



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

**TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADAS EN CIENCIAS DE
LA COMUNICACION SOCIAL
PROPUESTA PRÁCTICA DEL EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE
CARRERA (DE CARÁCTER COMPLEXIVO)
INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL**

TEMA: Nuevas Formas de comunicar, memes

Autores:

Holguín González Génesis Manuela

Banchón León Shirley Karina

Acompañante:

MSc. Luis Arturo Rosero Constante

**Milagro, Octubre 2019
ECUADOR**

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabrizio Guevara Viejó, PhD.

RECTOR

Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Yo, Génesis Manuela Holguín González en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la propuesta práctica de la alternativa de Titulación – Examen Complejivo: Investigación Documental, modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor de la propuesta práctica realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación Relaciones estratégicas entre comunicación y educación y comunidad , 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 esta propuesta práctica 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.

Lunes, 28 de Octubre del 2019

Génesis Holguín G.

Génesis Manuela Holguín González

C.I: 094212699-6

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabrizio Guevara Viejó, PhD.

RECTOR

Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Yo, Shirley Karina Banchón León en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la propuesta práctica de la alternativa de Titulación – Examen Complexivo: Investigación Documental, modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor de la propuesta práctica realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación Relaciones estratégicas entre comunicación y educación y comunidad , 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 esta propuesta práctica 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.

Lunes, 28 de Octubre del 2019

Shirley Banchón León

Shirley Karina Banchón León
C.I: 172089204-9

APROBACIÓN DEL TUTOR DE LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

Yo, Luis Arturo Rosero Constante en mi calidad de tutor de la Investigación Documental como Propuesta práctica del Examen de grado o de fin de carrera (de carácter Complexivo), elaborado por Génesis Manuela Holguín González y Shirley Karina Banchón León, cuyo tema de trabajo de Titulación es **Nuevas Formas de comunicar, memes** , que aporta a la Línea de Investigación Relaciones estratégicas entre comunicación y educación y comunidad previo a la obtención del Grado **Licenciada en Ciencias de la Comunicación 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 del Examen de grado o de fin de carrera (de carácter Complexivo) de la Universidad Estatal de Milagro.

Lunes, 28 de Octubre del 2019



MSc. Luis Arturo Rosero Constante
Tutor
C.I: 090966652-1

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Mgtr. Luis Arturo Rosero Constante

Mgtr. Franklin Gregorio Macías Arroyo

Mgtr. Héctor Homero Mora Haz

Luego de realizar la revisión de la Investigación Documental como propuesta práctica, previo a la obtención del título (o grado académico) de LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION SOCIAL Presentado por la estudiante GÉNESIS MANUELA HOLGUÍN GONZÁLEZ

Con el tema de trabajo de Titulación: **NUEVAS FORMAS DE COMUNICAR, MEMES.**

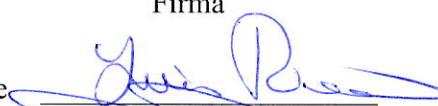


Otorga a la presente Investigación Documental como propuesta práctica, las siguientes calificaciones:

Investigación documental	[70]
Defensa oral	[30]
Total	[100]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) Aprobada

Fecha: Lunes, 28 de Octubre del 2019

Para constancia de lo actuado firman:

	Apellidos y Nombres	Firma
Presidente	Luis Arturo Rosero Constante	
Secretario (a)	Franklin Gregorio Macías Arroyo	
Integrante	Héctor Homero Mora Haz	

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Mgtr. Luis Arturo Rosero Constante

Mgtr. Franklin Gregorio Macías Arroyo

Mgtr. Héctor Homero Mora Haz

Luego de realizar la revisión de la Investigación Documental como propuesta práctica, previo a la obtención del título (o grado académico) de LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION SOCIAL Presentado por la estudiante SHIRLEY KARINA BANCHÓN LEÓN

Con el tema de trabajo de Titulación: **NUEVAS FORMAS DE COMUNICAR, MEMES..**

Otorga a la presente Investigación Documental como propuesta práctica, las siguientes calificaciones:

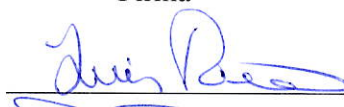

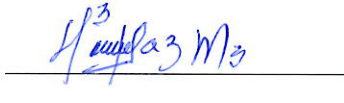
Investigación documental	[70]
Defensa oral	[30]
Total	[100]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado)

Aprobada

Fecha: Lunes, 28 de Octubre del 2019

Para constancia de lo actuado firman:

	Apellidos y Nombres	Firma
Presidente	Luis Arturo Rosero Constante	
Secretario (a)	Franklin Gregorio Macías Arroyo	
Integrante	Héctor Homero Mora Haz	

DEDICATORIA

El presente trabajo documental lo dedicamos principalmente a Dios, por ser el inspirador y darnos fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados de nuestra formación profesional. A nuestros padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años de carrera Universitaria.

AGRADECIMIENTO

Extendemos nuestros más sinceros agradecimientos a los docentes de la carrera de Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Sociales, Educación Comercial y Derecho, en especial a nuestro tutor, MSc. Luis Rosero Constante por guiar esta investigación y formar parte de otro objetivo alcanzado. A todas las personas que nos han brindado su apoyo y han hecho que el trabajo se realice con éxito.

ÍNDICE GENERAL

Tabla de contenido

DERECHOS DE AUTOR	ii
DERECHOS DE AUTOR	iii
APROBACIÓN DEL TUTOR DE LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR.....	v
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR.....	vi
DEDICATORIA	vii
AGRADECIMIENTO	viii
ÍNDICE GENERAL	ix
ÍNDICE DE FICHAS	x
RESUMEN	1
ABSTRACT.....	2
INTRODUCCIÓN.....	3
CAPÍTULO 1.....	4
CAPÍTULO 2.....	9
CAPÍTULO 3.....	19
CAPITULO 4.....	22
CAPÍTULO 5.....	26
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	27
ANEXOS.....	30

ÍNDICE DE FICHAS

Tabla 1 Ficha de Información Electrónica Crudo Milagro Matrix	30
Tabla 2 Ficha de Información Electrónica Confesiones Unemi	31
Tabla 3 Ficha de Información Electrónica Milagreño de Milagro	32

Título: Nuevas Formas de comunicar, memes .

RESUMEN

El desarrollo del trabajo documental se enfoca en las Nuevas Formas de comunicar, memes, debido a que los memes lo que son utilizados en redes sociales que en su mayoría expresa una opinión o crítica de una determinada situación que vive un grupo de individuos sea a nivel nacional o local. Este estudio pretende analizar y llevar a la reflexión que los memes no son simples gráficos o contenido de entretenimiento, sino que sirven como una herramienta comunicacional para generar valores éticos, costumbres y educación dentro de la Ciudad de Milagro, por lo tanto se estableció como objetivo general el diseñar memes con valores éticos a difundirse en las redes sociales que permitan un cambio en la sociedad y con esto se organizó un taller de análisis sobre el impacto que tiene los memes en la población, se estableció contenidos explícitos que vayan adjunto al diseño de los memes basados en valores éticos para una comunidad y se realizó un concurso de memes para destacar los valores éticos. En relación al trabajo se desarrolló el marco teórico en base a las variables investigativas. La metodología es de carácter Documental el cual consiste en un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por los otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas. En cuestión al desarrollo se centró en el diseño de tres memes con valores éticos como son libertad, justicia y respeto, los cuales tendrán frases reflexivas que impacten a la sociedad milagreña, para ello se escogerá las frases y se realizará una producción fotográfica de calidad y se difundirán a través de las páginas Unemi Radio y Comunicación que son dirigidas por los estudiantes de comunicación, de esta manera cambiar la perspectiva de los famosos memes en beneficio de la sociedad milagreña, estos memes proyectarán un cambio de actitud en las personas y de esta manera contribuir el desarrollo de la sociedad milagreña.

