXTO Y SÉPTIMO NIVEL DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO, que aporta a la Línea de Investigación DESARROLLO SOCIAL Y COMUNITARIO, SUB SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN: GESTIÓN, MEDIOS Y TECNOLOGÍA previo a la obtención del Grado LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION SOCIAL ; trabajo de titulación que consiste en una propuesta innovadora que contiene, como mínimo, una investigación exploratoria y diagnóstica, base conceptual, conclusiones y fuentes de consulta, considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo APRUEBO, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la alternativa de Proyecto de Investigación de la Universidad Estatal de Milagro.

Milagro, 28 de octubre de 2019



ROSERO CONSTANTE LUIS ARTURO
Tutor
C.I: 090966652-1

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Mgtr. ROSERO CONSTANTE LUIS ARTURO

Mgtr. MACIAS ARROYO FRANKLIN GREGORIO

Mgtr. HAZ MORA HECTOR HOMERO

Luego de realizar la revisión del Proyecto de Investigación, previo a la obtención del título (o grado académico) de LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION SOCIAL presentado por la estudiante ZAMBRANO ZAMBRANO JOHANA ALEXANDRA

Con el tema de trabajo de Titulación: LOS MEMES Y SU INFLUENCIA EN LAS REDES SOCIALES EN LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE SEXTO Y SÉPTIMO NIVEL DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO.

Otorga al presente Proyecto de Investigación, las siguientes calificaciones:

Estructura	[60]
Defensa oral	[40]
Total	[100]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) APROBADO


Fecha: 28 DE OCTUBRE DE 2019

Para constancia de lo actuado firman:

JOHANA ALEXANDRA
ZAMBRANO ZAMBRANO



Presidente
e ROSERO CONSTANTE LUIS
ARTURO



Secretario (a)
MACIAS ARROYO FRANKLIN
GREGORIO



Integrante
e HAZ MORA HECTOR
HOMERO



APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Mgtr. ROSERO CONSTANTE LUIS ARTURO

Mgtr. MACIAS ARROYO FRANKLIN GREGORIO

Mgtr. HAZ MORA HECTOR HOMERO

Luego de realizar la revisión del Proyecto de Investigación, previo a la obtención del título (o grado académico) de LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION SOCIAL presentado por la estudiante ESCOBAR SILVESTRE JOSELIN GEOMARA

Con el tema de trabajo de Titulación: LOS MEMES Y SU INFLUENCIA EN LAS REDES SOCIALES EN LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE SEXTO Y SÉPTIMO NIVEL DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO.



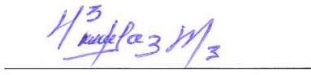
Otorga al presente Proyecto de Investigación, las siguientes calificaciones:

Estructura	[60]
Defensa oral	[40]
Total	[100]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) APROBADO

Fecha: 28 DE OCTUBRE DE 2019

Para constancia de lo actuado firman:

	JOSELIN GEOMARA ESCOBAR SILVESTRE	<hr/>
Presidente	ROSERO CONSTANTE LUIS ARTURO	
Secretario (a)	MACIAS ARROYO FRANKLIN GREGORIO	
Integrante	HAZ MORA HECTOR HOMERO	

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios quien permitió que hoy este cumpliendo una meta más, a mi padre José Zambrano quien siempre ha estado dándome los mejores consejos de vida para que nunca pierda mi esencia, a mi madre quien estuvo presente desde que empecé este camino, aunque hoy hace dos años que no esta se lo dedico con mucho amor porque sé que estaría feliz de verme cumpliendo mis objetivos de vida, a mis amigos, hermanos, abuelos, a mi esposo Máximo que me ha apoyado en estos cinco años incondicionalmente y en especial a mi pequeño hijo Eithan que será mi motor para luchar día a día.

JOHANA ZAMBRANO Z.

AGRADECIMIENTO

A Dios nuestro Señor por su gran amor que me ha dado las fuerzas día con día para salir adelante, en todas mis metas y especial en esta.

Mi gratitud a mis padres, hermanos, mi esposo, mi pequeño hijo por estar a mi lado.

Mi agradecimiento a mis líderes del trabajo, Cristian Quezada, Andrés Anzules, Jhony Zambrano, Isaac Bermúdez que de alguna u otra forma me apoyaron con los permisos requeridos para que yo pueda seguir con mis estudios, agradezco a mis amigas del trabajo Dorita, Deyanira, Jahaira, Tatiana, Deysi, Karen, Lilibeth, Angie y a mi amigo Ricardo por estar ahí siempre apoyándome.

A la UNEMI que me abrió sus puertas y confió en mí, dándome la oportunidad de acogerme en sus aulas.

A todos los profesores que colaboraron con un granito de arena en mis conocimientos.

A mis compañeras y compañeros que siempre están apoyándome.

De manera especial a nuestro Tutor Mgtr. Luis Rosero Constante que con su colaboración inmediata estuvo presto a ayudarnos en este trabajo, y en las aulas de clase cuando fue nuestro profesor.

A mi amiga Joselin Escobar por apoyarme en los buenos y malos momentos, gracias a todos por ser parte de mi vida.

JOHANA ZAMBRANO Z.

DEDICATORIA

A Dios por ser el motor principal en mi vida, por guiarme correctamente y permitirme culminar mi carrera.

A mis padres por ser consejeros de este triunfo, ya que sin su apoyo esto no hubiese sido posible.

A mis hermanos por estar siempre a mi lado, a mi hija porque es el motivo de seguir luchando, mi esposo por ser la persona que se mantuvo siempre conmigo.

A mi cuñada por brindarme más que su cariño y a mi amiga porque siempre confió en mí.

Los amo.

JOSELIN ESCOBAR S.

AGRADECIMIENTO

A Dios por estar siempre presente en mi vida en cada paso que he dado en el transcurso de mi carrera, por darme la fortaleza en todo momento, porque gracias a su infinito amor y misericordia logré culminar unas de mis metas más importantes de mi vida.

A mis padres, hija, hermanos, esposo y cuñada quienes siempre estuvieron alentándome permanentemente para no renunciar a mis estudios y poder ser una profesional, por el gran apoyo y confianza que me brindaron el cual estoy agradecida infinitamente.

A mis amigas en especial a Johana Zambrano quien siempre estuvo ahí conmigo en todo momento.

Gracias a todos ustedes por ser parte de mi vida y marcarla de una manera positiva.

JOSELIN ESCOBAR S.

ÍNDICE GENERAL

DERECHOS DE AUTOR.....	II
DERECHOS DE AUTOR.....	III
APROBACIÓN DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN ..	IV
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR.....	V
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR.....	VI
DEDICATORIA.....	VII
AGRADECIMIENTO.....	VIII
DEDICATORIA.....	IX
AGRADECIMIENTO.....	X
ÍNDICE GENERAL.....	XI
ÍNDICE DE FIGURAS	XVI
ÍNDICE DE TABLAS	XVII
RESUMEN.....	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCIÓN	3
CAPÍTULO I.....	5
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	5
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
1.1.1 Problematización.....	5
1.1.2 Delimitación del problema.....	8
1.1.3 Formulación del Problema	8
1.1.4 Sistematización del problema	9
1.1.5 Determinación del problema	9
1.2 OBJETIVOS.....	9
1.2.1 Objetivo General	9
1.2.2 Objetivos Específicos.....	9
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	10
CAPITULO II.....	16

2.1 MARCO TEÓRICO	16
2.1.1 Antecedentes Históricos.....	16
2.1.2 Antecedentes Referenciales	17
2.1.3 Fundamentación	23
2.2 MARCO LEGAL	24
2.3 MARCO CONCEPTUAL.....	25
2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES	26
2.4.1 Hipótesis General	26
2.4.2 Hipótesis particulares	27
2.4.3 Declaración de Variables	27
CAPÍTULO III	29
MARCO METODOLÓGICO	29
3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL	29
3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA	29
3.2.1 Características de la población.....	29
3.2.2 Delimitación de la población.....	30
3.2.3 Tipo de muestra.....	30
3.2.4 Tamaño de la muestra	30
3.2.5 Proceso de selección.....	30
3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS	31
3.3.1 Métodos teóricos	31
3.3.1.1 Analítico- sintético	31
3.3.1.2 Inductivo- deductivo	31
3.3.1.3 Métodos empíricos complementarios o técnicos de investigación	31
3.3.1.3.1 La Encuesta y La Entrevista.....	31
3.3.1.3.2 Técnicas e instrumentos	32
3.4 PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN	32
CAPÍTULO IV	33
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	33
4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	33

¿Señale el rango de su edad según los ítems correspondientes?.....	33
¿Te gustan los memes que se comparten en las redes sociales?	34
¿Has compartido en algún momento de tu vida un meme?.....	35
¿Qué red social utiliza para compartir memes?	36
¿Está usted de acuerdo que los memes son solo una imagen humorística?	36
¿Has dado me gusta, comentado o compartido un meme que haga burla de una persona (ejemplo: el meme de la vistima)?	37
¿Analizas el trasfondo de un meme antes de compartirlo?	38
¿Con que frecuencia compartes memes en tu red social?	39
¿Por qué comparte un meme?	40
¿Está usted de acuerdo que la difusión de memes permite una información resumida pero no completa de hechos trascendentes de una comunidad?.....	41
¿Está usted de acuerdo que la difusión de los memes en las redes sociales pueden cambiar la forma de pensar, comunicar, informar y entretener?	42
ENTREVISTA	44
¿Cómo explica usted el boom de los memes en las redes sociales?	44
¿Se le puede dar un buen uso a un meme a la hora de compartir en una red social?.....	44
¿Se debe tener medidas de seguridad a la hora de compartir un meme en las redes sociales?	44
¿Realmente puede mejorar la vida social compartiendo memes o puede empobrecerla?	44
¿Qué características debe tener un meme para que propicie el uso correcto sin afectar a nadie?.....	45
4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS	45
4.3 RESULTADOS	45
PREGUNTA N° 1.	45
PREGUNTA N° 2.	46
PREGUNTA N° 3.	46
PREGUNTA N° 4.	46
PREGUNTA N° 5.	46

PREGUNTA N° 6.	46
PREGUNTA N° 7.	46
PREGUNTA N° 8.	47
PREGUNTA N° 9.	47
PREGUNTA N° 10	47
PREGUNTA N° 11	47
4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.....	47
4.4.1 Hipótesis General	47
4.4.1.2 Verificación.....	48
CAPÍTULO V	49
PROPUESTA.....	49
5.1 TEMA	49
5.2 JUSTIFICACIÓN.....	49
5.3 FUNDAMENTACIÓN.....	49
5.4 OBJETIVOS	50
5.4.1 Objetivo general	50
5.4.2 Objetivo específico.....	50
5.5 UBICACIÓN	51
5.6 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	51
5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	51
5.7.1 Actividades.....	52
5.7.2 Recursos, análisis financiero.....	52
5.7.2.1 Recursos humanos.....	52
5.7.2.2 Recursos materiales.....	52
5.7.2.3 Recursos financieros	52
5.7.3 Impacto.....	52
5.7.4 Cronograma.....	53
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta	54
CAPÍTULO VI.....	55
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	55

CONCLUSIONES	55
RECOMENDACIONES	56
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	57
ANEXOS	60

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 meme Lady Tantra	11
Figura 2 la esposa infiel.....	12
Figura 3 Tantra	12
Figura 4 Infidel del año	12
Figura 5 Vistima.....	13
Figura 6 Meme de Elizabeth	13
Figura 7 Burla por acento.....	14
Figura 8 Remix de reggaetón	14
Figura 9 Ubicación UNEMI.....	51
Cudro 1 Declaración de variables	27
Cudro 2 Operacionalización de variables.....	28
Cudro 3 Cronograma	54
Foto evidencia 1 Realización de encuesta a estudiantes de sexto nivel de la carrera de Comunicación Social.....	75
Foto evidencia 2 Realización de encuesta a estudiantes	75
Foto evidencia 3 Realización de encuesta a estudiantes de séptimo nivel de la carrera de Comunicación Social.....	76
Foto evidencia 4 Encuesta a estudiantes	76
GRÁFICO 1 RANGO DE EDAD	33
GRÁFICO 2 MEMES ACEPTADOS Y COMPARTIDOS EN LA RED SOCIAL.....	34
GRÁFICO 3 MEMES COMPARTIDOS EN ALGÚN MOMENTO	35
GRÁFICO 4 RED SOCIAL MÁS UTILIZADA.....	36
GRÁFICO 5 MEMES IMÁGENES HUMORÍSTICAS	37
GRÁFICO 6 MEMES BURLESCOS.....	38
GRÁFICO 7 TRANSFONDO DE UN MEME.....	39
GRÁFICO 8 FRECUENCIA DE MEMES COMPARTIDOS EN LA RED SOCIAL	40
GRÁFICO 9 POR QUÉ SE COMPARTE UN MEME.....	41
GRÁFICO 10 DIFUSIÓN DE UN MEME	42
GRÁFICO 11 MEMES CAMBIAN LA FORMA DE PENSAR, COMUNICAR, INFORMAR Y ENTRETENER.....	43

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 RANGO DE EDAD	33
Tabla 2 MEMES ACEPTADOS Y COMPARTIDOS EN LA RED SOCIAL.....	34
TABLA 3 MEMES COMPARTIDOS EN ALGÚN MOMENTO	35
TABLA 4 RED SOCIAL MÁS UTILIZADA.....	36
TABLA 5 MEMES IMÁGENES HUMORÍSTICAS	37
TABLA 6 MEMES BURLESCOS.....	38
TABLA 7 TRANSFONDO DE UN MEME.....	39
TABLA 8 FRECUENCIA DE MEMES COMPARTIDOS EN LA RED SOCIAL.....	39
TABLA 9 POR QUÉ SE COMPARTE UN MEME	40
TABLA 10 DIFUSIÓN DE MEMES	41
TABLA 11 MEMES CAMBIAN LA FORMA DE PENSAR, COMUNICAR, INFORMAR Y ENTRETENER.....	43

LOS MEMES Y SU INFLUENCIA EN LAS REDES SOCIALES

RESUMEN

La siguiente investigación pretende analizar el uso que se está haciendo con el meme en las redes sociales y cuál es su influencia en esta, teniendo como objetivo diseñar una campaña comunicacional para alumnos de sexto y séptimo de Unemi. Metodología utilizada observación, análisis y síntesis, deductiva e inductiva. El instrumento utilizado la encuesta, misma que se realizó a 54 estudiantes de los dos cursos y entrevista a cuatro profesionales en Comunicación Social, Sociología, Psicología y Diseño gráfico. La investigación tuvo como resultado que la gran mayoría de los jóvenes no saben el significado del meme y las consecuencias de su difusión en las redes sociales.

Se establece que los memes y su influencia en la plataforma digital facilitan la interacción entre personas de manera inmediata y frecuente que influyen en la vida de los educandos de forma positiva y negativa, si estos memes no son compartidos de forma correcta.

PALABRAS CLAVE: Memes, Internet, Redes Sociales, Información, Caricatura.