PALABRAS CLAVE: Memes, Redes Sociales, Comunicación, Sociedad, Valores,

Title: New Ways to communicate, memes..

ABSTRACT

The development of documentary work focuses on the New Ways of communicating, memes, because the memes what are used in social networks that mostly express an opinion or criticism of a certain situation that a group of individuals live is at the level National or local This study aims to analyze and lead to the reflection that memes are not simple graphics or entertainment content, but serve as a communicational tool to generate ethical values, customs and education within the City of Miracle, therefore it was established as an objective In general, designing memes with ethical values to be disseminated in social networks that allow a change in society and with this, an analysis workshop was organized on the impact that the memes have on the population, explicit contents were established that are attached to the design of memes based on ethical values for a community and a memes contest was held to highlight ethical values. In relation to work, the theoretical framework was developed based on the research variables. The methodology is Documentary in nature, which consists of a process based on the search, recovery, analysis, criticism and interpretation of secondary data, that is, those obtained and registered by the other researchers in documentary sources: printed, audiovisual or electronic. In terms of development, he focused on the design of three memes with ethical values such as freedom, justice and respect, which will have reflexive phrases that impact the Milanese society, for this the phrases will be chosen and a quality photographic production will be carried out and they will be disseminated through the Unemi Radio and Communication pages that are directed by the communication students, in this way changing the perspective of the famous memes for the benefit of the Milanese society, these memes will project a change of attitude in the people and of this way to contribute to the development of the Milanese society.

KEY WORDS: Memes, Social Networks, Communication, Society, Values,

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de este estudio se basó en los contenidos que proyectan las redes sociales, en especial los memes que han surgido como un medio de comunicación en los cuales se expresan diferentes críticas, opiniones de diferentes temas o de algo específico que vive un grupo de personas en determinados lugares, en la actualidad la nueva forma de comunicar un pensamiento o ideas se lo emplea a través de algo corto y exacto, dejando en el pasado textos largos y fotografías simples para dar paso a la nueva forma de comunicar que es el meme.

Dentro de este contexto, se enfocó específicamente en el cantón Milagro con el tema Nuevas formas de comunicar, memes. Trabajo investigativo permitió conocer que en esta localidad existen paginas como Crudo Milagro Matrix, Milagreño de Milagro, La fan page de Confesiones Unem1, proyectan memes, pero sin contenidos sin valores éticos, a pesar de contar una gran cantidad de seguidores su aporte al desarrollo a la comunidad no se enfoca en el valor ni la ética. Es por ello, que con esta investigación se propondrá una nueva forma de comunicar con memes que tengan contenidos en valores éticos basados en la libertad, justicia y respeto, de esta manera de contribuirá al desarrollo de la comunidad que en gran parte no práctica dichos valores, los cuales son importantes para vivir dentro de una sociedad en progreso.

Proponer la creación de estos tres memes respecto a estos valores éticos. El objetivo de esta propuesta es generar una retroalimentación con cada uno de los memes realizados se pretende llevar a la reflexión enseñar, educar y sobre todo cambiar el comportamiento de los individuos, en especial de la juventud que es la que más frecuenta las redes sociales y quienes comparten publicaciones.

La investigación documental desde su inicio se dirigió con la temática “Nueva forma de comunicar, memes”, ya que a través de este trabajo se busca impulsar un cambio de actitud en los usuarios de las redes sociales, los contenidos con los cuales se difundirán a través de los memes con contenidos basados en valores éticos, ayudarán a tener una mejor perspectiva de las situaciones que suceden dentro de una comunidad.

La relevancia de este trabajo es el fomento de valores que permitan a las personas cultivar actitudes positivas y que estas sean proyectadas a través del contenido digital en redes sociales como Facebook entre otros.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

En la actualidad las redes sociales se han vuelto un instrumento para informar, criticar y entretener. Este espacio digital no tiene una estructura comunicacional como los medios tradicionales en comparación con los periódicos donde la opinión del mismo está centrada a las páginas editoriales, los medios digitales utilizan con mucha imaginación instrumentos tales como la fotografía y la tipografía elementos que se difunden previamente los medios impresos.

La comunicación de esto dio como resultado la creación de los memes lo que son utilizados en redes sociales que en su mayoría expresa una opinión o crítica de una determinada situación que vive un grupo de individuos sea a nivel nacional o local. En la actualidad la nueva forma de comunicar un pensamiento o ideas se lo emplea a través de algo corto y preciso, atrás quedaron textos largos y fotografías simples para dar paso a la nueva forma de comunicar que es el meme.

Esta herramienta es muy utilizada en redes sociales y sitios web accesibles al consumidor. Las cualidades que representan al meme son:

- Un elemento cultural
- Factor humorístico
- Crítica
- Sátira
- Emite un mensaje con temas de actualidad
- Son ingeniosos
- Genera impacto
- Difunde con inmediatez por los miles de seguidores que tienen las redes.

En la ciudad de Milagro existen fan page que utilizan este recurso para describir situaciones determinadas como política, ambientales, sociales etc. entre las páginas que utilizan memes están: Milagreño de Milagro, Crudo Milagro Matrix y Confesiones Unem1 las páginas mencionadas se caracterizan por publicar memes de tendencia cultural que representan situaciones que acontecen dentro de la localidad estas páginas tiene gran aceptación por parte de los milagreños ya que se ha podido observar que tienen un sin número de seguidores quienes

comentan sus puntos de vista y comparte las publicaciones. Los memes son un fenómeno que ha captado la atención del público o de la audiencia en su totalidad.

La página Crudo Milagro Matrix cuenta con 9.298 seguidores y se destaca por crear memes netamente políticos generando conflicto en la comunidad quienes tienen favoritismo por las diferentes listas de partido políticos, analizando la fan page se pudo observar que inmediatamente las personas difunden este meme generando una gran cantidad de likes y comentarios tanto así que un meme publicado en esta página puede llegar a compartirse 289 veces, obteniendo 155 likes y teniendo una retroalimentación de 109 comentarios.

Milagreño de Milagro es una página que se dedica a generar memes de todo tipo ya sea políticos, económicos, social, cultural y de entretenimiento con una cantidad de 23.275 seguidores tiene gran aceptación en la comunidad milagreña la diferencia con la página crudo milagro Matrix es que la cantidad de likes en los memes obtiene hasta 20 me gusta, con 2 comentarios y compartidos hasta unas 5 veces.

La fan page de Confesiones Unem1 tiene 42.875 seguidores sus publicaciones o memes son creados en base al entorno universitario y de acontecer local, quienes siguen esta página en su mayoría son los estudiantes de la Universidad Estatal de Milagro. El administrador brinda un espacio para que las personas puedan enviar confesiones las mismas que son previamente publicadas en anonimato. Se pudo observar que tienen una buena aceptación por la ciudadanía quienes llegan hasta compartir una publicación 100 veces, con 315 me gusta y 41 comentarios, la retroalimentación de esta página es diferente a las anteriores ya que el dueño de la cuenta también responde a sus seguidores.

Este estudio pretende analizar y llevar a la reflexión que los memes no son simples gráficos o contenido de entretenimiento, sino que sirven como una herramienta comunicacional para generar valores éticos, costumbres y educación dentro de la Ciudad de Milagro. La propuesta de Richard Dawkins creador del meme ha revolucionado en la web.

Miles de usuarios comparten a diario en las redes sociales memes que sirven para criticar, generar burla y dañar la imagen de otras personas, los jóvenes son los que innovaron esta tendencia de compartir en redes sociales memes además de conocer que tipos de contenido comparten. Una vez analizado el entorno que se maneja en las redes se desarrollara memes que inculquen valores éticos con el fin de causar impacto en la sociedad.

Existen un sin número de valores éticos que ayudan a formar el comportamiento del ser humano para que actúen de manera pasiva y respetuosa dentro de una sociedad. Los valores que se propone afianzar son: Justicia, libertad y respeto considerando que estos 3 valores éticos representan actuar con responsabilidad a tener derecho como un individuo dentro de una comunidad y relacionarse con de manera respetuosa con los demás.

Se propone crear 3 memes respecto a estos valores éticos. El objetivo de esta propuesta es generar una retroalimentación con cada uno de los memes realizados se pretende llevar a la reflexión enseñar, educar y sobre todo cambiar el comportamiento de los individuos. Con la temática “Nueva forma de comunicar, memes” se busca impulsar un cambio de actitud en los usuarios de las redes sociales, los contenidos que se difundan a través de los memes ayudan a tener una mejor perspectiva de las situaciones que acontecen en una comunidad. Es indispensable en una sociedad que se fomente valores que permita a las personas cultivar actitudes positivas para tener una mejor convivencia a través de contenido digital en Facebook el meme se ha convertido en una pieza infaltable en nuestro diario vivir.

Al inicio los memes eran dibujos de caras atractivas, conocidas como rage faces (caricaturas de baja calidad que expresan una emoción simple). Con el transcurso del tiempo los memes se fueron innovando y surgió el trollface (cara de broma).

En la actualidad este elemento se fue extendiendo, ahora en redes sociales se puede apreciar memes dedicados a cantante, actores, futbolistas y figuras políticas que representan conflicto o entreteniendo. Asimismo, se usa escenas de películas, frases célebres y letras de canciones.

En las páginas anteriormente consultadas de la ciudad de Milagro que se dedican a la publicación de entreteniendo y creación de memes se puede constatar que no existen los memes de aporte educativo que fomente algún tipo de valor para la persona que lo observa o lo comparte. “Nueva forma de comunicar, memes” propone la creación de memes que, representando los valores éticos con una producción fotográfica, con mensajes de formación cultural.

Objetivo general

Diseñar memes con valores éticos a difundirse en las redes sociales que permitan un cambio en la sociedad.

Objetivos específicos

- Organizar un taller de análisis sobre el impacto que tiene los memes en la población.
- Establecer contenidos explícitos que vayan adjunto al diseño de los memes basados en valores éticos para una comunidad.
- Realizar un concurso de memes para destacar los valores éticos.

Justificación

El desarrollo de este trabajo se basa en desarrollar memes con valores éticos para concientizar a la sociedad milagreña y lograr una comunicación educativa para fortalecer los valores éticos en toda persona, sean estos niños, jóvenes y adultos de nuestra sociedad.

El impacto de estos memes no solo puede llegar a un emisor sino a un receptor, sino que también puede llegar a repercutir la vida de empresas y personas, el lenguaje de algunos grupos sociales, las conductas de estudiantes sean de escuelas, colegio o universidades, siendo la última de estas la más afectada. Es por ello, que este estudio se basa en influir en el comportamiento que causan esta clase de imágenes con descripciones breves llamados memes y su afectación como tal.

Se le llama meme por la teoría que fue desarrollada por el científico Richard Dawkins en su libro de 1976 titulado el gen egoísta. En su investigación, Dawkins concluyó que los memes se responden y se transitan como lo hacen los genes porque son la unidad mínima de información que puede transmitirse y, en su interpretación, es el medio por el cual se efectúa la transferencia cultural. Según la hipótesis del erudito, da la misma lógica que sigue el proceso evolutivo. De acuerdo al genetista, los memes se propagan por la cultura humana como lo hacen los genes por herencia genética.

La gran parte de las características que son inusuales y sorprendentes en las personas, las cuales pueden definirse con una sola palabra: cultura. La transferencia cultural es semejante a la transmisión genética, que a pesar de ser conservadora fue llegar a evolucionar (Dawkins, 1979, p. 215).

Sin embargo, esto no significa que Dawkins inventó los memes, sino que se adhirió a la teoría evolutiva basada en la genética (el estudio del ADN, que contiene las instrucciones y el manual del funcionamiento de los seres vivos), el científico propuso que, de esa manera, en el que los humanos hacen una transmisión cultural en el transcurso del tiempo, hay una unidad mínima por su simplicidad y la facilidad con que se transmite entre los seres humanos.

Bueno, el meme como lo conocemos ahora siempre comparte esa característica: está compuesto por una unidad comunicativa mínima, generalmente reflejada en una imagen cuyo contexto es conocido por una buena parte de los usuarios de Internet, y que está acompañada por otro elemento que complementa el Imagen para actualizar el mensaje contenido en el meme.

Con el rápido desarrollo tecnológico, los emoticonos adquirieron una vida propia en los servicios de mensajería de telefonía móvil y chat en Internet, como MSN Messenger, y dejaron de ser una construcción de personajes para formar caras y mensajes para convertirse en una pequeña Imagen que acompaña al texto y condiciona el mensaje que lo acompaña, tal como funcionan los memes modernos de hoy.

Los memes en la actualidad han causado un gran impacto, dejando a tras el perjuicio de que son pocos los que enuncian expresiones artísticas para decir lo que los demás no se atreven a decir, gracias a la creatividad con la poseen. A nivel se expresan más de 150 millos de mensajes diarios en una página de internet, de ahí se genera una retroalimentación global de acuerdo a los temas, hechos o fenómenos que acontecen en un sector, país o región.

El aprendizaje social se da por intrínseco o Motivaciones extrínsecas, ya que, al observar los modelos sociales, estos mecanismos se refuerzan al aprender a hacer lo que otros han hecho y abstenerse de lo que se sanciona.