THE MEMES AND ITS INFLUENCE ON SOCIAL NETWORKS

ABSTRACT

The following research aims to analyze the use that is being made with the meme in the social networks and what is its influence in this, with the objective of designing a communication campaign for sixth and seventh level students of Unemi. Methodology used observation, analysis and synthesis, deductive and inductive. The instrument used in the survey was 54 students of the two courses and interviews four professionals in Social Communication, Sociology, Psychology and Graphic Design. The result of the research was that the vast majority of young people do not know the meaning of meme and the consequences of its dissemination on social networks.

It is established that memes and their influence on the digital platform facilitate interaction between people immediately and frequently influencing the lives of learners positively and negatively, if these memes are not properly shared.

KEY WORDS: Memes, Internet, Social Networks, Information, Cartoon.

INTRODUCCIÓN

La invención de los distintos medios fueron indispensable para que llegara esta nueva forma de comunicación que permite mantener conectados a miles de personas.

Los memes son las nuevas formas de comunicarnos a través de imágenes, son parte de nuestra vida y son aplicables a muchos momentos del diario vivir. De alguna forma, sirven para representar o compartir situaciones cotidianas de una forma más humorística pero no debemos olvidar que también promueve el “ciberbullying”.

En la actualidad el meme tiene una característica muy clara en la que las personas se comunican a través del meme, pensamientos o ideas cortas y precisas, estas pueden ser sacadas ya sea de una película, una canción, un poema, o simplemente de alguien que diga algo y sirva para sacar unas cuantas risas o poner de mal humor al protagonista del meme.

Los memes no son solo memes, si no que se están aprovechando de este término para hacer burla, satírica hacia alguien, puesto que son grandes replicadores que pueden permanecer por siempre en la red social.

El autor de la obra el gen egoísta Richard Dawkins, menciona que nuestra cultura depende de la información acumulada para ser replicada.

Según Blackmore, somos memes porque el ser humano es una máquina de los memes, debido a que el hombre se enfrenta a su propia naturaleza, a la conciencia, a sus emociones, a lo que siente, sus recuerdos, creencias y decisiones.

Los memes vinieron a cambiar nuestra forma de comunicar, están para quedarse en nuestras vidas y es por ello, que es necesario saber que es en realidad un meme en nuestras vidas.

En base a esta problemática se tiene como objetivo de investigación diseñar una campaña comunicacional, teniendo como objetivo específico caracterizar lo que significa

un meme como estrategia comunicativa a partir de las nuevas tecnologías, determinando la influencia del meme como forma de comunicación en los jóvenes universitarios.

La propuesta de este proyecto, consiste en realizar una campaña comunicacional, donde se cuente con cuatro expertos profesionales en Comunicación, Sociología, Diseño Gráfico y Psicología. Además de colocar distintos mensajes de que es verdaderamente un meme y que puede traer consigo su uso incorrecto de este, en distintos puntos de la UNEMI.

Se aplica una metodología de carácter documental, por el proceso de registros documentales, libros, así como la recuperación de trabajos, sean artículos o investigaciones. Se considera también una investigación aplicada, debido a su propósito de aplicar conocimientos acerca de los memes para lograr un interés.

El tipo de investigación y el enfoque que se le da, es cualitativa por el empleo de encuestas y entrevistas que se realiza para una verificación de los hechos que se pretenden analizar.

También se considera explicativa porque se encarga de establecer las causas que traen consigo.

El diseño del estudio es descriptivo, consiste en describir hechos y comportamientos de un individuo.

La muestra utilizada es no probabilística porque la cantidad de estudiantes que serán evaluados para la muestra planteada es menor a 100. El volumen de la muestra es de 54 alumnos, 100% de la población.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

Ante la llegada del internet, la tipografía, la telefonía, las distintas telecomunicaciones, fueron indispensables para que llegara esta nueva forma de comunicación que permite mantener conectados a miles de personas que aun estando en sus labores puedan tener una forma más fácil de relacionarse por la plataforma de internet.

El internet, además de ser un gran invento para las personas y el cual vino a revolucionar la vida de todos, también se ha convertido en un detractor que no tiene límites con el uso indebido que le dan muchas personas. Y es que esta red nos permite compartir cualquier tipo de imagen, noticia, mensaje, video, y uno de los términos que más ha sonado los últimos tiempos son los “memes”, que son imágenes, frases, videos, gifs los cuales son transformados de una forma humorística para hacer burla del acontecer diario.

La primera vez que se utilizó la palabra meme fue en el tratado “El gen egoísta” Richard Dawkins (1976), quien nos habla de dos grandes replicadores, los genes y memes. Los genes son replicadores, que hacen copias precisas que podrán durar a través de la evolución en el tiempo del ser humano y los memes se propagan a través de la cultura, teniendo claro que “cultura” pueden ser conocimientos, arte, creencias, la ley, la moral, costumbres y todo lo que tiene que ver con hábitos y costumbres del ser humano.

Es ahí que los memes pueden permanecer intactos en la red social, aun siendo olvidados.

Los memes son parte de nuestra vida y son aplicables a muchos momentos del diario vivir. De alguna forma, sirven para representar o compartir situaciones cotidianas de una forma más humorística pero no debemos olvidar que también promueve el “ciberbullying” discriminación que sufre una persona o varios por las distintas plataformas de la web.

“Constituye un acto de ciberbullying, cuando el acoso es sostenido en forma reiterada y deliberada y cuando tiene la clara intención de producir daño a otro a través de la difusión de información, textos, fotos o videos difamatorios y discriminatorios” (Abc Educación, 2017). Debido que muchas de las imágenes son acontecimientos que les han ocurrido a personas, las cuales son modificadas en forma de burla. Otro problema que causan estas imágenes, videos, o gif son que pueden llevarnos a la cárcel si alguien decide demandarnos por faltar a su integridad tal como lo estipula el Artículo ciento setenta y ocho del Código Orgánico Integral Penal (COIP).

Actualmente el meme tiene una característica muy clara en la que las personas se comunican a través del meme, pensamientos o ideas cortas y precisas, estas pueden ser sacadas ya sea de una película, una canción, un poema, o simplemente de alguien que diga algo y sirva para sacar unas cuantas risas o poner de mal humor al protagonista del meme.

El meme al ser una herramienta muy utilizada en la plataforma de internet utiliza varios elementos para su creación como: cultura, crítica, satírica, humor, emitiendo mensajes siempre de actualidad al contar con ingeniosidad y al generar un gran impacto al instante de difundirse en las redes sociales.

En Ecuador existen varias páginas de memes, unas se dedican netamente hacer burla de la política y otras páginas simplemente a compartir hechos que ocurren en el diario vivir.

Un claro ejemplo de las páginas que tienen mayores seguidores que hacen burla de la política es Crudo Ecuador. Otra página que tiene gran aceptación por su entretenimiento es Guayaco hasta las huevas. En la ciudad de Milagro también podemos encontrar páginas que se dedican a la publicación de memes como: Memes del Milagro y Confesiones Unemi que en su mayor parte realiza memes de los acontecimientos de la Universidad de Milagro, teniendo una gran aceptación por parte de los estudiantes.

La página Crudo Ecuador cuenta con 732.913 seguidores, y se destaca por realizar publicaciones de memes atacando al ex gobierno de Rafael Correa, ocasionando una gran controversia entre simpatizantes del gobierno. Esta página puede llegar a generar más de 4.000 reproducciones en horas, así como comentarios a favor o en contra de las publicaciones.

Guayaco hasta las huevas es una página de memes que fue creada con el fin de entretener a la sociedad, realizando publicaciones de distintos acontecimientos diarios, la misma cuenta con 8.100 seguidores los mismo que viralizan el contenido más de 25.000 veces y haciendo una retroalimentación de miles de comentarios a las horas de su publicación.

La página de Confesiones Unemi tiene 63.695 seguidores sus publicaciones o memes son hechos en base al entorno universitario y de acontecer local, la mayor parte de seguidores de esta página son estudiantes de la Universidad Estatal de Milagro. En la fan page las personas pueden enviar confesiones sea de amor o de lo que está ocurriendo, la mayor parte de las confesiones estudiantiles son anónimas.

Memes del Milagro, es una fan page que cuenta con 9.963 seguidores, su contenido es variado, sea del acontecer diario o publicaciones de burla, cuenta con más de mil reproducciones al instante de su publicación.

En la actualidad existen memes que han afectado a más de una persona que han pedido que pare estas publicaciones, pero como parar algo que hemos convertido parte de nuestras vidas, la burla.

Es así, como la burla puede traer consigo daños a la integridad y problemas emocionales, claro que no todos los memes son malos, también hay muchos que ayudan a estar informados sobre lo que está ocurriendo en el día a día.

La siguiente investigación pretende analizar el uso que se está haciendo con el meme, ya que no solo es una simple publicación con imágenes y frases, sino que puede ir más allá, debido que es una divulgación del acontecer diario en forma humorística que puede ser aceptable hasta el momento que se tente con la susceptibilidad de los demás, aun mas cuando alguien sea tomado para burla y convertirse en meme sin poder hacer nada hasta su viralización. Puede que para unos, sea solo entretenimiento, pero para otros puede ser desagradable, y que mejor solución que sea utilizado y compartido de una forma responsable.

1.1.2 Delimitación del problema

La indagación se realizó a los estudiantes de sexto y séptimo nivel de la carrera Comunicación Social de la Universidad Estatal de Milagro, cantón Milagro, provincia del Guayas.

1.1.3 Formulación del Problema

¿Qué influencia tienen los memes en las redes sociales, determinando los aspectos positivos y negativos que estos conllevan en su publicación en los estudiantes de la Universidad Estatal de Milagro?

1.1.4 Sistematización del problema

¿La utilización de los memes es una nueva forma de comunicar, informar y entretener?

¿Los memes afectan la intimidad de una persona y ocasionaría problemas emocionales?

¿Qué grado de aceptación tienen los memes entre los estudiantes universitarios?

1.1.5 Determinación del problema

Los memes y su influencia en las redes sociales.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

Diseñar una campaña comunicacional para los estudiantes de la Universidad Estatal de Milagro, sobre los memes que no dañan la integridad y la susceptibilidad de una persona a uno que si lo puede hacer.

1.2.2 Objetivos Específicos

1. Caracterizar lo que significa un meme como estrategia comunicativa a partir de las nuevas tecnologías.
2. Determinar la influencia del meme como forma de comunicación en los jóvenes universitarios
3. Proponer una campaña comunicacional.

1.3 JUSTIFICACIÓN

Los argumentos que demuestran la ejecución del proyecto están relacionados con la concienciación que se debe tener hoy en día con el uso que le estamos dando a las redes.

El meme, es utilizado en la red social por miles de internautas que comparten esta imagen humorística y en la gran mayoría son satíricos los cuales no son bien aceptados por algunos usuarios.

El meme se ha convertido en el boom de la red social gracias a la gran popularidad que ha obtenido en pleno siglo XXI por su rápida viralidad al publicarse ya sea en imagen, video, gif en internet sobre los aconteceres diarios que de alguna u otra forma terminan informándonos y entreteniéndonos.

Los memes nos están llevando a una nueva forma de comunicación en la que se está perdiendo el habla, la escritura, por imágenes, y es que hoy en día la mayor parte de la población se comunica a través de imágenes.

La transcendencia de los memes es evidente en los últimos años, muchos de ellos sobreviven en la red social por su atractivo, siendo compartidos con mayor frecuencia. Pero la gran mayoría se extingue en semanas, aunque perdurara en algún disco duro o sitio red, y el cual será rescatado en unos años como un gen almacenado.

Hoy día los jóvenes están tomando una deliberada vida “social” donde compartir el meme con mayor aceptación y viralidad, es la sensación del momento, sin importa que hay detrás de este, es así que hemos notado que el meme tiene una gran influencia en los internautas, ya sea que estos estén relacionados con temas de marketing y publicidad, con la política, religión, cultura, que en muchos de los casos son burlescos perjudicando al protagonista de este. Y es que no simplemente es un meme, sino que al ser subido a la plataforma de internet perdurara por años como los genes.

Nuestra investigación tiene como fin demostrar que el meme no es simplemente eso, sino que va más allá de nuestra cultura, es así que pretendemos realizar una concienciación en los jóvenes sobre un meme que puede aportar, entretener, y uno que puede dañar la integridad, susceptibilidad, y porque no, causar daños emocionales a la persona que está siendo tomada de burla.

En el año 2017, un hombre de la ciudad de Quito hizo un video en directo al encontrar a su esposa saliendo de un motel con su amante, el video se viralizo inmediatamente obteniendo miles de reproducciones y comentarios negativos por la infidelidad por parte de su mujer, sin contar los distintos memes que se le hicieron, dañando su integridad públicamente. Aunque ya han pasado dos años “Lady Tantra” llamada así por el nombre del motel, le quedara para siempre la amarga exhibición pública que tuvo en las redes sociales.



Figura 1 meme Lady Tantra
Fuente: vidamoderna.com



Figura 2 la esposa infiel
Fuente: vidamoderna.com



Figura 3 Tantra
Fuente: upsocl.com



Figura 4 Infiel del año
Fuente: elyex.com

Otro caso que ocurrió recientemente fue el de la “Vistima”, Elizabeth Ogaz tras dar una entrevista en televisión en Chile pronuncio mal la palabra “victima” por problemas de dentadura y fue punto blanco para que se desataran miles de memes e inclusive hasta un remix de reggaetón se le hizo. Para ella esto es un verdadero calvario puesto que sufre constantes buras en las calles.

En una entrevista para el Diario El Observador, Elizabeth dijo “Esto para mí no es ninguna gracia. Yo tengo un problema en mi dentadura y pronuncio mal muchas palabras”. “Ahí va la vística, la famosa... Yo pronuncié mal la palabra y la gente se burló de mí, incluso sacaron un reggaetón. Cuando voy caminando me cantan la canción. Esas palabras me dolieron mucho”.



Figura 5 Vistima
Fuente: erixos.mx

Elizabeth Ogaz, la mujer del video del “vística” sufre constante bullying tras el desafortunado video que la lanzó a la fama. Se ha tenido que encerrar en su casa, solo acompañada de sus hijos Vístor y Héstor.



Figura 6 Meme de Elizabeth
Fuente: erixos.mx



Figura 7 Burla por acento
Fuente: erixos.mx



Figura 8 Remix de reggaetón
Fuente: erixos.mx

Esto solo es un ejemplo de los miles de memes que se les han hecho a muchas personas que se han sentido afectadas de alguna u otra manera por estos replicadores.

La utilización y publicación indebida puede ocasionar daños de integridad para quien aparece en dicho meme, pero también en muchos casos puede contraerle problemas al actor material e intelectual del meme por su divulgación, ya sean problemas legales, amenazas o persecución.

Esta investigación está dirigida a los jóvenes quienes son los que más utilizan la red social la cual ha transformado la forma de comunicarse a través imágenes, por lo cual

hemos propuesto una campaña comunicacional donde se explique que un meme no es solo un meme, sino que puede ser también un detractor social para quienes se sientan identificados, por tal motivo realizaremos un muestreo con los jóvenes ya mencionados, sobre cuáles son los memes que se pueden compartir sin perjudicar a nadie.

CAPITULO II

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes Históricos

El meme y su predominio en las redes sociales actualmente, es gracias a la llegada del internet en los sesenta, en diciembre 1969 cuando se daba la guerra fría, debido a que el Departamento de Defensa Americano, se da cuenta que su sistema era vulnerable lo que podría significar quedar aislados de un ataque militar.