La memética es, por lo tanto, un instrumento importante en el aprendizaje colectivo, por lo tanto, se sostiene que los memes a más de servir como un nexo de expresión permite una difusión de carácter inmediato, en los cuales transmiten aspectos culturales que generan cambios en las nuevas generaciones en cada estado. El impacto que producen los memes hace que se genere un cambio de mentalidad que se ve reflejado hasta en la forma de hablar con lo que expresan tales imágenes de la cotidianidad en cada país. Es tanto la conmoción como la resistencia que tiene las formas de comunicar antes de algún evento suscitado en un país, región o ciudad, la generación de una ilustración de esta situación se materializa de inmediato y tiene cientos de repercusiones en las redes.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

Antecedentes

La teoría del MEME

De acuerdo a los antecedentes del termino meme, fue concebido por Richard Dawkins en el libro de *The Selfish Gene*) que de acuerdo a la similitud fonética con el gen y para señalar semejanza con memoria y mimesis. Según Dawkins la peculiaridad de los genes es que son realidades replicantes, por lo tanto, si en la biología se muestra como un gen replicante así mismo se proyecta en la esfera cultural, por lo tanto, esta entidad replicante tomo el nombre de meme.

Dentro de este contexto, un meme es un medio de información que se difunde de una persona a otra de repetidas ocasiones que forman parte de su patrimonio cultural, sin embargo hay que tener en cuenta que existen memes más impactes que otros, esta situación se da por tres factores primordiales; la longevidad, fecundidad y fidelidad, por ello se manifiesta claramente que la mejora del éxito del interne se debe a estos factores.

Razón por la cual, ante el auge de la teoría memética el internet ha mantenido un crecimiento constante en el desarrollo de la comunicación en masas, donde se han creado un sin número de sitios donde se conectan con sentimientos afectivos para la interacción social, entre los cuales están los correos electrónicos, siendo este el principal medio de difusión de los memes, fue ahí donde el termino meme tuvo un nexo con internet y se generaron los fenómenos virales.

El uso del meme se dio mucho en el año 1998 por algunos periodistas, quienes fueron los pioneros en usar memes, como videos virales, cadenas de correo, correos electrónicos, entre otros. Se puede decir que los inicios de los memes en el internet empezaron con las modas y tendencias que se difundían de forma acelera en la Web. Desde entonces se han realizado un sin número de estudios incluida la memética, que se enfocan específicamente en investigar las referencias de la plataforma tecnológica que dieron paso a los memes en el internet.

De acuerdo con esto, el desarrollo de las personas que hacen memes y los transmiten en el internet no estaría relacionadas con los Memética, ya que no se replican a sí mismos, sino que requieren un grupo de entidades para llevar a cabo dicha transmisión. En el caso que

corresponda a aquellos que responden, se encuentran los memonautas que crear, modificar y difundirlos en el internet, por lo tanto, desempeñan un rol activo en la producción de memes.

Para diferenciar los dos memes se han manejado un sin número de denominaciones por varios autores que los han llamado, memes en línea, pero en sí los resultados de varios estudios sobre el tema prefieren llamarlos memes de internet, aunque el usuario común que no está familiarizado con la teoría memética, simplemente los llama memes (Valverde, 2018).

El negocio de los memes en el mundo empresarial

Dentro del mundo empresarial muchas organizaciones pagan por estas imágenes ya son una especie de publicidad potencial que de alguna manera venden según muchos empresarios. Muchos jóvenes se dedican a realizar memes, trabajo que son solicitados por lo general por empresas, de acuerdo a la investigación se pudo conocer que una persona que se dedica hacer memes realiza hasta 300 cada mes, otros 75 memes 4 días en un mes, en fin, las horas que laboran depende de cuan inspirado estén estos creativos para asociar estas imágenes con frases impactantes que comuniquen algo importante o dar un nuevo las fotografías que serán difundidas por las redes como Facebook, Twitter.

En unos casos los sueldos de estas personas dependen de la campaña que las empresas que los contratan impulsen. En lo concerniente a sus contratos de trabajos se los realizan bajo confidencialidad y son bien remunerados.

Los memes no solo se caracterizan por hacer reír existen muchos que son usados para denigrar a alguien o algo, ya que por lo general siempre hay un mensaje detrás de los memes, aunque muchas veces no es la frase sino lo que transmite en las personas que hace difundan con rapidez los memes. Cabe mencionar que estas piezas publicitarias llaman más la atención a quienes son usuarios digitales y son ellos quienes los vuelven virales en la red social de preferencia.

Los memes tienen una mayor difusión en las redes sociales que en cualquier plataforma web, puesto que los consumidores tienen el poder de decisión de decidir que van consumir y que no, por lo tanto, lo más certero es que las empresas direcciones sus esfuerzos en adaptarse a los consumidores, es por ello, que muchas empresas han tomado a los memes como una herramienta publicitaria para mantener una comunicación más cercanas con sus clientes.

Cultura de la reproducción

La razón por la que los memes se incrementan en Internet es gracias a la mentalidad de los consumidores, ya que ellos están dispuestos a crear contenidos para viralizarlos en la red sin importar cual es el fin, lo importante es la cantidad de reproducciones que se realizan al diario en un sector, región o país.

El catedrático magíster en Comunicación social de la Universidad de Chile, Carlos Ossa, sostiene que: La reproducción es una particularidad del siglo XIX con la evolución de la industria dedicada a la elaboración de objetos y de racionalización de productos. Esto de la reproducción caracteriza la naturaleza de la sociedad moderna. Teniendo en cuenta tal reflexión, esto puede entrever que la producción de memes es una acción meramente una manifestación de la modernidad, que es un proceso que se ha venido dando desde hace mucho antes de la presencia de la Web en el mundo (Stange & Peña 2014, p. 78).

Generación de comunidades en la Red

Los memes son un medio de transmisión que juegan un papel primordial en la generación de las sociedades en las redes, sean estas a nivel internacional como nacional donde se han desarrollado redes como una de las más importantes. Los memes son más difundidos en colegios, universidades las cuales le dan diferentes utilidades, creando un lenguaje comprendido dentro de una comunidad (Villar, 2014).

Como se maneja los memes en el Ecuador

Según un estudio realizado en Crudo Ecuador, la información sobre los memes en nuestro país se amplía aún más. Luego del análisis del discurso pronunciado ante los memes de Crudo Ecuador, se puede interpretar lo siguiente. Con respecto a los nuevos mecanismos de comunicación, se podría asegurar que el futuro de la comunicación esté en Internet y, por lo tanto, los mecanismos de comunicación del pasado se verán eclipsados por aquellos nacidos en la web o desarrollados a partir de ella.

Para entender esto, se debe tener en cuenta algunos factores importantes que solo son posibles en la actualidad, gracias al desarrollo de la tecnología.

En todos los memes estudiados en Crudo Ecuador se pudo encontrar elementos de ecuatorianidad; Estos elementos se refieren a expresiones populares, costumbres, figuras

públicas, tradiciones y celebraciones, eventos nacionales, como eventos deportivos o eventos coyunturales.

Asimismo, los temas que se abordan dentro de los memes responden a situaciones de incidencia nacional. Por estas razones, se puede decir que los memes reproducen rasgos y mentalidades típicas de una cultura nacional con la cual los espectadores de la nacionalidad ecuatoriana se sienten identificados y pertenecen a la realidad presentada. Es decir, los componentes de cada uno de los memes representan aquellas características inconscientes con las que los ecuatorianos nos sentimos identificados a nivel colectivo a partir de nuestra identidad individual, lo que consideramos nos identifica como ecuatorianos.

Los componentes del discurso de los memes estudiados requieren un conocimiento contextual cercano por parte del lector, solo de esta manera se podrían entender las piezas en su totalidad. Del mismo modo, el sujeto enunciado debe estar familiarizado con los componentes, sus significados y la realidad nacional a la que se refieren, para articular su discurso de la manera correcta; De lo contrario, los memes serían incomprensibles o parcialmente comprensibles, lo que seguramente haría que se perdieran en la red sin cumplir su ciclo de vida; Vuélvete viral o evoluciona.

Los memes cumplen una función comunicativa, su tema central se relaciona con los contenidos noticiosos de noticias nacionales, desde la perspectiva de un sector de la opinión pública. Los memes no cumplen una función informativa, no son noticias y no deben tratar de serlo.

En realidad, los memes son simples herramientas de comunicación, no necesitan un gran procedimiento para su producción y cualquiera puede usarlos fácilmente. En el caso de los memes analizados, su uso permite a su creador expresar un rostro de opinión pública y el sentimiento de la comunidad frente a diversos eventos de una manera sorprendente y eficiente.

Actualmente, los mecanismos de comunicación se destacan por la simplicidad de su formato, la estructura de los memes es realmente tan simple que no requiere un conocimiento superior para crearlos, la información presentada no sigue un tratamiento correcto; no está verificado y en la mayoría de los casos es imposible rastrear a su autor. Además, las razones para generarlos son infinitas y su alcance es peligrosos.

A pesar de que el creador de los memes de Crudo Ecuador sabía cómo usar correctamente sus recursos para evitar posibles interpretaciones erróneas por parte de los

lectores, no todos los creadores de contenido tienen el mismo cuidado. Esto implica posibles riesgos futuros debido a la capacidad de los memes para modificar la percepción de las personas sobre los problemas actuales o nacionales cuando se desconoce el problema, si la información del meme se considera cierta, puede influir en la conducta y la opinión personal, como sucedería con cualquier medio de comunicación (Rosero, 2015).

Marco legal

Ley Orgánica de Comunicación

Pese a que aún se debe esperar al trámite normal para que el ejecutivo vete o disponga la publicación de la Ley Orgánica de Comunicación, vamos a realizar un breve análisis del texto emitido por la Asamblea Nacional con la finalidad de promover el análisis de este importante cuerpo legal.

Carácter de la Ley: La Ley es Orgánica y por tanto está dotada de una jerarquía superior dentro del ordenamiento jurídico nacional y por eso requirió para su aprobación de mayoría calificada dentro de la Asamblea, lo cual no supuso ningún inconveniente con la actual constitución de la Asamblea luego de 4 años de que el mandato ciudadano dispuso su elaboración.

Lo siguiente a analizar es el ámbito y alcance de la Ley que se definen en el primer artículo de la misma:

Art.- 1.- Objeto y ámbito. - Esta ley tiene por objeto desarrollar, proteger y regular, en el ámbito administrativo, el ejercicio de los derechos a la comunicación establecidos constitucionalmente.

Aquí e identifica varios aspectos:

No es una ley de medios como se pretende posicionar desde varios sectores interesados

No solo regula, sino que se propone desarrollar y proteger derechos constitucionales (Asamblea Nacional, 2019).

Su ámbito es administrativo

Igualmente, en el proceso de análisis nos resulta importante entender la definición de contenido comunicacional definido como:

Art.- 3.- Contenido comunicacional. - Para los efectos de esta ley, se entenderá por contenido todo tipo de información u opinión que se produzca, reciba, difunda e intercambie a través de los medios de comunicación social.

Aquí se tiene la definición importante de contenedor que es medios de comunicación social definidos en el Art. 5 de la Ley como : (Asamblea Nacional, 2019).

Art.- 5.- Medios de comunicación social.- Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

Aquí queda claro que el contenido de los medios de comunicación, generado o replicado a través de Internet, se considera contenido para efectos de esta Ley igualmente.

Con estos artículos, hemos fijado el marco de acción de la Ley integrado por el ámbito, alcance, contenido y contenedor, así como el espíritu de protección de los derechos constitucionales de comunicación que anima su expedición.

Con estos antecedentes para contextualizar, en esta primera entrega trabajaremos sobre la Ley y su relación con Internet y Redes Sociales.

El siguiente artículo explícitamente trata de Internet al referirse a «contenidos personales» refiriéndose a información u opiniones que de modo «personal» se emita en la red:

Art.- 4.- Contenidos personales en internet. - Esta ley no regula la información u opinión que de modo personal se emita a través de internet. Esta disposición no excluye las acciones penales o civiles a las que haya lugar por las infracciones a otras leyes que se cometan a través del internet.

Por tanto, se excluye explícitamente en esta Ley toda acción que afecte la libre expresión personal de opiniones o la emisión de información a través de Internet. Por supuesto, se explicita que esto no excluye normas legales que rigen en lo civil y penal para casos de infracciones. Por tanto si se difama, miente, injuria o altera el orden público configurando una infracción tipificada, aunque sea pretendiendo establecer que es «información u opinión

personal» se estará sujeto, como debe ser, a las normas legales penales o civiles, que correspondan (Asamblea Nacional, 2019).

En referencia a la característica interacción en Internet de los lectores con los medios, la ley trata uno de los principales problemas que es el anonimato, que, aunque es uno de los principales valores a proteger en cuanto a derechos civiles, no puede usarse para promover la difusión de contenidos inapropiados. Al respecto se establece la responsabilidad en los medios que reproducen los contenidos:

Art.- 20.- Responsabilidad ulterior de los medios de comunicación. - Los medios de comunicación solo podrán reproducir mensajes de las redes sociales cuando el emisor de tales mensajes esté debidamente identificado; si los medios de comunicación no cumplen con esta obligación, tendrán la misma responsabilidad establecida para los contenidos publicados en su página web que no se hallen atribuidos explícitamente a otra persona. Aunque existen otros artículos que mencionan los portales o las TICs, no se refieren a regulación o promoción de contenidos en Internet o redes sociales por lo que no serán objeto de análisis en la presente entrega (Asamblea Nacional, 2019).

Capítulo II Derechos a la comunicación, sección I Derechos de libertad

Art. 17.- Derecho a la libertad de pensamiento y expresión. Para el desarrollo y aplicación de la presente Ley, toda persona tiene el derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir información ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección, e incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones.

No se puede restringir el derecho de expresión por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares de papel, de periódicos, de frecuencias radioeléctricas o de enseres y aparatos usados en la *difusión* de información o por cualesquiera otros medios encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones.

Los espectáculos públicos pueden ser sometidos por la Ley a censura previa con el exclusivo objeto de regular el acceso a ellos para la protección de la infancia y la adolescencia, sin perjuicio de lo establecido en el inciso segundo.