Es así que decidieron estimular las redes mediante becas y ayuda de diferentes universidades y empresas públicas.

El estudio se denominó más tarde ARPAnet, la cual tenía como objetivo principal hacer llegar la información aun estando la red dañada.

Con el pasar de los años ARPAnet, pasó a ser red de redes, permitiendo que internet nos mantenga informados unos a otros. Desde ese entonces en el ámbito de la comunicación digital se ha desarrollado un enorme potencial para que cualquier contenido se extienda rápidamente, llegando a convertirse casi en un fenómeno viral. El término “viral” es un adjetivo que proviene de la palabra virus, que se difunde con gran rapidez en las redes sociales a través de internet. (Real Academia Española, 2019).

La sociedad, desde la invención del internet ha sufrido grandes cambios en la forma de comunicarse, debido a la rapidez en la que nos envuelve este, el mismo que permite alcanzar independización a la hora de comunicarse, ya sea en estudios, trabajo, economía, cultura, beneficiándonos así con el efecto regenerativo.

Uno de los efectos que ha sufrido la sociedad, es con los llamados “memes” los mismos que están influyendo hoy en día en las redes sociales, pero antes debemos saber

que el término “meme” tiene su origen en el año 1976 cuando el “etólogo, zoólogo, biólogo evolutivo y divulgador científico británico Clinton Richard Dawkins” escribió el libro “El gen egoísta”, acuñando por primera vez la palabra meme en su obra, donde señala la semejanza con memoria y mimesis. Este autor lo define como "unidad de transmisión cultural o unidad de imitación". Dawkins (1976) considera a los memes “tonadas o sonos, ideas, consignas, modas en cuanto a vestimenta, formas de fabricar vasijas o de construir arcos. De la misma manera que los genes se propagan de un cuerpo a otro mediante los espermatozoides o los óvulos, lo mismo ocurre con los memes al saltar de un cerebro a otro mediante un proceso que, considerado en su sentido más amplio, puede llamarse de imitación”.

Dawkins, considera “el ADN como información, la información cultural de una nación podría tener algo parecido a lo que propuso, que serían los memes” (Dawkins, 1976). El término 'meme' proviene de la palabra griega 'mimema' que significa "algo que se imita", comúnmente pueden aparecer en imágenes, videos, gifs, páginas web, hashtag, o puede ser una palabra o frase. Es allí que los memes tienen un gran impacto en el hombre ya sea de la forma como este reciba el mensaje.

Según Dawkins, la cultura es un ente que guarda información al igual que un gen, y es ahí que los memes se consideran como la unidad de transmisión cultural o imitación.

Hamster Dancing, y All Your Base Are Belong To Us, hacen referencia a la llegada del año 2000, considerados los primeros memes de la historia.

2.1.2 Antecedentes Referenciales

El progreso de las tecnologías, en la última década desde la invención del internet en 1969 es notable, y uno de los puntos a destacar son los “memes” considerados

artefactos culturales, puesto que pueden cambiar nuestra forma de actuar o pensar al estar en directa participación con la sociedad.

Los distintos memes contienen diversas temáticas relacionadas con el acontecer diario sea, la cultura, economía, costumbres, estereotipos sociales, patrones de conducta, la política, entre otros.

Los estudios de los memes en internet, tomados como formas de expresión o modelos de comunicación alternativos se han realizado a nivel internacional como nacional.

A nivel internacional:

La investigación de Quiceno y Castro (2018) analiza Ciberlocuciones, Bullying y redes sociales entre jóvenes de educación media en Bogotá, esto se analiza por una situación de ciberagresión en un colegio de Bogotá, donde se identificó mensajes discriminatorios en las redes sociales, enmascaradas bajo fragmentos humorísticos, además de analizar suplantación de identidad en internet para realizar publicaciones con contenidos íntimos y discriminatorios.

Semiótica de la propagabilidad: un enfoque sistemático de las imágenes virales a través de Internet por Marino (2018). El documento propone un enfoque semiótico de los memes de Internet, un campo discursivo que, aunque representa una forma clave y creciente de alfabetismo, ha sido hasta ahora ignorado, en gran parte, por la semiótica.

Desde principios de la década del 2000, el «meme de Internet» se ha referido a una amplia gama de piezas mediáticas, compartidas culturalmente, que circulan en Internet, como frases pegajosas, imágenes con leyendas divertidas y los denominados videos virales.

La era digital como desafío. Estamos en un mundo que cada día llega más lejos con las tecnologías. Pero del todo no es bueno. Estamos en una gran controversia debido

a que estamos utilizando más imágenes y menos palabras. El uso de los distintos emojis, gifs, memes, ya se han hecho costumbre al momento de comunicarnos. La gente está componiendo sus conversaciones en la red social con imágenes, selfies, memes, emojis, vídeos, entre otros. Así es como Internet nos está formando una cultura virtual.

“Una de las razones son los dispositivos móviles y la velocidad dentro de las redes. Ambas, permiten que la comunicación digital crezca a pasos agigantados” (Galarza, 2017).

(Arango, 2015) Propone una investigación sobre el acercamiento “al fenómeno de los memes en Internet: claves para su comprensión y su posible integración pedagógica donde realiza un estudio exploratorio de los memes en la cultura digital”. Los distintos memes constituyen el cambio de destrezas y culturas.

“El meme en internet es abordado como un conjunto de signos, que son empleados como un recurso expresivo en foros de discusión y los espacios dados por las herramientas para la administración de redes sociales” (Salazar, Edwards, & Guillermo, 2014).

A nivel nacional:

El estudio realizado por Beltrán (2019), se ubica al desarrollo del Internet, el avance de nuevos procesos de información y comunicación. El objetivo primordial de este trabajo fue estudiar los mensajes políticos convertidos en memes por Facebook. En la indagación se manejó el método exploratorio, cualitativo, cuantitativo, con una muestra de 410 usuarios. Los resultados obtenidos mostraron que los memes posteados en Facebook si influyeron y persuadieron a los ciudadanos.

La siguiente investigación realizada por Vanegas (2018) sobre ¿Cómo se presentan los memes de internet sobre contenidos en Facebook de la marca Tambo, 2018? En dicha investigación se monopolizó la observación, y como herramienta la ficha de análisis, la ratificación de especialistas fue del 91%. Finalmente se concluyó que la marca

realizó una buena estrategia de contenido utilizando memes de internet, puesto que mediante ellos logró que sus mensajes se difundan rápidamente.

El estudio realizado por Ochoa (2018) cuyo tema de la caricatura al meme: las nuevas formas visuales de generar opinión a través del humor pretenden explorar más sobre una posible nueva forma de generar opinión; la idea es medir el impacto del mensaje comparándolo con caricaturas políticas publicadas en el mismo periodo, es decir busca comparar el uso del humor entre caricaturas políticas y memes compartidos en el contexto electoral ecuatoriano. Partiendo de la idea de que la interacción generada en redes y basada en el compartir memes es una forma alterna de seguir un acontecimiento coyuntural.

Tomando como objetos de estudios a productos que respondan a situaciones generadas durante el proceso electoral 2017 en Ecuador para comprender las similitudes y diferencias compositivas, comunicacionales y funcionales entre ambas piezas producidas y difundidas durante este periodo.

Por otro lado, en la investigación de Andrade y Romero (2016) la cual tuvo como objetivo analizar el contenido del discurso en los memes políticos que se utilizaron durante el proceso electoral para la alcaldía de Quito en el año 2014, en caso Crudo Ecuador, como discurso humorístico de una realidad social. El cual parte de la necesidad de conocer cómo se ha realizado la investigación de la comunicación de los memes políticos en Facebook, y para ello se busca comprender qué se ha dicho en el país de este fenómeno, específicamente en la ciudad de Quito, realizando un diagnóstico completo en base a un estudio inductivo, delimitado, concreto e interpretativo con herramientas como entrevistas a profundidad a personas relacionadas con la caricatura, los nuevos espacios públicos y el humor político que proporcionaron información de cómo es recibida la

imagen, lo que representa en el ámbito social y permite explorar, descubrir y generar perspectivas teóricas acerca del tema.

“La era de la información resulto ser la era de la emoción y el contagio descontrolado de ideas. Además de los medios publicistas, empresas, políticos, famosos o activistas luchan por sembrar sus memes (ideas contagiosas) porque conseguir un éxito viral es hoy la única forma de alzar la voz en el ruido informativo global. A esta situación la he llamado Memecracia” Rodríguez (2013).

Los memes no son de ahora sino ya han existido desde hace años atrás, ya sea líneas horizontales, verticales o cualquier dibujo los antepasados trataban de expresar lo que pensaban. Ahora los memes han ido evolucionando y con la tecnología que cada día va avanzando se hace más fácil transmitir la información.

Según Villar (2014) es importante estudiar cada característica de los memes debido a que se dan conforme acontecen los hechos. Los memes se han vuelto un fenómeno global, con el propósito de difundir imágenes en la cual expresen sentimientos, enojo de una forma cómica. El no saber que un meme puede afectar la integridad de la persona esto lleva a traer problemas con las demás ya que no dan un buen uso de la tecnología (Villar, 2014).

Por lo general la inmediatez que tienen los memes alcanza niveles altos por lo que las campañas publicitarias y políticas han motivado a querer publicar su contenido esperando resultados buenos.

Teorías sobre los memes

Existen varias teorías sobre los memes, donde nos explican su significado y su influencia en internet y como hoy en día han acaparado gran popularidad. Los memes tienen un poder de atracción que hacen que las personas rápidamente los viralicen. Los

memes son impacto en la comunicación entre personas. Existen un sinnúmero de páginas de memes que han ido logrando una cultura memética en las redes sociales.

Dawkins, dice que nuestra naturaleza se compone de información genética, al igual que nuestra cultura se constituye por información acumulada la cual es imitada por otros.

Varios dramaturgos mencionan una idea y han propuesto diferentes terminologías a esta unidad de información.

“Los memes, como los genes, son replicantes empeñados en introducirse en tantos cerebros como puedan y en iniciar una competición que da forma a nuestra mente y a nuestra cultura, del mismo modo en que la selección natural ha diseñado nuestros cuerpos” (Blackmore, 2000).

Según Blackmore, somos memes, porque el ser humano es una máquina de los memes, debido a que el hombre se enfrenta a su propia naturaleza, a la conciencia, a sus emociones, a lo que siente, sus recuerdos, creencias y decisiones. Sostiene que, es un espejismo del razonamiento creado por un meme.

Dennett en el libro “Breaking the Spell. Religión as a Natural Phenomenon”, expone que la religión es un meme por su forma de replicarse. Ambos escritores hablan de la religión como algo que se replica, llevando una estructura memética.

(Csikszentmihalyi, 1998) En su libro *Creatividad el flow* y la psicología “son los memes, lo que una persona creativa cambia; y si un número suficiente de las personas pertinentes consideran el cambio una mejora, éste pasará a formar parte de la cultura”.

(Martinez, 2018) Los memes se viralizan más rápido por la inmediatez del internet por ser un medio en el cual se puede transmitir imágenes, videos cualquier tipo de cosas, primero lo seleccionan los editan y lo comparten. Gracias a la velocidad del

internet estos memes pueden ser viralizados con mayor facilidad y se pueden difundir masivamente

“La preocupación del fenómeno del meme es relativamente reciente, investigadores han estudiado los memes, lo han hecho a partir de la memética, los memes son creados, encontrados y compartidos por usuarios de internet que usualmente pertenecen a comunidades online” (García, 2014).

Carl Chen, (2012), “sostiene que debido a los mecanismos de la tecnología digital y de Internet, los memes son considerados ahora como partes o elementos muy contagiosos y comúnmente humorísticos de la cultura digital o de Internet” (García, 2014).

De esta forma lo ideal de un meme es el significado y como lo interpreta la persona que lo lee, así cada vez se hace más importante en internet y se hace más exitoso para que pueda seguir agarrando fuerza y no pierda la popularidad.

2.1.3 Fundamentación

El meme constituye una problemática actual de libre pensar, donde las opiniones son de forma parcial y racional las cuales se dan a conocer de una forma espontánea, es decir que como actores sociales, no, nos estamos dando cuenta de las limitaciones que se deben tomar, para no terminar afectando a otros.

El meme rebasa todas estas restricciones y limitaciones, debido a que es considerado una nueva forma de expresión y comunicación de una forma humorística para llegar al público. Este fenómeno ha tomado con los años gran importancia en el Ecuador, pero debemos tomar en cuenta que no siempre será algo divertido para quienes son tomados como burlas.

2.2 MARCO LEGAL

La base constitucional del Estado Ecuatoriano (2008) dice en el Título séptimo del régimen del buen vivir en la sección de comunicación social que:

Art. 384.- El sistema de comunicación social asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana. El sistema se conformará por las instituciones y actores de carácter público, las políticas y la normativa; y los actores privados, ciudadanos y comunitarios que se integren voluntariamente a él. El Estado formulará la política pública de comunicación, con respeto irrestricto de la libertad de expresión y de los derechos de la comunicación consagrados en la Constitución y los instrumentos internacionales de derechos humanos. La ley definirá su organización, funcionamiento y las formas de participación ciudadana. (Asamblea Nacional, 2008).

EL Código Orgánico Integral Penal (COIP), sección sexta Delitos contra el derecho a la intimidad personal y familiar dice que:

Art 178.- Violación a la intimidad. - La persona que, sin contar con el consentimiento o la autorización legal, acceda, intercepte, examine, retenga, grabe, reproduzca, difunda o publique datos personales, mensajes de datos, voz, audio y vídeo, objetos postales, información contenida en soportes informáticos, comunicaciones privadas o reservadas de otra persona por cualquier medio, será sancionada con pena privativa de libertad de uno a tres años.

No son aplicables estas normas para la persona que divulgue grabaciones de audio y vídeo en las que interviene personalmente, ni cuando se trata de información pública de acuerdo con lo previsto en la ley. (Código Orgánico Penal COIP, 2014)

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Memes: Texto, imagen, video, gifs que se difunde en la red social a miles de internautas, los memes son conocidos por ser humorísticos y en muchos casos satíricos, reflejando en muchos casos el acontecer diario.

Internet: Red informática que permite mantenernos comunicados por medio de una red.

Retorica: es el arte de embellecer la expresión de conceptos, palabras, frases, poemas con el fin de causar deleite, convencer y conmover.

Subculturas: Parte de una cultura que tiene ciertos rasgos propios de la cultura, como el idioma, costumbres, creencias, religión, esta subcultura se origina en grupos pequeños.

Bulos: Noticia falsa propagada con algún fin.

Información: es cualquier acontecer que ocurra en el diario vivir, el cual puede ser conocido por su publicación.

Caricatura puede ser una pintura o dibujo que se le hace a una persona, cosa, animal o a los distintos paisajes naturales en una forma grotesca y ridícula, transformando sus verdaderos rasgos.

Política: es la actividad de gobernar un estado, nación o país.

Difundir: Hacer que una noticia, una costumbre o una doctrina sea conocida o aceptada por más personas

Inmediatez: Circunstancia de estar dos cosas contiguas en el espacio o en el tiempo

Terminología: es una recopilación, descripción, y presentación de términos especializados.

Creatividad: Facultad o capacidad de hacer o crear una cosa con originalidad

Trayectoria: evolución de una persona o grupo en el desarrollo de sus actividades

Carisma: es la cualidad o capacidad que tiene un individuo para agradar, motivar a alguien más.

Genealogía: Conjunto de los ascendientes de una persona.

Nodos: puntos principales de intersección de una red informática que sirve para su unión de elementos que convergen el mismo lugar.

Ilustrar: Dar cultura a una persona.

Replicar: Hablar una persona contra lo que se ha dicho con anterioridad

Cuantitativos: Que tiene relación con la cantidad

Cualitativos: Que denota cualidad

Evolución: Cambio o transformación gradual de persona, animal o cosa.

Afinidad: Relación de semejanza o similitud entre personas o cosas.

Deficiencias: Defecto o imperfección de una cosa

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

Difusión de memes permite una información resumida pero no completa de hechos trascendentes de una comunidad.

2.4.2 Hipótesis particulares

- La difusión de los memes en redes sociales cambiaría la forma de comunicar, informar y entretener
- En los memes se debe considerar el respeto a las personas para evitar invasión a la intimidad y problemas emocionales.
- El grado de aceptación que tienen los memes entre los estudiantes universitarios genera un cambio en el comportamiento social.

2.4.3 Declaración de Variables

VARIABLE DEPENDIENTE (H.G)	VARIABLE INDEPENDIENTE
Difusión de memes	Información resumida pero no completa de hechos
VARIABLES DEPENDIENTES (H.P)	VARIABLES INDEPENDIENTES
Difusión del meme en la red social	Cambiaría la forma de comunicar, informar y entretener.
El meme se debe considerar el respeto a las personas.	Evitar invasión a la intimidad y problemas emocionales.
El grado de aceptación que tienen los memes entre los estudiantes universitarios	Un cambio en el comportamiento social

Cudro 1 Declaración de variables

2.4.4 Operacionalización de variables

Variables	Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems o Preguntas	Técnica e Instrumento
Independiente: Información resumida pero no completa de hechos	La difusión de los memes en redes sociales cambiaría la forma de comunicar, informar y entretener	Básica	Activar los conocimientos previos	¿Qué influencia tienen los memes en las redes sociales, determinando los aspectos positivos y negativos que	Encuesta, entrevista
Dependiente: Difusión de memes	En los memes se debe considerar el respeto a las personas para evitar invasión a la intimidad y problemas emocionales.	Interpretación	Reconocer significados: explícitos, implícitos y complementarios.	estos conllevan en su publicación en los estudiantes de sexto y séptimo de Comunicación del alma mater Unemi?	Encuesta, entrevista

Cudro 2 Operacionalización de variables

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL

La exploración realizada fue de carácter documental, debido a que se realizó un la búsqueda de distintas investigaciones realizadas, generando así nuevos conocimientos. (Arias, 2012, p.27).

Se considera también una investigación aplicada, debido a su propósito de aplicar conocimientos acerca de los memes para lograr un interés. Se fundamenta en la investigación aplicada, porque a través de esta investigación se la aplica a estudiantes de sexto y séptimo de Comunicación, sobre el meme y de cómo influye este hoy en día.

El enfoque que se le da es cualitativa, debido a que estudia la realidad en su contexto natural, recolectando datos que permitan analizar el comportamiento de un individuo.

También se considera explicativa al estudiar profundamente el problema, saber su causa y su efecto para llegar así a los resultados y conclusiones de una manera más profunda.

Es descriptivo porque se describe a la población o fenómeno a estudiar.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la población

Está compuesta por 54 estudiantes con edades aproximadas de 22 a 40 años del sexto y séptimo de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Milagro. En sexto

nivel hay treinta y siete estudiantes y en séptimo diecisiete. Estos alumnos son provenientes de distintas ciudades del Ecuador, por ejemplo, de Guayaquil, Durán, Naranjito, Simón Bolívar, entre otras

3.2.2 Delimitación de la población

Esta limitada única y exclusivamente a los 54 estudiantes del Sexto y Séptimo de la Facultad Ciencias Sociales, Educación Comercial y Derecho.

3.2.3 Tipo de muestra

La investigación es no probabilística porque la cantidad de estudiantes que serán evaluados para la muestra planteada es menor a 100.

3.2.4 Tamaño de la muestra

Es de 54 alumnos el 100% de la población.

3.2.5 Proceso de selección

En esta investigación el muestreo de la población es no probabilístico por conveniencia, debido a la selección de los dos cursos que fueron elegidos por facilidad y disponibilidad de la muestra y debido al tiempo limitado de la investigación.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

3.3.1 Métodos teóricos

3.3.1.1 Analítico- sintético

El método analítico es un desarrollo cognoscitivo, que radica en la desintegración del fenómeno para conocer su causa y sus consecuencias.

El método sintético es un proceso de razonamiento donde se construye todo lo investigado, es decir se trata de un resumen metodológico y breve. En conclusión, la síntesis es una táctica que tiene como objetivo la comprensión de algo que ya conocemos.

3.3.1.2 Inductivo- deductivo

El método inductivo esgrime el raciocinio para llegar a las conclusiones que parten de los sucesos, donde se empieza con un estudio propio de los hechos para después formular conclusiones.

El método deductivo toma las conclusiones generales para explicarlas particularmente, es decir, parte de lo complejo a lo simple permite observar más de cerca el objetivo de estudio desde la problemática general.

3.3.1.3 Métodos empíricos complementarios o técnicos de investigación

3.3.1.3.1 La Encuesta y La Entrevista

La encuesta, es una técnica que consiste en recoger datos mediante un cuestionario anticipadamente hecho, donde se llega a saber la opinión o valoración del individuo selecto para un muestreo de un tema dado.

La entrevista es una técnica antigua, indispensable porque permite obtener datos de que otro modo serian difícil conseguir, es decir se realiza con el fin de conseguir información mediante el dialogo.

3.3.1.3.2 Técnicas e instrumentos

Encuesta y Entrevista

3.4 PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

Utilizamos el programa Excel de Microsoft para el cálculo de las encuestas.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Resultado de la realización de la encuesta dirigida a los estudiantes de sexto y séptimo de Comunicación Social.

¿Señale el rango de su edad según los ítems correspondientes?

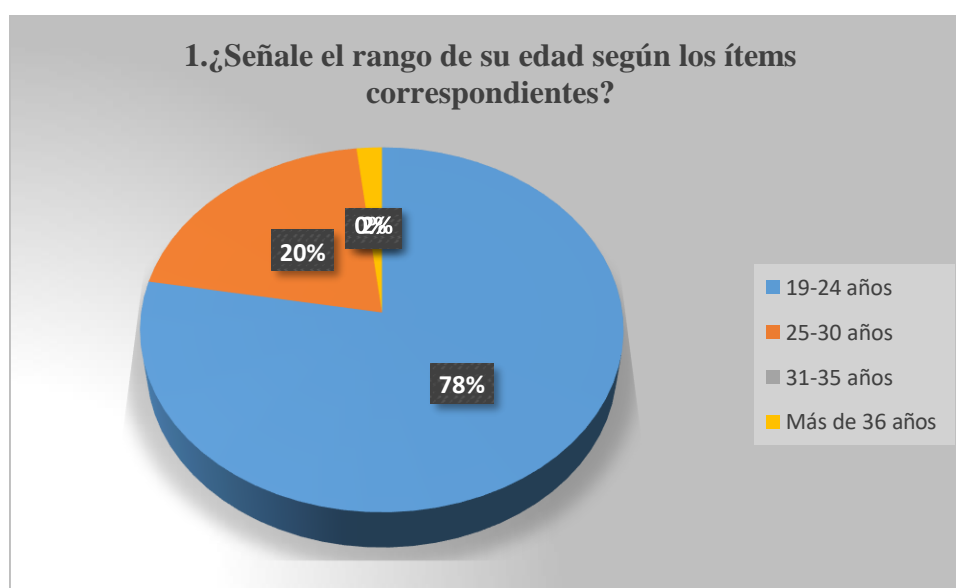
TABLA 1 RANGO DE EDAD

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
19-24 años	42	78%
25-30 años	11	20%
31-35 años	0	0%
Más de 36 años	1	2%
TOTAL	54	100%

Fuente: Estudiantes de sexto y séptimo nivel de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Milagro.

Elaborado por: Johana Zambrano y Joselin Escobar.

GRÁFICO 1 RANGO DE EDAD



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De acuerdo al análisis de los 54 estudiantes encuestados, se tiene como resultado que el 78%, tiene una edad promedio de 19 a 25 años, siendo la edad más alta, seguido de un 20% que está entre los 25 a 30 años, un 2% tiene más de 36 años y ninguno está en el rango de 31 a 35.

¿Te gustan los memes que se comparten en las redes sociales?

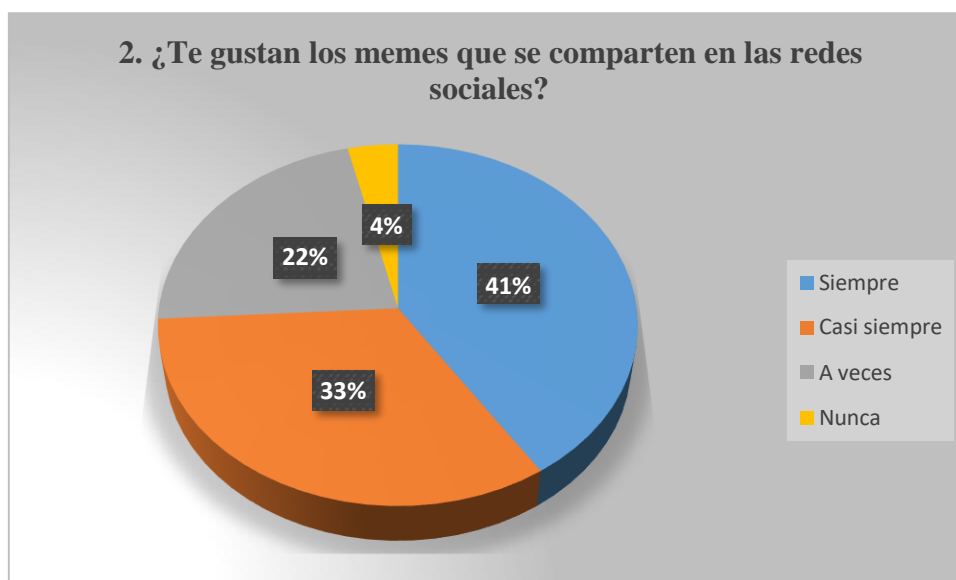
Tabla 2 MEMES ACEPTADOS Y COMPARTIDOS EN LA RED SOCIAL

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	22	41%
Casi siempre	18	33%
A veces	12	22%
Nunca	2	4%
TOTAL	54	100%

Fuente: Estudiantes de sexto y séptimo nivel de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Milagro.

Elaborado por: Johana Zambrano y Joselin Escobar.

GRÁFICO 2 MEMES ACEPTADOS Y COMPARTIDOS EN LA RED SOCIAL



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El grafico nos indica que un 41% les gusta los memes que se comparten en las redes sociales, un 33% casi siempre les gusta, un 22% a veces y un 4% dice que no les gusta.

¿Has compartido en algún momento de tu vida un meme?

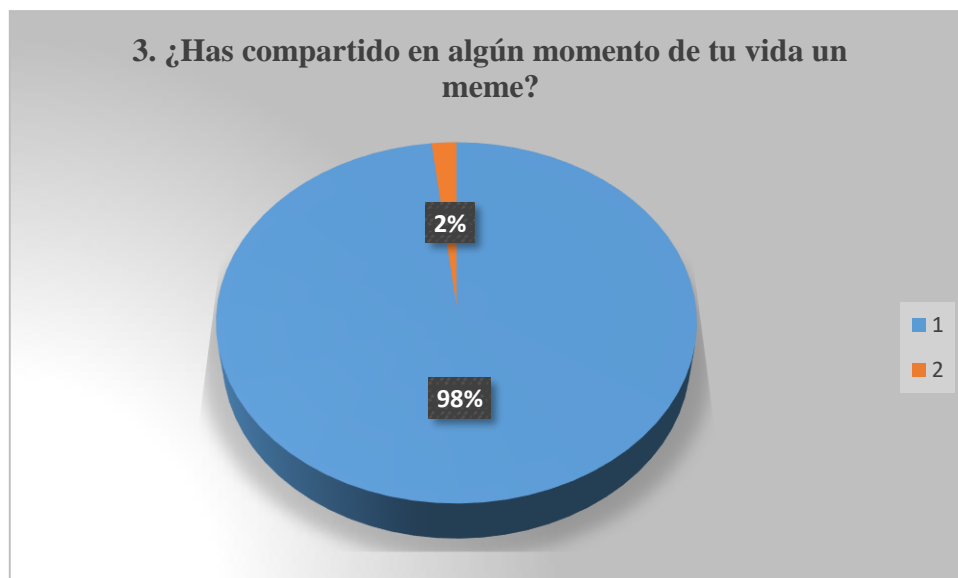
TABLA 3 MEMES COMPARTIDOS EN ALGÚN MOMENTO

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	53	98%
No	1	2%
TOTAL	54	100%

Fuente: Estudiantes de sexto y séptimo nivel de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Milagro.

Elaborado por: Johana Zambrano y Joselin Escobar.

GRÁFICO 3 MEMES COMPARTIDOS EN ALGÚN MOMENTO



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Tomando como referencia la pregunta un 98% de los estudiantes dijo que en algún momento de sus vidas han compartido un meme, y un 2% que no lo ha hecho.

¿Qué red social utiliza para compartir memes?

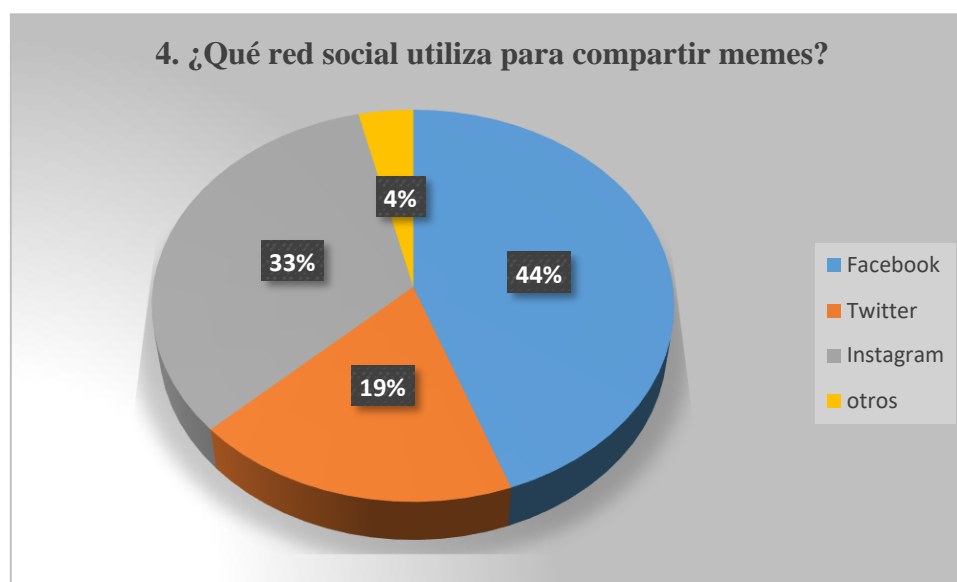
TABLA 4 RED SOCIAL MÁS UTILIZADA

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Facebook	24	44%
Twitter	10	19%
Instagram	18	33%
Otros	2	4%
TOTAL	54	100%

Fuente: Estudiantes de sexto y séptimo nivel de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Milagro.