Estará prohibida toda propaganda en favor de la guerra y toda apología del odio nacional, racial o religioso que constituyan incitaciones a la violencia o cualquier otra acción ilegal similar contra cualquier persona o grupo de personas (Asamblea Nacional, 2019).

Marco conceptual

Comunidad virtual.- Es una anexión social que nace de la red, donde una gran parte de personas entienden sobre discusiones públicas durante un tiempo determinado, con una gran impresión del ser humano, para formar redes de relaciones y nexos personales en el internet (Calle, 2015).

Comunicación. - Es la transmisión de información constantemente, relacionando la causa con lo que produce y el efecto que se da, estas acciones de comunicación permiten las relaciones sociales con más de dos personas a través diálogo y la discusión. En pocas palabras se habla de comunicación con el reciprocidad de sentimientos, actitudes, entre otros (Fedor, 2016).

Comunicación social.- este tipo de comunicación busca promover las relaciones humanas, mejorando la condición de la personas, esto es lo contrario que la comunicación masiva, a pesar que emplea los mismo medios para transmitir mensajes (González & Pereda, 2015).

Información.- Es medio para transmitir una noticia o información de importancia para las personas, estos medios comunicativos pueden ser a través de mensajes o datos procesados que una determinada empresa, sector o persona (Yang, 2016).

Sitio Web.- es una archivo que se encuentra disponible en la Word Wide Web o que cumple con las características o formato para aparecer en ella y son visualizadas en medios electrónicos (Florido, Mesa, Pavón & Medero, 2015).

Sociedad de la información.- Es donde toda personas tiene acceso ilimitado a la información proporcionada por otras personas, donde el conocimiento se multiplica por diferentes herramientas electrónicas para llegar a un usuario (Guillermo, 2017).

Tecnología.- Se la considera como un discurso sobre la habilidad de hacer las cosas de una forma ordenada y siguiendo lineamientos necesarios que proporcionen soluciones acertadas ante problemas o ejercicios de la vida diaria (Parga & Rubio , 2016).

Memes: los memes son representaciones gráficas, ideas, situaciones y pensamientos de diferentes tipos que se expresan de manera virtual a través de Internet y las redes sociales. También se conocen como viñetas o dibujos que no son necesariamente elaborados pero que

se transmiten claramente. Ideas y emociones. El formato puede ser variado y puede ser imágenes, videos, animaciones e incluso frases o palabras (Martínez, 2018).

Memética. - Es una forma de entender la evolución cultural. Se hace una comparación entre los memes y los genes. Los genes permiten la conservación de la especie. En paralelo, un meme sería la unidad mínima de información de transmisión cultural (García, 2015).

Autenticidad.- De acuerdo a la autenticidad de las personas es como medimos con objetividad muchas cosas, el ser autentico es ser como somos en todo lugar, como personas honestas, libres y capaces de desenvolvernoss en cualquier entorno (George, 2015).

Reproducción masiva de información.- Es un producto que se maneja en una sociedad de consumo y que se presenta de diferentes maneras, sean estos mensajes, videos, memes, etc., la reproducción es una acción de la sociedad moderna (Golovina, 2014).

Plataformas tecnológicas.- Se trata de estructuras de trabajo en equipo público-privado lideradas que se manejan en una industria, donde se generan un sin número productos que son difundidos de acuerdo a las necesidades tecnológicas y de investigación en el campo a un medio o largo plazo (Becerra & Vegas, 2015).

Producciones humanas. - El ser humano tiene, además de sus características biológicas, un entorno cultural que crea y recrea todo el tiempo, tanto su propia cultura como sus características innatas. Es por eso que a través del desarrollo de su capacidad simbólica, una persona puede comunicarse y entender con otras personas (Comunicación cultura y sociedad, 2014).

Genetista. - Los genetistas estudian cómo varían las diferentes formas de vida y cómo estas variaciones se transmiten a las generaciones sucesivas. Esto requiere que realicen experimentos para determinar el origen, los mecanismos y las leyes que rigen los rasgos heredados particulares. Los genetistas también buscan determinantes responsables de ciertos rasgos (de Jesús-Solís, Huicochea-Montiel, & Vázquez, 2014).

Desarrollo tecnológico.- Es el avance de la tecnología que contribuyen en la vida de la personas, aumentan el ocio y son factores de disminución de la pobreza gracias a producción de productos que sirven para el bienestar de las personas (Marín & Pérez, 2015).

Frases cómicas: normalmente son mensajes cortos, es una forma de reír todos los días, se pueden presentar de diferentes maneras, la idea es olvidar todo lo que nos rodea para pasar

un rato divertido leyendo las tonterías que nos hacen aislarnos del mundo, siendo el meme una nueva alternativa para mejorar el humor o la aptitud (Serrano, 2016).

Usuarios digitales: la integración de nuevas tecnologías es un proceso cada vez más rápido. Con cada cambio, los usuarios adaptan su comportamiento para aprovechar las funciones, mientras producen nuevas necesidades. Todo este proceso afecta a las empresas y sus estrategias enfocadas a los usuarios. Muchos dejaron la apertura de un blog para interactuar con el público, siguieron una cuenta en Facebook o LinkedIn y hoy ven la necesidad de ingresar a Instagram o incluso a WhatsApp (Buenaño, Barriga, & Cadena, 2015).

Mentalidad de prosumidor.- Es la combinación de palabras, productor y consumidor, donde lo que producen ganan dinero y los consumidores gastan sus recursos económicos, las compras que se hacen con descuentos simplemente resta la cuenta del banco en vez de estar agregando dinero a la cuenta (Lastra, 2015).

Expresiones artísticas. - Es mezclar una serie de emociones del espectador, es decir lo relacionado a la sorpresa, el asombro, la belleza, el disgusto y hasta la tristeza. Muchas obras de arte generan en la personas un sentimiento de rapidez mientras que otros dependen del conocimiento de la persona (Larraín, 2017).

Cambios culturales. - Estos se dan por los cambios constantes que se originan en los medios de comunicación tradicional. Los recursos tecnológicos son influyentes en especial en las redes sociales donde todo contenido se lo difunde de manera inmediata con la finalidad de impactar al mundo (Romero, Rivera, & Valdez Román, 2015).

Gen.- Es estado funcional y físico que se origina de padres a hijos, es decir los genes con parte del ADN. Gran parte de los genes contienen información necesaria para ser empleada donde se requiera (Instituto Nacional del Cáncer, 2015)

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA

La investigación es de carácter Documental, este se base en la búsqueda, recopilación y análisis de los datos obtenidos de estudios o trabajos referentes al tema planteado en fuentes documentales impresas, electrónicas o audiovisuales. Todo esto conllevará al fortalecimiento de nuevos conocimientos que servirán para evidenciar los supuestos de una investigación específica en espacio y tiempo (Arias, 2006).

En cuanto al tipo de investigación esta es Cualitativa, “utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación” (Hernández, 2010), por lo tanto, al trabajar con elementos bibliográficos es una investigación bibliográfica, es decir, se efectuara una revisión bibliográfica de acuerdo al tema planteado (Matos, 2018).