Elaborado por: Johana Zambrano y Joselin Escobar.

GRÁFICO 4 RED SOCIAL MÁS UTILIZADA



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Podemos observar en la encuesta que se realizó a los 54 estudiantes que un 44% utiliza la red social de Facebook para compartir memes, seguido de Instagram con un 33%, Twitter con un 19% y un 4% de alumnos dijo utilizar otra red se llega a la conclusión que Facebook es la red social más utilizada para compartir memes.

¿Está usted de acuerdo que los memes son solo una imagen humorística?

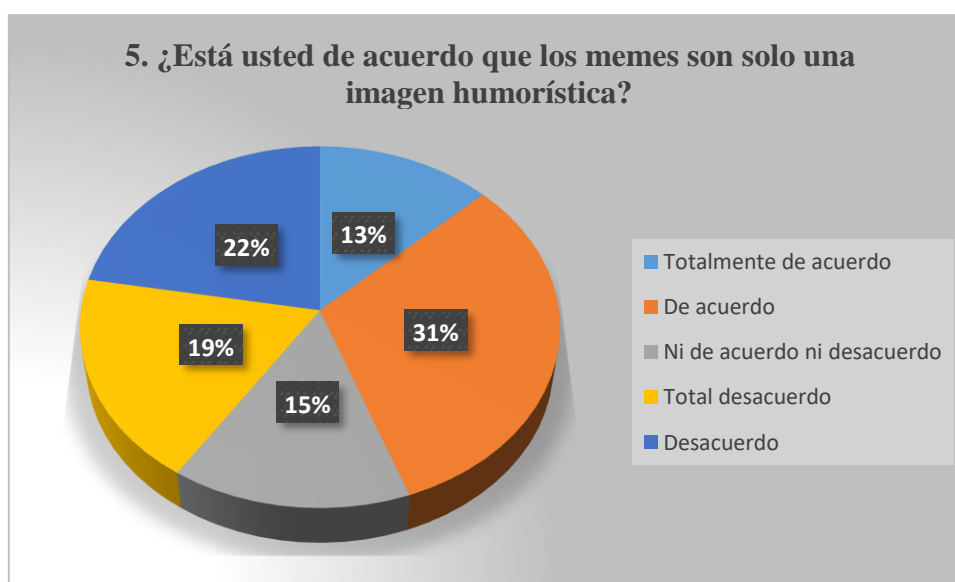
TABLA 5 MEMES IMÁGENES HUMORÍSTICAS

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	7	13%
De acuerdo	17	31%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	8	15%
Total desacuerdo	10	19%
Desacuerdo	12	22%
TOTAL	54	100%

Fuente: Estudiantes de sexto y séptimo nivel de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Milagro.

Elaborado por: Johana Zambrano y Joselin Escobar.

GRÁFICO 5 MEMES IMÁGENES HUMORÍSTICAS



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El gráfico nos indica que de los estudiantes encuestados un 31% dice estar de acuerdo que los memes son solo una imagen humorística, siendo este el más alto porcentaje, aunque también un 22% está en desacuerdo, un 19% está en total desacuerdo, un 15% dice estar ni de acuerdo ni desacuerdo y un 13% dice estar totalmente de acuerdo.

¿Has dado me gusta, comentado o compartido un meme que haga burla de una persona (ejemplo: el meme de la víctima)?

TABLA 6 MEMES BURLESCOS

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	14	26%
Casi siempre	26	48%
A veces	11	20%
Nunca	3	6%
TOTAL	54	100%

Fuente: Estudiantes de sexto y séptimo nivel de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Milagro.

Elaborado por: Johana Zambrano y Joselin Escobar.

GRÁFICO 6 MEMES BURLESCOS



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En la encuesta realizada un 48% de los alumnos dicen que casi siempre le dan me gusta, comentado o compartido un meme que haga burla de una persona, seguido de un 26% quien afirma que siempre comparten este tipo de memes, un 20% que a veces lo hace y solo un 6% dice no haber dado me gusta, comentado o compartido este tipo de imágenes.

¿Analizas el trasfondo de un meme antes de compartirlo?

TABLA 7 TRANSFONDO DE UN MEME

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	7	13%
Casi siempre	9	17%
A veces	25	46%
Nunca	13	24%
TOTAL	54	100%

Fuente: Estudiantes de sexto y séptimo nivel de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Milagro.

Elaborado por: Johana Zambrano y Joselin Escobar.

GRÁFICO 7 TRANSFONDO DE UN MEME



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En la encuesta realizada a los estudiantes de sexto y séptimo nivel sobre si analizan el trasfondo de un meme antes de compartirlo un 46% dijo que a veces lo hace, un 24% menciona que nunca, el 17% dice que casi siempre lo hace y un 13% dice que siempre lo hace.

¿Con que frecuencia compartes memes en tu red social?

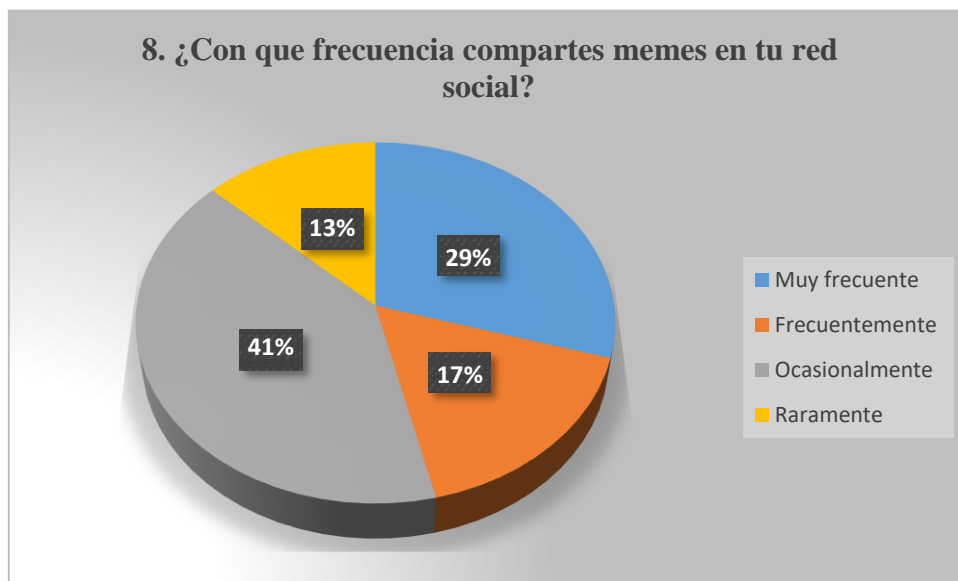
TABLA 8 FRECUENCIA DE MEMES COMPARTIDOS EN LA RED SOCIAL

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy frecuente	16	30%
Frecuentemente	9	17%
Ocasionalmente	22	41%
Raramente	7	13%
TOTAL	54	100%

Fuente: Estudiantes de sexto y séptimo nivel de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Milagro.

Elaborado por: Johana Zambrano y Joselin Escobar.

GRÁFICO 8 FRECUENCIA DE MEMES COMPARTIDOS EN LA RED SOCIAL



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El gráfico muestra que un 41% de los estudiantes ocasionalmente comparten memes en la red social, un 29% muy frecuente, el 17% frecuentemente y un 13% raramente.

¿Por qué comparte un meme?

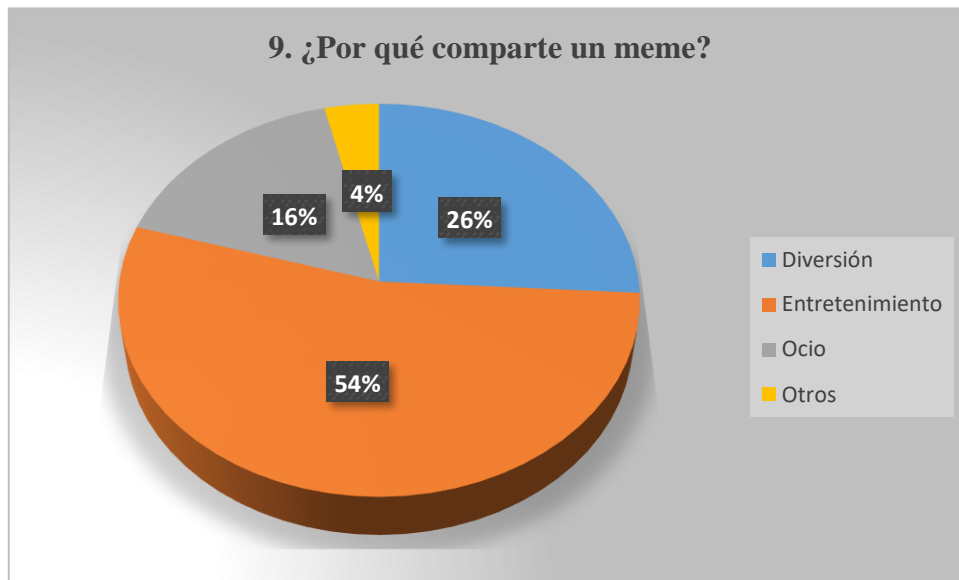
TABLA 9 POR QUÉ SE COMPARTE UN MEME

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diversión	14	26%
Entretenimiento	29	54%
Ocio	9	17%
Otros	2	4%
TOTAL	54	100%

Fuente: Estudiantes de sexto y séptimo nivel de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Milagro.

Elaborado por: Johana Zambrano y Joselin Escobar.

GRÁFICO 9 POR QUÉ SE COMPARTE UN MEME



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El resultado de las encuestas arrojaron que un 54% de los estudiantes comparte memes por entretenimiento, un 26% por diversión, el 16% lo hace por ocio y un 4% dice que comparte por otros motivos.

¿Está usted de acuerdo que la difusión de memes permite una información resumida pero no completa de hechos trascendentes de una comunidad?

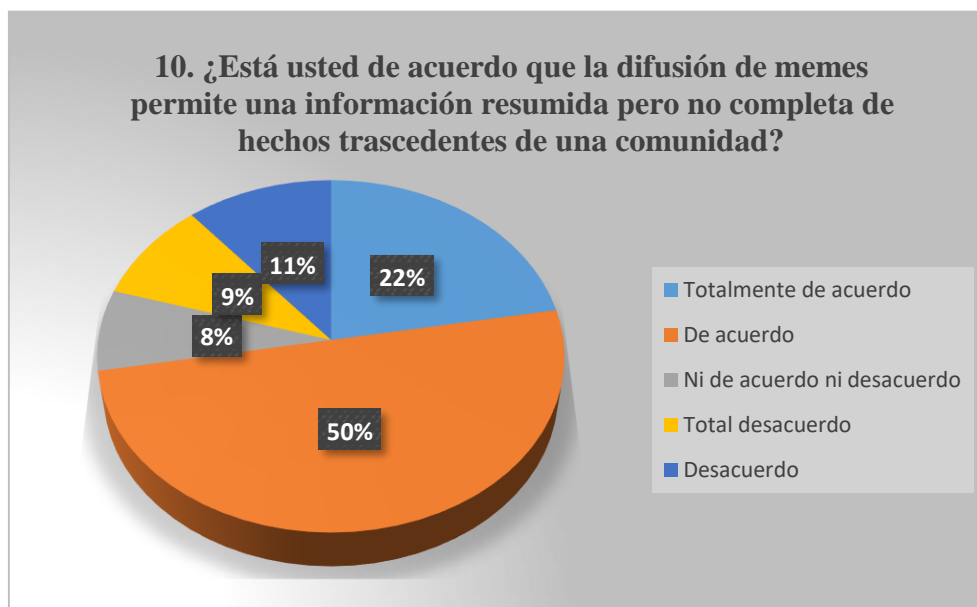
TABLA 10 DIFUSIÓN DE MEMES

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	12	22%
De acuerdo	27	50%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	4	7%
Total desacuerdo	5	9%
Desacuerdo	6	11%
TOTAL	54	100%

Fuente: Estudiantes de sexto y séptimo nivel de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Milagro.

Elaborado por: Johana Zambrano y Joselin Escobar.

GRÁFICO 10 DIFUSIÓN DE UN MEME



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El gráfico muestra que un 50% de los estudiantes está de acuerdo que la difusión de memes permite una información resumida pero no completa de hechos trascendentes de una comunidad, un 22% dice estar totalmente de acuerdo, el 11% en desacuerdo, el 9% en total desacuerdo y un 8% dice estar ni de acuerdo ni desacuerdo.

¿Está usted de acuerdo que la difusión de los memes en las redes sociales pueden cambiar la forma de pensar, comunicar, informar y entretener?

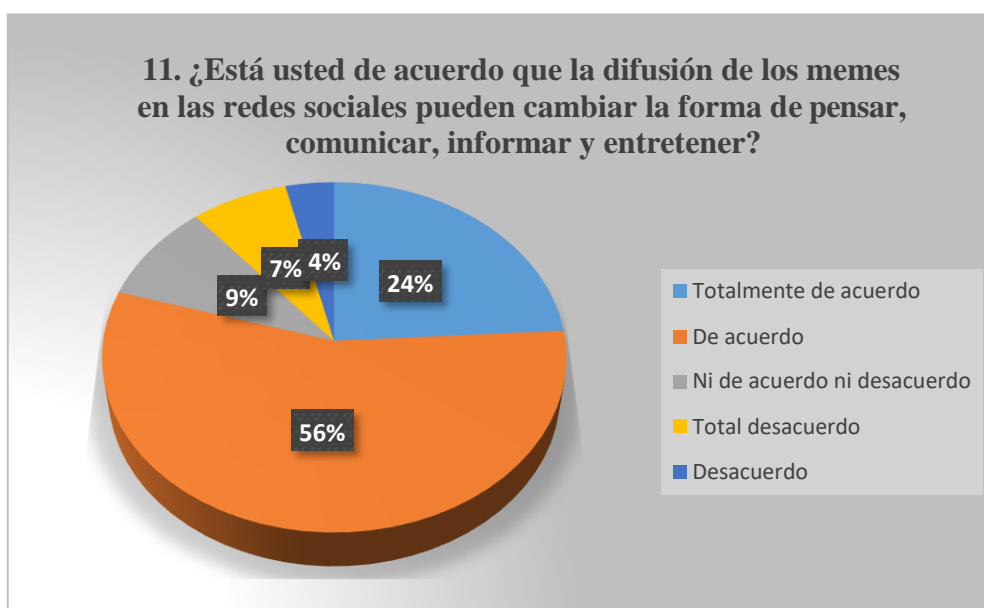
TABLA 11 MEMES CAMBIAN LA FORMA DE PENSAR, COMUNICAR, INFORMAR Y ENTRETENER

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	13	24%
De acuerdo	30	56%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	5	9%
Total desacuerdo	4	7%
Desacuerdo	2	4%
TOTAL	54	100%

Fuente: Estudiantes de sexto y séptimo nivel de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Milagro.