El Alcance de este estudio, según su Diseño es Exploratorio, que a través del establecimiento de la problemática se desarrollaran procedimientos adecuados para obtener información veraz que permita identificar las causas que generan el problema central y a su vez a la comprobación de los supuestos establecidos (Espinoza & Toscano, 2015).

Es descriptivo, porque a través de la descripción se procederá al análisis del objeto de estudio o de una situación concreta, señalando las características y propiedades que son parte de este trabajo y que requiere de una clasificación ordenada de los hechos o fenómeno que intervienen el trabajo investigativo (Alfaro, 2013).

El alcance exploratorio surgió en el momento que se recolectó información documental de tipo bibliográfica que permitió analizar estudios realizados acerca del tema en estudio, seguidamente el alcance paso hacer descriptivo porque se analizó teóricamente cada una de las variables del estudio de los memes con valores éticos a difundirse en las redes sociales que permitan un cambio en la sociedad y finalmente termino siendo explicativo porque se llevó a un análisis dentro del capítulo que consecutivamente se desarrolla.

Las Fuentes utilizadas fueron de tipos primarias y secundarias, es decir, provenientes de libros, artículos científicos, informes, periódicos o datos proporcionados por entidades públicas o privadas (Hernández , 2010).

En lo que corresponde a las fuentes secundarias se obtuvo información elaborada, organizadas de documentos primarios de primera mano, tales como directorios, enciclopedias, trabajos de temas similares, etc. (Hernández, 2010).

Población de estudio

Objeto de estudio: sociedad milagreña.

Métodos y técnicas

En cuestión a los Métodos y Técnicas de investigación, fueron Métodos Teóricos y Empíricos. Entre los Métodos Teóricos están el lógico, el analítico, el sintético, el inductivo y deductivo.

Método lógico

Es el conjunto de normas o lineamientos a seguir para emplear una adecuada forma que ayude a redescubrir la verdad o demuestre un hecho, esto se pueden dar en todas las disciplinas en las que se tenga que intervenir en el proceso investigativo (Bernal y Cesar, 2013).

Método Analítico-sintético

Se lo utiliza porque mediante este método se aparta los elementos constitutivos de un todo, para luego unir las partes principales y formar un nuevo todo (Bernal y Cesar, 2013).

Método inductivo

La aplicación de este método ayuda a realizar un estudio exhaustivo de cada una de las variables que intervienen en este trabajo investigativo.

Método Deductivo

A través de este método se analizó las causas por las cuales se da esta problemática. (Hernández, 2010).

Métodos empíricos

La aplicación de este método, permitió la elección de la técnica a emplearse en el trabajo investigativo documental-bibliográfica, siendo estas la Ficha Hemerográfica, archivo, tesis, artículos, etc.

Ficha de Información Electrónica

A través de ella los datos recabados se los obtuvo de la web como por ejemplo del internet, estas fichas permiten plasmar la información recabada para ser registrada los datos del sitio web de donde fue escogida, para ello se considera necesario los siguientes pasos a seguir; Apellidos y nombres de autor de la obra o investigación, el título, lugar, dirección electrónica, fecha de consulta, editor y técnicas empleadas (Chong, 2016)

Entre los métodos empíricos que utilizamos está la observación de campo, análisis de contenido.

CAPÍTULO 4

DESARROLLO DEL TEMA

El desarrollo de este trabajo se enfoca en las nuevas formas de comunicar en la actualidad, como son los memes. Los memes son unidades con una mínima información para proyectas en los medios web o redes sociales que forman parte de la información cultural que se desea difundir. La memética comprende a más del mimesis a la réplica por repetición. El concepto memética fue proyectado por primera vez en el año de 1976 por el biólogo británico Richard Dawkins en su trabajo del gen egoísta.

Richard Dawkins sostiene que un meme es un grupo de genes que varían, compiten, generan códigos entre otros memes, etc. Esta nueva forma de comunicar sigue un modelo evolutivo que es manejado por las masas donde se pone en manifiesto la aptitud humana y sus valores intrínsecos de cada cultura.

Dentro de este contexto, se busca impulsar un cambio de actitud en los usuarios de las redes sociales, a través de los contenidos que son difundidos en los memes, con la finalidad de proyectar una mejor perspectiva de los acontecimientos que influyen en la sociedad milagreña.

Las redes sociales cuentan con miles de seguidores que comparten a diario memes que proyectan críticas, generan burla o hasta dañan la imagen de otras personas. Cabe mencionar que la juventud es quienes le dieron un gran despunte o innovación a esta nueva tendencia de compartir en sus redes sociales estos memes.

En el medio milagreño existen tres páginas que se dedican a difundir memes, como son:

- La página Crudo Milagro Matrix
- Milagreño de Milagro
- La fan page de Confesiones Unem1

Las cuales utilizan este recurso para describir situaciones determinadas como política, ambientales, sociales etc. las páginas mencionadas se caracterizan por publicar memes de tendencia cultural que representan situaciones que suceden dentro del cantón, estas publicaciones tienen gran aceptación por parte de los milagreños debido al alto número de seguidores quienes comentan sus puntos de vista y comparte las informaciones.

En las páginas anteriormente consultadas de la ciudad de Milagro que se dedican a la publicación de entreteniendo y creación de memes se puede constatar que no existen los memes de aporte educativo que fomente algún tipo de valor para la persona que lo observa o lo comparte. Motivo por el cual el trabajo investigativo documental propone la creación de memes que, representando los valores éticos con una producción fotográfica, con mensajes de formación cultural.

Los memes que se proponen tienen contenido cultural con valores éticos de:

- Libertad
- Justicia
- Respeto

Las cuales tendrán frases reflexivas que impacten a la sociedad milagreña, para ello se escogerá las frases y se realizará una producción fotográfica de calidad, tales memes serán difundidos en las páginas oficiales de la carrera de:

- Unemi radio
- Comunicación.

Unemi Radio fue creada el 2 de Julio del 2014, cabe mencionar que para establecer el nombre que hoy lleva esta página paso por tres denominaciones, cuenta con 1.674 seguidores, donde los estudiantes de la carrera de Comunicación Social se forman a través de esta radio, como expresarse, que contenidos promocionar para mantener la atención de sus seguidores o futuros seguidores.

Comunicación es la página oficial de la Carrera de Comunicación de la facultad Ciencias Sociales, Educación Comercial y Derecho de la Universidad Estatal de Milagro. Tiene 1.743 seguidores, donde su administrador es el Director de la carrera. Los contenidos que se comparten en la fan page son respecto a la universidad en general. Y en la actualidad los contenidos de noticias lo redactan alumnos que están realizando sus prácticas pre profesionales del itinerario de medios impresos y relaciones públicas. Con un total de 3.417 seguidores con las dos páginas de Facebook.

Los valores éticos son de gran desarrollo integral humano ya que ayudan a formar el comportamiento del ser humano, y así respeten al prójimo o actúen de manera pasiva dentro de una sociedad donde se están olvidando la importancia de los valores y como esto marca la vida de las personas de una manera positiva.

Los valores que se propone realizar son justicia, libertad y respeto considerando que estos 3 valores éticos permitirán que las personas actúen de forma justa, respetando a los demás y valorando al prójimo con sus defectos y virtudes en todo momento.