Elaborado por: Johana Zambrano y Joselin Escobar.

GRÁFICO 11 MEMES CAMBIAN LA FORMA DE PENSAR, COMUNICAR, INFORMAR Y ENTRETENER



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a la encuesta realizada un 56% dice estar de acuerdo que la difusión de los memes en las redes sociales pueden cambiar la forma de pensar, comunicar, informar y entretener, seguido de un 24% dice estar totalmente de acuerdo, el 9% ni de acuerdo ni desacuerdo, un 7% total desacuerdo y un 4% en desacuerdo.

ENTREVISTA

¿Cómo explica usted el boom de los memes en las redes sociales?

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Los distintos aparatos tecnológicos han permitido nuevas formas de comunicación, donde los memes juegan un papel importante en la sociedad, debido a la gran aceptación que estos tienen gracias a las representaciones que se les hace por el acontecer diario.

¿Se le puede dar un buen uso a un meme a la hora de compartir en una red social?

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Indistintamente el buen uso que se le puede dar a un meme dependerá directamente de la cultura de cada persona, si está a pesar de saber los pro y contra de un buen meme y uno que no es y aun decide publicarlo ya dependerá de cada individuo.

¿Se debe tener medidas de seguridad a la hora de compartir un meme en las redes sociales?

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

No existen medida como tal para la publicación de un meme, pero si investigamos un poco sobre el meme que vamos a publicar será de gran ayuda para ir cambiando como sociedad.

¿Realmente puede mejorar la vida social compartiendo memes o puede empobrecerla?

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Depende mucho de lo que estamos comunicando si no tomamos conciencia de lo que se está compartiendo no vamos a poder avanzar como sociedad, porque hay que tener en cuenta que tener una red social no significa que tengas una vida social.

¿Qué características debe tener un meme para que propicie el uso correcto sin afectar a nadie?

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Se debe saber cuál es el trasfondo del meme que vamos a compartir, si incluye a una persona debemos ponernos en los zapatos de la persona que será utilizada para burla, solo así podremos darle al meme un uso correcto.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

Debido a las enormes posibilidades que ofrecen las redes sociales los estudiantes de sexto y séptimo semestre de la Carrera de comunicación Social no están bien informados de cuál es el verdadero significado de un meme. Las nuevas formas de comunicación nos han convertido en máquinas que comparten todo lo que nos llega sin llegar a medir las consecuencias de los hechos que pueden ocurrir por nuestra ignorancia y nuestra ceguera ante este hecho de nuevas formas de comunicación tecnológica.

4.3 RESULTADOS

En correspondencia a las preguntas realizadas a los jóvenes del sexto y séptimo nivel de Comunicación tenemos los siguientes resultados.

PREGUNTA N° 1.

La mayor parte de la tabulación de los encuestados son adolescentes.

PREGUNTA N° 2.

Se puede observar según el dato registrado que la mayoría de los encuestados les gusta los memes que se comparten.

PREGUNTA N° 3.

Los estudiantes en algún momento de sus vidas si han compartido un meme.

PREGUNTA N° 4.

Una de las redes más utilizadas para compartir memes es Facebook.

PREGUNTA N° 5.

No todos los estudiantes están de acuerdo que el meme sea solo una imagen humorística, por lo que se debería explicar que un meme no solo es un meme que se representa por algo humorístico, sino que va más allá de una imagen.

PREGUNTA N° 6.

Existe una gran mayoría de alumnos que le dan me gusta a memes que hacen burla de una persona, desconociendo totalmente las consecuencias que estas pueden conllevar.

PREGUNTA N° 7.

La falta de información sobre el meme ha causado que muchos jóvenes compartan memes sin ir más allá de su trasfondo.

PREGUNTA N° 8.

Ocasionalmente se llega a compartir memes de todo tipo sin analizar sus consecuencias por más divertido que este sea.

PREGUNTA N° 9.

La mayor parte de estudiantes comparten memes por entretenimiento.

PREGUNTA N° 10.

La mitad de la población muestral considera que la difusión de memes permite una información resumida pero no completa de hechos trascendentes de una comunidad.

PREGUNTA N° 11.

De acuerdo a la encuesta realizada más de la mitad de la población está de acuerdo que la difusión de los memes en las redes sociales puede cambiar la forma de pensar, comunicar, informar y entretener.

4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

4.4.1 Hipótesis General

La difusión de memes permite una información resumida pero no completa de hechos trascendentes de una comunidad

4.4.1.2 Verificación

Con la encuesta y la entrevista, después de analizar los resultados se pudo comprobar la hipótesis. Analizar el uso de los memes y su verdadero significado de que no solo son simples memes, si no que van más allá de una cultura.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

Diseño de una campaña comunicacional sobre el uso positivo y negativo del meme en las redes sociales

5.2 JUSTIFICACIÓN

En este trabajo de campo se pudo confirmar que el meme si influye en la plataforma digital, que si es una adicción para los estudiantes y que el mal uso de ello lleva a dañar la integridad de las personas, sin embargo, no todos los alumnos están de acuerdo sobre el mal uso, algunos piensan que pueden hacer de un meme algo bueno.

No tener claro por parte de los estudiantes el buen uso de los memes en las redes, es la justificación de esta propuesta la cual consiste en realizar charlas de capacitación a los estudiantes, de esta manera queremos fomentar en los alumnos el buen uso de los memes.

5.3 FUNDAMENTACIÓN

El meme constituye una nueva forma de comunicación en la sociedad, visto que hoy en día las personas prefieren comunicarse solo por imágenes y ya no por mensajes de texto.

El meme rebasa todas estas restricciones y limitaciones, debido a que es considerado una nueva forma de expresión y comunicación de una manera humorística para llegar al público. Este fenómeno ha tomado con los años gran importancia en el Ecuador, pero debemos tomar en cuenta que no siempre será algo divertido para quienes son tomados como burlas.

Las redes sociales son fundamentales para su viralización, debido a la rapidez de su replicación pueden llegar en segundos a la persona que esta conecta. Antes de compartir un meme se debe recordar que este no solo es un meme.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo general

Realizar una campaña comunicacional impartiendo charlas sobre que es un meme y su uso correcto.

5.4.2 Objetivo específico

1. Demostrar mediante charlas instructivas sobre el escaso conocimiento que se tiene en la viralización del meme.
2. Colocar gigantografías que tengan que ver con la concientización de los memes que pueden herir la susceptibilidad de las personas.
3. Tener un constante diálogo entre alumnos y docentes respecto al tema.

5.5 UBICACIÓN

Universidad Estatal de Milagro

País: Ecuador

Provincia del Guayas

Cantón Milagro

Dirección: kilómetro 1 1/2 Vía, San Francisco de Milagro

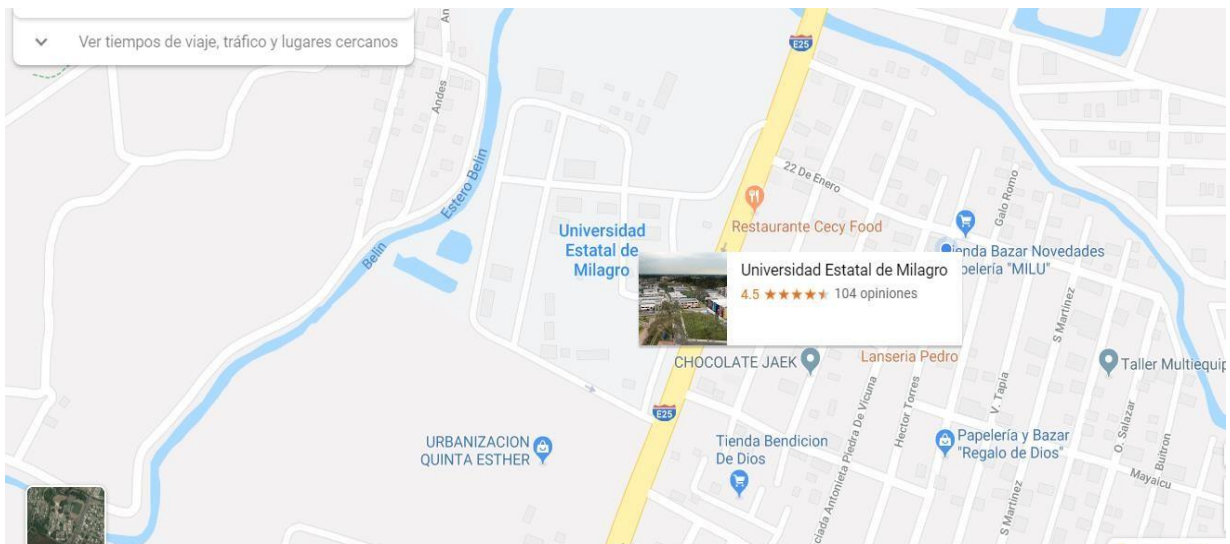


Figura 9 Ubicación UNEMI

5.6 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Estudiantes de Unemi.

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

Como parte de la campaña, se realizarán charlas de capacitación para fomentar el uso correcto de los memes por parte de los alumnos, dentro de la institución. Las charlas

serán impartidas por profesionales, en Sociología, Diseño Gráfico, Comunicación y Psicología.

5.7.1 Actividades

Se realizarán charlas de capacitación a los estudiantes antes ya mencionados.

Ubicación de gigantografías sobre concienciación de los memes que pueden herir la susceptibilidad de las personas.

5.7.2 Recursos, análisis financiero

5.7.2.1 Recursos humanos

Se requerirá cuatro profesionales especialistas en Comunicación, Sociología, Diseño Gráfico y Psicología.

5.7.2.2 Recursos materiales

Computadora, Internet

5.7.2.3 Recursos financieros

Se gastará alrededor de unos 60 dólares para gigantografías.

5.7.3 Impacto

Los beneficios a lograr con la propuesta comunicacional será instruir a los estudiantes cual es el verdadero significado de un meme, y que este no solo es eso, si no que va más allá. Es por ello que como punto principal será caracterizar su significado, así

como dar a conocer su pro y su contra, el uso correcto que se le debe dar profundizando más el contenido y buscar el verdadero trasfondo de su origen.

El impacto de las charlas involucra las actividades de los estudiantes, la calidad de las mismas por parte de los profesionales que nos dan su opinión para que de esta manera los alumnos tengan claro el tema y lleven a cabo una manera diferente de compartir un meme.

5.7.4 Cronograma

Actividad	Duración	Agosto	Sep.	Oct.	Nov.
Cronograma de implementación	9				
Elaboración de preguntas para la encuesta	3				
Elaboración de preguntas para la entrevista	2				
Realización de la encuesta	2				
Realización de la entrevista	2				
Contratación de personal encargado de las capacitaciones	2				

Aprobación del personal	1				
Instalación de equipos	1				
Creación de la página de Facebook.					
Ubicación de gigantografías sobre el uso correcto del meme					

Cudro 3 Cronograma

5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta

- ✓ La ejecución del proyecto se planifico las siguientes actividades: petición de autorización para la realización de la propuesta dentro de la Universidad Estatal de Milagro.
- ✓ Contacto con los especialistas profesionales en Sociología, Comunicación, Diseño gráfico y Psicología.
- ✓ Presentación de la propuesta.
- ✓ Charlas
- ✓ Mensajes en gigantografias colocados en distintos puntos de la universidad.
- ✓ En 3 meses se realizará una nueva encuesta para evaluar el cambio que han tenido los estudiantes sobre los memes en las redes sociales.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Se puede verificar que los estudiantes están más atraídos compartiendo memes, la mayoría dándole un mal uso, ocupando la mayor parte de su tiempo en la red. Se puede asegurar que muchos de los jóvenes acceden a la red para compartir memes sin tomar en cuenta si es bueno o malo esto lo hacen con el objetivo de distraer la mente, olvidando que puede afectar la integridad de la persona, está más que claro que la comunicación escrita se está perdiendo por una comunicación que solo engloba imágenes.

Se establece que los memes y su influencia en las redes sociales permiten interactuar con otros individuos, influyendo en la vida de los estudiantes de manera correcta o incorrecta.

Los escolares desconocen en muchos de los casos el verdadero mensaje de un meme, motivo por el cual la persona que se sienta ofendida por dicha información puede seguir un juicio contra la persona que hizo viral el meme o quien lo elaboro.

Los estudiantes se dejan influenciar por las imágenes que da un meme sin medir las consecuencias que le puede ocasionar a alguien más.

RECOMENDACIONES

Es necesario que los chicos cambien la forma de usar los memes en la comunicación, conocer lo grave que puede ser al no ser bien utilizado esta red, lo primero que tienen que hacer es verificar la fuente de donde se originó la imagen y buscar cierta información del contenido de un meme.

Que se implementen charlas en los cursos con los profesionales del tema, que den a conocer las ventajas y desventajas del mal uso del meme, para que los estudiantes le den un buen uso al meme y así puedan publicar sin ningún tipo de problema en las redes.

Es importante que se cree una página para difundir información sobre el buen uso del meme en las redes sociales para que los estudiantes lean el contenido, intercambiar opiniones entre otros. Esto favorecería mucho a los estudiantes para que puedan conocer el buen uso del meme.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abc Educación. (23 de 10 de 2017). *Buenos Aires Provincia*. Recuperado el 27 de 06 de 2019, de <http://www.abc.gov.ar/%C2%BFqu%C3%A9-es-el-ciberbullying>
- Andrade, & Romero. (2016). *Repositorio Digital Universidad Central del Ecuador*. Recuperado el 18 de 07 de 2019, de <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/7101>
- Arango. (2015). *Revista Cmc*. Recuperado el 20 de 07 de 2019, de http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/677/pdf_51
- Asamblea Nacional. (2008). *oas.org*. Recuperado el 20 de 07 de 2019, de https://www.oas.org/juridico/mla/sp/ecu/sp_ecu-int-text-const.pdf
- Beltrán. (2019). *Repositorio Digital Universidad Técnica del Norte*. Recuperado el 21 de 07 de 2019, de <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/8854>
- Blackmore, S. (2000). *books google*. Recuperado el 23 de 07 de 2019, de https://books.google.com.ec/books?id=dGrsAR5rrKIC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Código Orgánico Penal COIP. (10 de 02 de 2014). *Sherloc*. Recuperado el 27 de 06 de 2019, de https://sherloc.unodc.org/cld/en/legislation/ecu/codigo_organico_penal/libro_primero/articulo_178/articulo_178.html?lng=en
- Csikszentmihalyi, M. (1998). Creatividad. En Csikszentmihalyi, *Creatividad; el flujo y la psicología del descubrimiento y la invención* (pág. 510). Barcelona: Paidós transiciones. Recuperado el 18 de 09 de 2019

- Dawkins, R. (1976). *El gen egoísta*. Reino Unido, Reino Unido: Oxford University Press.
- Recuperado el 26 de 06 de 2019, de <http://biologia.usalca.cl/wp-content/uploads/2018/01/El-Gen-Egoista.pdf>
- Expansión*. (24 de 09 de 2014). Recuperado el 27 de 06 de 2019, de <https://expansion.mx/especiales/2014/09/24/cual-fue-el-primer-meme-en-la-historia-de-internet>
- Galarza. (2017). *Sedici*. Recuperado el 21 de 07 de 2019, de <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/61387>
- García. (2014). *Las imágenes macro y los memes en internet*. Recuperado el 18 de 07 de 2019, de <http://www.udgvirtual.udg.mx/paakat/index.php/paakat/article/view/217/317>
- Huerta, G. (2014). *Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad*. Recuperado el 18 de 07 de 2019, de <http://www.udgvirtual.udg.mx/paakat/index.php/paakat/article/view/217/317>
- Kevin, V. (s.f.). *Repositorio Universidad Cesar Vallejo*. Recuperado el 18 de 07 de 2019, de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/27228>
- Marino. (2018). *La Tadeo de Arte*, 6(6). Recuperado el 20 de 07 de 2019, de <https://revistas.utadeo.edu.co/index.php/ltd/article/view/1415>
- Marquéz, O. (2002). *El proceso de la investigación en los procesos sociales*. Venezuela : Universidad Ezequiel Zamora .
- Martinez. (2018). Una aproximación retórica a los memes en internet. *Signa*, 1000-1021.
- Ochoa. (2018). *Repositorio Pontificia Universidad Católica del Ecuador*. Recuperado el 20 de 07 de 2019, de <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/15609>

Quiceno, & Castro. (2018). *Dialnet*. Recuperado el 20 de 07 de 2019, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6702431>

Real Academia Española. (2019). *Real Academia Española*. Obtenido de Real Academia Española: <https://dle.rae.es/?id=bsOJzwx>

Rosero. (2015). *Repositorio Pontifica Universidad Católica del Ecuador*. Recuperado el 21 de 07 de 2019, de <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/10311>

Salazar, Edwards, & Guillermo. (2014). *Sistema de Información Científica Redalyc Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal*. Recuperado el 21 de 07 de 2019, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=59533233004>

Sampieri, R. H. (1991). *METODOLOGIA DE LA INVSTIGACIÓN*. México : McGraw_Hill.

Vanegas. (2018). *Repositorio Universidad Cesar Vallejo*. Recuperado el 18 de 07 de 2019, de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/27228>

Vanegas. (s.f.). *Repositorio Universidad ^+`*.

Villar. (2014). *Repositorio Universidad de Chile*. Recuperado el 18 de 07 de 2019, de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/129749/El%20meme%20como%20evoluci%C3%B3n%20de%20los%20medios%20de%20expresi%C3%B3n%20social.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ANEXOS

Encuesta

Direccionamiento: Encuesta dirigida a los estudiantes del Sexto y Séptimo Nivel de la carrera Comunicación Social de la Facultad Ciencias Sociales, Educación Comercial y Derecho.

Objetivo: Conocer sus distintos puntos de vista referente a los memes y su influencia en las redes sociales.

Instructivo: Lea detenidamente cada una de las preguntas y proceda a contestar en la opción que usted considere pertinente.

1. ¿Señale el rango de su edad según los ítems correspondientes?

- 1. 19-24 años
- 2. 25-30 años
- 3. 31-35 años
- 4. Más de 36 años

2. ¿Te gustan los memes que se comparten en las redes sociales?

- 1. Siempre
- 2. Casi siempre
- 3. A veces
- 4. Nunca

3. ¿Has compartido en algún momento de tu vida un meme?

- 1. Si
- 2. No

4. ¿Qué red social utiliza para compartir memes?

1. Facebook
2. Twitter
3. Instagram
4. Otros

5. ¿Está usted de acuerdo que los memes son solo una imagen humorística?

1. Totalmente de acuerdo
2. De acuerdo
3. Ni de acuerdo ni desacuerdo
4. Total desacuerdo
5. Desacuerdo

6. ¿Has dado me gusta, comentado o compartido un meme que haga burla de una persona (ejemplo: el meme de la víctima)?

1. Siempre
2. Casi siempre
3. A veces
4. Nunca

7. ¿Analizas el trasfondo de un meme antes de compartirlo?

1. Siempre
2. Casi siempre
3. A veces
4. Nunca

8. ¿Con que frecuencia compartes memes en tu red social?

1. Muy frecuente
2. Frecuentemente
3. Ocasionalmente

4. Raramente

9. ¿Por qué comparte un meme?

1. Diversión

2. Entretenimiento

3. ocio

4. Otros

10. ¿Está usted de acuerdo que la difusión de memes permite una información resumida pero no completa de hechos trascendentes de una comunidad?

1. Totalmente de acuerdo

2. De acuerdo

3. Ni de acuerdo ni desacuerdo

4. Total desacuerdo

5. Desacuerdo

11. ¿Está usted de acuerdo que la difusión de los memes en las redes sociales pueden cambiar la forma de pensar, comunicar, informar y entretener?

1. Totalmente de acuerdo

2. De acuerdo

3. Ni de acuerdo ni desacuerdo

4. Total desacuerdo

5. Desacuerdo

Entrevista

Direccionamiento: Instrumento dirigido a profesionales

Buenos días, nos encontramos con Guillermo del Campo especialista en Comunicación Social quien nos dará su criterio como profesional sobre los memes y su influencia que tienen hoy en día en las redes sociales.

Nombre de Profesional: Guillermo del Campo

Lugar de trabajo: Universidad Estatal de Milagro

1. ¿Cómo explica usted el boom de los memes en las redes sociales?

Debido a los distintos aparatos tecnológicos y los distintos canales de comunicación han permitido que podamos desarrollar una nueva estrategia de comunicación o de información. Esa interactividad, bidireccionalidad ha hecho de que hoy se exploten diferentes formatos y formas de contenido y entre ellos ha surgido toda esta nueva ola que tiene que ver con los memes. Al principio también se lo utiliza como una estrategia de marca o para el ambiente de marketing y eso ha modificado totalmente dos aspectos: el primero, maneras y formas de producción de contenido y formas de recepción.

Las formas de producción de contenido hoy se están reduciendo extensiblemente. Hoy cuando se habla de aspectos que van en redes sociales, se maneja un contenido preciso y conciso en segundo nada más, por lo tanto si yo lo quiero desarrollar desde una orientación profesional por ejemplo; de un mercatero, un comunicador a través de redes sociales o un estratega, debo fundamentar el tema en aspectos que tienen que ver con la limitante del tiempo, las nuevas plataformas. Estos memes con la manera audiovisual de poder desarrollar una estrategia, lo que han hecho es eso, no, tratar de construir cosas pequeñas, concretas, específicas en un corto tiempo y que cuando no está fundamentado

de una estrategia de por medio simplemente a partir de lo que entiende el público como chistoso o pegajoso, lo que hago es difundirlo en las redes sociales. De qué depende de que lo difunda o no, básicamente depende de un nivel de cultura que tenga y un nivel de respeto al prójimo que tenga, mas no de una incapacidad a través de las herramientas tecnológicas que tenga para hacerlo.

2. ¿Se le puede dar un buen uso a un meme a la hora de compartir en una red social?

Si total, de hecho hay campañas de marketing social, principalmente ahí, depende para que los quiero, indiscutiblemente se le puede dar un buen uso, inclusive hay demostraciones. Hoy así como se le da mal uso, digo mal uso porque hoy en esas nuevas formas de comunicación, en esa reconstrucción, antes usted solo receptaba ese mensaje, hoy estas nuevas formas de comunicar me ubican desde la situación de un productor de contenido, por lo tanto hay un productor claro, como decir un medio de comunicación está sacando ese mensaje, es decir cualquiera de nosotros puede ser productor de contenido y que es lo que hacemos; editamos, cortamos, sumamos y hacemos una composición sobre el tema, ahí es donde hay aspectos que tienen que ver con la nueva lógica de comunicar dentro de esta colorida de medios. Esto significa de alguna manera la transmutación que está marcada dentro de todo este proceso. Uno se ubica como usuario en la posición también de productor y desde ese sentido elaboro un contenido basado en que, y para que, yo le puedo dar un criterio a eso dependiendo de la estrategia que utilice, de acuerdo a los objetivos que use, si está bien yo puedo utilizar eso que en su momento se utilizó para un tema de entretenimiento, que aparte de entretener me sirve para poder educar, informar sobre algo específico que quiero influir en el comportamiento de las personas

3. ¿Se debe tener medidas de seguridad a la hora de compartir un meme en las redes sociales?

Es difícil, porque depende en la situación que este, porque si estoy en la posición de padre debo de controlar que es lo que hacen mis hijos menores de edad y el riesgo es que, si no hay un control el niño al no tener una noción clara de que es lo que debe compartir y lo que no se debe compartir lo puede hacer de forma inconsciente pero ya un joven que tiene mayor poder y nivel de racionalismo pues definitivamente comparten cosas de acuerdo a sus propios intereses, pero de allí a tener un código como tal es difícil, porque todo mundo puede crear, producir, crear contenido, por lo tanto eso de crear un código como tal puede quedar básicamente en la nada. Yo lo puedo crear pero todo está fundamentado en la persona como tal para que lo use. Si mis valores y principios y mis normas sociales, éticas, morales, etc, me permiten poder analizar ese contenido de acuerdo a lo que yo reciba en mi celular, yo decido, el ser humano, el individuo si lo comparte o esté de acuerdo a sus propias necesidades, esto ya depende del nivel de cultura.

4. ¿Realmente puede mejorar la vida social compartiendo memes o puede empobrecerla?

Va a depender mucho para que lo utilizo, hoy cambiaron por completo las formas de comunicarnos por ejemplo hace dos o tres años nos comunicábamos con letras, a través de las plataformas, mensajes de textos. Hoy es muy fuerte y evidente que nos estamos comunicando nada más que a través de memes y de imágenes que hacen una composición los usuarios para poder dar un contenido y ese contenido de alguna manera ya lo aceptamos como algo real. Esto de aquí de alguna manera significa que estamos ante un escenario totalmente nuevo en cuanto a formas de comunicación.

5. ¿Qué características debe tener un meme para que propicie un uso correcto sin afectar a nadie?

Bien, si yo me situó en un simple punto de vista de un productor de contenidos formal o un estratega, podría decir que los memes lo que buscan es poder captar la atención a partir de un mensaje jocoso y eso genera de alguna manera aceptación del público, si es jocoso si tiene buen sonido, si tiene muy buena imagen o si la imagen esta contextualizada de lo que yo quiero ver o lo puedo hacer viral. Se puede decir que lo pegajoso es un contenido que no tiene sentido pero es divertido, la viralidad como tal demuestra un contenido concreto, específico sobre una persona, objeto o alguna acción que se ha llevado a cabo previamente, o algo que yo quiero cambios de actitud.

Entrevista

Nos encontramos con en el licenciado Víctor Cantos experto en Diseño Gráfico a quien le haremos una entrevista sobre los memes y su influencia en las redes sociales.

Lugar de trabajo: Universidad Estatal de Milagro

1. ¿Ud. cómo explica el boom de los memes en las redes sociales?

El meme nace más por la necesidad de inmediatez de comunicarse que por otra cosa, yo creo que inconscientemente estamos regresando a la parte de enviar un mensaje a través de imágenes que en vez de escribirlo, entonces ya no se ve tanto el hecho de quiero transmitir por ejemplo: me le quiero declarar a alguien o quiero demostrarle que estoy enojado con alguien le voy a escribir un repertorio y voy hacer esto o quiero ser sarcástico o gracioso todo esto lo puedo generar a través de una imagen o de dos contadas de forma creativa entonces yo creo que el boom de los memes nace por eso por el hecho de cómo avanza la tecnología y como avanza el hecho de transmitir un mensaje de forma instantánea, rápida, concreta y creativa.

2. ¿Se le puede dar un buen uso a un meme a la hora de compartir a una red social?

Depende los memes hay de todo tipo empezaron con pequeños dibujos de las caricaturas y luego se fue viralizando el hecho de que puedes utilizar a personas que hacen o dicen algo gracioso o tenemos un lapsus brutos, nosotros mismos y automáticamente nos convertimos en un meme, pero yo lo veo del punto de vista informativo mas no del punto de vista de poder burlarse de alguien o hacerle burla a una persona que tal vez esté enfermo o padezca de alguna tipo de discapacidad. Siempre va a ver ese riesgo si nosotros lo hacemos bien si nos informamos a través de que antes de publicarlo nos informamos un poquito más yo creo que se puede evadir este tipo de cosas y caer en la ofensa maltrato denigración de una persona que no lo merezca.

3. ¿Se debe tener medidas de seguridad a la hora de compartir un meme en las redes sociales?

Primero documentarse un poquito de donde se originó ese meme, profundizar en cómo nació ese meme de quien partió y con qué fin fue sacado ¿por qué se hizo viral? Yo creo que ese es el análisis de cómo se hace viral, ojo cuando hablamos de que algo se hace viral no necesariamente tiene que ser bueno o malo lo que nosotros tenemos que separar primero de como se hizo viral si es por un mal tema, si es por un buen tema y si es por algo gracioso si podemos tener esa noción y puede utilizarlo hay cosas que podemos utilizar a nuestro favor de manera responsable yo creo que si se puede hacer tomando en cuenta las medidas pertinentes.

4. ¿Realmente puede mejorar la vida social compartiendo memes o puede empobrecerla?

No veo la forma de empobrecer, de hecho, una imagen dice más que mil palabras ¡nunca has escuchado eso!, entonces con un gesto, una acción nosotros podemos entender

algo sin siquiera que nos los digan entonces yo no veo porque podría perjudicar o podría ser contrario el hecho de aportar a nuestra vida social yo creo que la vida social de uno no va depender de que tan bien utilicemos los memes o sí que estos podrían afectarnos o no yo que creo que estos afectarían la comunicación como tal de que por ejemplo ahora las personas están tan acostumbradas a que necesito enviar un mensaje y lo quiero transmitir de forma rápida y ya no nos tomamos el tiempo de escribirlo y especificarlo sino que ahora está el uso de los sticker o los gifs para poder decir me parece mal me parece bien de manera graciosa yo creo podría ser contraproducente en el hecho de que ya estamos dejando de escribir utilizar la letra como forma de transmisión de un mensaje entonces lo que más está perjudicando es el hecho de la ortografía la redacción de que ahora la gente no le importa si agua tiene h o no, si una palabra lleva tilde o si un mensaje se entiende mejor si le pones una coma los puntos y todo eso. Ya no está siendo la prioridad de uno, sino que estas simplificando el mensaje a través de una imagen poco a poco si esto se sigue viralizando se sigue utilizando vamos a llegar a un punto en donde las reglas ortográficas no les demos la suficiente atención que realmente se merecen, entonces a la vida social no creo, pero a la parte de la ortografía la buena redacción la buena transmisión del mensaje a través de la escritura si lo perjudica.

5. ¿Qué características debe tener un meme para que propicie el uso correcto sin afectar a nadie?

Yo creo que los memes nacieron de dibujos mal hechos o grotescos de una expresión, eran los más típicos al principio yo creo que un buen meme lo primero que tiene que hacer es si esa expresión o esa imagen pueda ser comparada, llevada o aterrizada a algo que te paso a ti entonces si el meme cumple esa función como primer objetivo si lo puedes utilizar tanto para hombre y mujeres si lo puedes utilizar tanto como para perros y gatos si lo puedes utilizar en diferentes contextos yo creo que el meme es bueno. Si el

meme abarca muchos contextos sociales, políticos tan solo con una imagen, si por ejemplo la cara de un perro o de un gato te parece gracioso y con eso puedes contar un chiste sarcástico político o también lo puedes hacer en base solo a algo que te de ternura y también lo puedes ser en base a relaciones personales con tu familia amigos si engloba todo eso funciona un meme, el meme tiene que abarcar la mayor cantidad de público si lo hace perfecto si te ayuda a contar un historia a través de algo que te evoca esa imagen me parece genial.

Entrevista

Nos encontramos con en el Psicólogo Gustavo Valverde experto en Psicología a quien le haremos una entrevista sobre los memes y su influencia en las redes sociales.

Lugar de trabajo: Universidad Estatal de Milagro

1. ¿Ud. cómo explica el boom de los memes en las redes sociales?

Nosotros sabemos que la comunicación ha evolucionado y obviamente está más ligada a los aspectos digitales y hablando del boom es que los jóvenes sobre todo hacen uso de este medio interactivo quizá como fines de complementar ciertos aspectos culturales de comunicación como es el hecho de los stickers, como es el hecho de los emoticones inclusive yo he presenciado que ya existe la opción de que se toma una foto y ya le haces un sticker a la persona antes eran predeterminados y de esa forma se hace una comunicación de un estilo de figuras ya no tanto de texto como tal y obviamente en las redes se puede percibir que existen memes, video memes todo ellos ya sean con mensajes con el hecho de causar humor en algunos aspectos de levantar algún tipo de controversia pero esta es la nueva tendencia que se le está dando.

2. ¿Se le puede dar un buen uso a un meme a la hora de compartir a una red social?

Siempre y cuando el uso que tú le des no vaya a perjudicar a terceras personas por ejemplo yo he visto a un docente que en Colombia enseña con memes y de pronto complementa ciertas cuestiones o por medio del meme se pueda entender cierta información eso si he visto que han hecho cuando le dan un buen uso.

3. ¿Se debe tener medidas de seguridad a la hora de compartir un meme en las redes sociales?

Por supuesto porque pueda ser de una información que sea errónea porque muchas veces toman información que no es fuentes confiables y estas fuentes por su parte son transformadas por estas imágenes y estas imágenes al ser compartidas de pronto dañan la integridad o derechos de autor alguna corporación o algo por el estilo. Entonces tener cuidado porque de pronto se encuentra en un problema legal se va a ver involucrado obviamente también la persona que está siendo uso de esto por el simple hecho de compartir.

4. ¿Realmente puede mejorar la vida social compartiendo memes o puede empobrecerla?

Puede que sea empobrecer podría ser mi punto de vista porque no existe mejor que una comunicación asertiva y no todas las personas a estas alturas del partido te van a entender este tipo de comunicación más solo los jóvenes entonces deteriora un poco ese aspecto y quizá las personas que ya son adultas en este caso nosotros podríamos llegar al punto de percibir eso como algo quizá inadecuado o como algo poco formal por decir así en ese aspecto si deteriora un poco la comunicación.

5. ¿Qué características debe tener un meme para que propicie el uso correcto sin afectar a nadie?

Formas de memes existen mucho existen los memes que van para diversión sana los memes que son para el sector de la política hay muchísimos memes quizá en el sector de la farándula inclusive si hablamos en el aspecto académico habremos docentes pero la forma correcta de hacer un buen uso a un meme pienso yo que para empezar debería ser en algo que no afecte a otra persona y si lo vas hacer de pronto hacer algo de ti mismo o algo general sin que esté involucrado el gobierno a figuras en este caso docentes tengo entendido que los jóvenes hacen más es eso pero no existiría un modelo estandarizado para que sea aceptable sin tener algún toque de burla eso siempre va a estar.

Entrevista

Nos encontramos con Ana Tamarit socióloga experta quien le realizaremos una entrevista sobre los memes y su influencia en las redes sociales.

Lugar de trabajo: Universidad Estatal de Milagro.

1. ¿Ud. cómo explica el boom de los memes en las redes sociales?

En primer lugar, os quiero agradecer la confianza que tenéis en mi como para ser merecedora de una entrevista que haber para utilizar para vuestro trabajo de fin de grado, me vas a permitir que digas que no es ningún boom, es decir, la comunicación humana desde que los individuos se comunican, desde que las personas se comunican hace millones de años ya se comunicaban a través de dibujos por lo tanto no hemos inventado absolutamente nada. El meme es un dibujo mucho más moderno con unas características mucho más modernas lógicamente que se transmiten a través de redes. La única diferencia que tenemos ha hecho que el individuo el ser humano a la hora de comunicase desde años

inmemorables hasta ahora es la velocidad en la transmisión eso sí que es novedoso, pero el meme no es novedoso. ¿Qué es el meme? Es un mensaje que se manda de la forma más breve posible pero que lleva todo un contenido, puede ser un meme con gestos entonces nos puede decir si esta alegre si esta triste es decir expresa sentimientos y emociones y a veces los memes cuando están bien contruidos expresan ideas realmente es lo mismo que utilizaban en el paleolítico las figuras y los dibujos en piedra es decir una forma de comunicarse unos con otros a través de dibujos o letras y en el meme es normalmente a través de dibujos.

¿Por qué tiene tanto éxito? Porque a veces es decir mucho en poco tiempo y rápido ese es el éxito, pero no es ninguna novedad es decir el ser humano a la hora de comunicarse no está inventando nada está dándole la velocidad a la transmisión y desde luego el número de personas a las que llega en eso si es boom, pero eso son las tecnologías, pero el meme en sí mismo no es nada

2. ¿Se le puede dar un buen uso a un meme a la hora de compartir a una red social?

Creo si estamos en un estado de derecho donde la libertad de expresión existe y la constitución de Ecuador lo permite, quien define el buen uso de un meme o el mal uso de un meme. El meme no aporta ninguna novedad las tiras satíricas en el siglo XVIII en los periódicos era lo más normal en el siglo XXI en los periódicos también hay tiras satíricas ahí está el chiste y el chiste lo que hace es una sátira de los problemas que tiene la sociedad y ahí entran los políticos por los tanto a que nos referimos con buen uso o mal uso primero tendríamos que decidir que es un buen uso pero lo que yo considero es que no hay ningún tipo de diferencia.

Siempre que utilizamos algo para comunicarnos con los demás y es público puede generar burla, generar ironía es la forma de comunicarnos criticar un meme tiene todo ese significado, pero el mismo significado que tiene un chiste el periódico el Universo o de tal humorista o de una revista satírica no hay diferencia entre el meme. El problema no es el meme es la acción de cómo se comunicas el individuo, el meme es lo de menos es como si en vez de un meme sueltas un bulo una mentira la pones en papelitos y la piensas en tirar por los pasillos de la Universidad el problema es la mentira que se está haciendo pública. El meme no tiene la carga, tiene la carga la acción de quien lo hace a través de un meme.

3. ¿Se debe tener medidas de seguridad a la hora de compartir un meme en las redes sociales?

Yo no creo si estamos hablando y defendiendo la libertad de expresión no necesitamos ninguna cortapisa ni mucho menos por parte del estado o de los poderes públicos o políticos dicho esto cuales son las medidas de seguridad la responsabilidad de cada una de las personas que comparte contenidos pero esto es lo mismo de la responsabilidad cuando hablas si dices algo en vez de decirlo oral lo compartes a través de un gráfico, dibujo la seguridad está en la responsabilidad y si las personas fueran éticas y responsables no estuviéramos preguntando por medidas de seguridad es algo como lo de Facebook por ejemplo que te elimina fotografías si se considera que se atenta contra la dignidad de una persona, a lo mejor has compartido una escultura y la escultura está desnuda entonces son esas dobles morales que se saben utilizaren las que la masa se sienta afectada y sigue sin cuestionarse nada pero realmente es una doble moral.

4. ¿Realmente puede mejorar la vida social compartiendo memes o puede empobrecerla?

Yo no comparto que cualquier red social te mejora la vida social eso es solo un espejismo, esa percepción se tiene porque no se piensa en serio entre lo que se tiene entre manos y hay muchos teóricos que están criticando esa forma de comunicarnos que nos ha facilitado la tecnología Baughman habla sobre una sociedad líquida es decir vivimos espejismos y no creemos nuestras propias mentiras por tener cinco mil personas o diez mil seguidores de amigos a los que no conoces a los que no te ocupas de ellos y solo estás viendo esa imagen de vida social feliz.

Hay enfermedades que están sufriendo consecuencia de eso como la depresión y dependencia por lo tanto decir realmente se puede mejorar la vida social desde una premisa que es falsa, no hay vida social, vida social es otra cosa ahora se puede mejorar ese mundo de relaciones, relaciones que no son reales tú no te preocupas del otro solo ves lo que él quiere es como un gran hermano donde cada uno decide que quieren lo que los demás vean y curiosamente lo que llama mucho la atención es como es el boom del uso de la tecnología de la red social, la gente todo el mundo vivimos luces y sombras.

5. ¿Qué características debe tener un meme para que propicie el uso correcto sin afectar a nadie?

No, tiene que tener nada más las características creativas de quien hace un meme, para hacer un meme hay que ser muy creativo, lo mismo que para hacer un buen anuncio, por lo tanto, las características es un arte, por ejemplo es como que preguntaras, ¿Qué tiene que cumplir un buen cuadro impresionista? O que tan poco es fácil hacer un buen chiste para que aparezcan en las páginas de los periódicos, entendido. Entonces el meme como forma de comunicación admite todos los modelos de comunicación que hay, la crítica, el análisis, el problema, es decir de todas las formas nos comunicamos. El meme realmente es una herramienta más.

Evidencia de realización de encuestas



Foto evidencia 1 Realización de encuesta a estudiantes de sexto nivel de la carrera de Comunicación Social



Foto evidencia 2 Realización de encuesta a estudiantes



Foto evidencia 3 Realización de encuesta a estudiantes de séptimo nivel de la carrera de Comunicación Social



Foto evidencia 4 Encuesta a estudiantes



Foto de acompañamiento junto a nuestro tutor licenciado Luis Rosero



REGISTRO DE ACOMPAÑAMIENTOS

Inicio: 28-11-2018 Fin 31-10-2019

FACULTAD CIENCIAS SOCIALES, EDUCACION COMERCIAL Y DERECHO

CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL

Línea de investigación: RELACIONES ESTRATÉGICAS ENTRE COMUNICACIÓN, EDUCACIÓN Y COMUNIDAD

TEMA: LOS MEMES Y SU INFLUENCIA EN LAS REDES SOCIALES

ACOMPAÑANTE: ROSERO CONSTANTE LUIS ARTURO

DATOS DEL ESTUDIANTE			
Nº	APELLIDOS Y NOMBRES	CÉDULA	CARRERA
1	ESCOBAR SILVESTRE JOSELIN GEOMARA	0928985043	COMUNICACIÓN SOCIAL
2	ZAMBRANO ZAMBRANO JOHANA ALEXANDRA	2300165434	COMUNICACIÓN SOCIAL

Nº	FECHA	HORA		Nº HORAS	DETALLE
1	10-06-2019	Inicio: 12:27 p.m.	Fin: 14:27 p.m.	2	PRIMERA REUNIÓN ORGANIZATIVA EN LA CUAL SE SENTARON LAS BASES DE LA MODALIDAD DE TUTORÍAS, ADEMÁS CONSEJOS ACADÉMICOS PARA REALIZAR LA INVESTIGACIÓN.
2	25-06-2019	Inicio: 12:29 p.m.	Fin: 14:29 p.m.	2	PRIMERA REUNIÓN DE TRABAJO, DELINEAR TEMA Y PARTE DEL PRIMER CAPITULO.
3	28-06-2019	Inicio: 12:26 p.m.	Fin: 14:26 p.m.	2	AVANCE DE PRIMER CAPITULO, SUGERENCIA DE BIBLIOGRAFÍA.
4	25-07-2019	Inicio: 12:26 p.m.	Fin: 14:26 p.m.	2	REVISIÓN INTEGRAL DE LA PROPUESTA DE TESIS
5	02-08-2019	Inicio: 12:32 p.m.	Fin: 14:32 p.m.	2	ACOPLAR EL REGLAMENTO DE TESIS REVISIÓN DEL CAPITULO I OBSERVACIONES: NO TIENE DETERMINACIÓN DEL TEMA REVISIÓN DEL CAPITULO II
6	08-08-2019	Inicio: 09:14 a.m.	Fin: 11:14 a.m.	2	REVISIÓN DE LOS CAPÍTULOS I Y II
7	13-08-2019	Inicio: 10:14 a.m.	Fin: 12:14 p.m.	2	REVISIÓN Y APROBACIÓN DEL CAPITULO III TRABAJAMOS EN EL CAPITULO IV Y V
8	03-09-2019	Inicio: 16:53 p.m.	Fin: 18:53 p.m.	2	REVISIÓN EN EL PROGRAMA ANTIPALGIO

ROSERO CONSTANTE LUIS ARTURO
PROFESOR(A)

ROSERO CONSTANTE LUIS ARTURO
DIRECTOR(A)

ESCOBAR SILVESTRE JOSELIN GEOMARA
ESTUDIANTE

ZAMBRANO ZAMBRANO JOHANA ALEXANDRA
ESTUDIANTE

Dirección: Cdla. Universitaria Km. 1 1/2 vía km. 26
Conmutador: (04) 2715081 - 2715079 Ext. 3107
Telefax: (04) 2715187
Milagro • Guayas • Ecuador

VISIÓN
Ser una universidad de docencia e investigación.

MISIÓN
La UNEMI forma profesionales competentes con actitud proactiva y valores éticos, desarrolla investigación relevante y oferta servicios que demanda el sector externo, contribuyendo al desarrollo de la sociedad.

Tesis

INFORME DE ORIGINALIDAD

9%

INDICE DE SIMILITUD

8%

FUENTES DE
INTERNET

0%

PUBLICACIONES

4%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

Submitted to Facultad Latinoamericana de
Ciencias Sociales (FLACSO) - Sede Ecuador

Trabajo del estudiante

3%

2

www.dspace.uce.edu.ec

Fuente de Internet

2%

3

revistas.utadeo.edu.co

Fuente de Internet

1%

4

repositorio.puce.edu.ec

Fuente de Internet

1%

5

repositorio.ucv.edu.pe

Fuente de Internet

1%

6

Submitted to Systems Link

Trabajo del estudiante

<1%

7

docplayer.es

Fuente de Internet

<1%

8

Submitted to Universidad Internacional de la
Rioja

Trabajo del estudiante

<1%

9	www.scribd.com Fuente de Internet	<1%
10	Submitted to Universidad Autónoma de Madrid Trabajo del estudiante	<1%
11	www.buenastareas.com Fuente de Internet	<1%
12	dspace.uniandes.edu.ec Fuente de Internet	<1%
13	myslide.es Fuente de Internet	<1%
14	Submitted to Universidad Estatal de Milagro Trabajo del estudiante	<1%
15	cuir.car.chula.ac.th Fuente de Internet	<1%
16	repository.usta.edu.co Fuente de Internet	<1%
17	Submitted to Universidad Adolfo Ibáñez Trabajo del estudiante	<1%
18	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	<1%
19	repositorio.ulvr.edu.ec Fuente de Internet	<1%
20	www.cyclopaedia.es Fuente de Internet	<1%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Activo