Es por ello que los memes con valores éticos se difundirán a través de estas páginas y de esta manera cambiar la perspectiva de los famosos memes en beneficio de la sociedad milagreña, estos memes proyectarán un cambio de actitud en las personas y de esta manera contribuir el desarrollo de la sociedad milagreña.

Para la creación de los memes se realizará una producción fotográfica la misma que contará con la participación de estudiantes y personas colectivas quienes serán los colaboradores principales para las siguientes fotografías.

Descripción de los memes

Respeto

Para representar el valor del respeto a través del meme tomamos como ejemplo una problemática social que vive la mujer que es la falta de respeto a diario. Por ende, se recreó una fotografía donde trabajadores de construcción le den un homenaje a la mujer al momento de cruzar por donde ellos laboran. Es así como le damos otra perspectiva al tema. Inculcando el valor del respeto y llevando a la reflexión con una frase emotiva que dice: El respeto es uno de los grandes tesoros de la vida. – Marilyn Monroe.

Libertad

El valor de la libertad se recreó una imagen en las gradas del estadio universitario con diferentes equipos de futbol, donde se plantea una de las problemáticas que se vive dentro de los estadios de futbol. Al momento de que la hinchada va a observar a su equipo preferido jugar ellos votan basura por todos lados y no recogen los desperdicios. La fotografía va a proyectar a jóvenes gritando el nombre de su equipo y otros dando el ejemplo de recoger su basura. Con esto se demostrará la falta de cultura que existe al momento de votar los desechos. Este meme fue acompañado con una frase reflexiva que dice: La libertad no consiste en hacer lo que nos gusta, sino en tener el derecho a hacer lo que debemos (Papa Juan Pablo II)

Justicia

El que ha superado sus miedos será verdaderamente libre (Aristóteles), todo ser libre podrá obrar bien y respetar la normas, derechos y leyes que se rigen un Estado. La fotografía va a proyectar a un pequeño gato donde se verá el reflejo de un tigre adulto. Con esto se demostrará la justicia como un reflejo de lo que realmente somos por dentro. Este meme fue

acompañado con una frase e imagen impactante del medio que nos rodea y donde nos desenvolvemos.

Ficha Técnica

El trabajo realizado de producción fotográfica donde se pudo contar con la participación de estudiantes de la carrera de Ingeniería Industrial y Psicopedagogía de la Actividad Física y Deporte, también se unieron a esta producción los trabajadores que están pintando en la entrada, quienes colaboraron y tuvieron un vestuario respecto a la temática que se iba a manejar en cada fotografía. Las locaciones que se utilizaron fueron: el estadio de la Universidad Estatal de Milagro, la entrada de la Institución y los espacios verdes, se utilizó una cámara profesional Nikon D7100 donde tuvo diferentes descripciones cada foto.

La campaña comunicacional realizada desde el 7 de octubre al 13 de octubre en las redes sociales dio como resultado que generara un alcance de 4.809, con 806 interacciones, 13 comentarios y 92 me gusta en la página de Comunicación. Por otra parte, en la página Unemi Radio con un alcance de 635, con 46 interacciones, 23 me gusta y 1 comentario.

CAPÍTULO 5

CONCLUSIONES

El desarrollo del trabajo documental permitió realizar investigaciones en diferentes fuentes documentales para conocer el origen del meme, como ha venido evolucionando, cuales son los fines que tienen a escala mundial y como se manejan a nivel local, por lo tanto, se concluye con lo siguiente:

El uso del meme puede ser positivo siempre y cuando estos sean orientadores en valores éticos como parte de un proceso formativo ya que en la actualidad se está perdiendo muchos valores como por ejemplo el respeto, la justicia y libertad, que representen actuar con responsabilidad a tener derecho como un individuo dentro de una comunidad y relacionarse con de manera respetuosa con los demás.

El cantón Milagro cuenta con paginas importantes donde se pueden difundir los memes con valores éticos, empezando desde las redes que maneja de Universidad Estatal de Milagro en la Facultad de Ciencias Sociales, Educación Comercial y Derecho, donde los estudiantes proyectan un sin número de temas entre los cuales estarían los memes propuestos (libertad, justicia y respeto), los mismos que se deberán incluir dentro del proceso formativo de los estudiantes de dicha facultad.

Los memes propuestos son el inicio de un cambio en nuestra sociedad por ello, es importante que no sean difundidos en un lugar específico sino a nivel nacional y ser un precedente para otras naciones de nuestro continente para fortalecer la práctica de los valores antes mencionados como otros y así contribuir en el desarrollo de las sociedades que hoy en día enfrentan muchos conflictos que son generados por no saber convivir de una forma sana con los demás.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Becerra Traver, M.-T., & Vegas, F. M. (2015). *Visión de las plataformas virtuales de enseñanza y las redes sociales por los usuarios estudiantes universitarios*. Obtenido de www.redalyc.org/service/redalyc/downloadPdf/368/36841180015/6
- Buenaño, A., Barriga, A., & Cadena, V. (2015). *Usuarios, clientes y consumidores digitales*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5159604>
- Calle Álvarez, G. Y. (2015). *Revisión teórica y empírica sobre las Comunidades Virtuales de Aprendizaje (CVA)*. Obtenido de <https://revistas.iberamericana.edu.co/index.php/rhpedagogicos/article/view/680>
- Chávez, A. (2018). *Los memes como manifestación satírica de la opinión pública en la política ecuatoriana: estudio del caso "Rayo Correizador"*. Obtenido de <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/handle/ucasagrande/1493>
- Comunicación cultura y sociedad. (2014). *Capacidad simbólica, lenguaje y sistemas de significación y modos de la comunicación*. Obtenido de <https://comunicacionculturaysociedad.files.wordpress.com/2014/04/cultura-sociedad-y-comunicacion-como-producciones-humanas.pdf>
- Dawkins. (1979, p. 215). *Genes de la cultura*. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/10311/Memes%20Comunicacion%20e%20identidad%20an%20alisis%20comunicacional%20de%20los%20memes%20de%20Crudo%20Ecuador%20como%20repres.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- de Jesús Araujo-Solís, M. A., Huicochea-Montiel, J. C., & VázquezEstupiñán, F. (2014). *La participación del médico genetista en la consulta pediátrica*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4577/457745486017.pdf>
- Fedor Simón, J. G. (2016). *La Comunicación*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/3759/375949531002.pdf>
- Florido, R., Mesa, M., Pavón Rosales, M. I., & Medero, H. (2015). *Sitio web para la gestión de información y conocimiento entre miembros de la comunidad cítrica que integra la red interamericana de cítricos (RIAC)*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/1932/193239249001.pdf>

- García Hosie, A. (2015). *L explicación de la memética de la cultura*. Obtenido de [https://www.javeriana.edu.co/cuadrantephi/zona-articular/pdfs/N.28/La%20evolucion%20memetica%20de%20la%20cultura%20\(Parametrizado\).pdf](https://www.javeriana.edu.co/cuadrantephi/zona-articular/pdfs/N.28/La%20evolucion%20memetica%20de%20la%20cultura%20(Parametrizado).pdf)
- George, B. (2015). *La búsqueda de la autenticidad*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5501081>
- Golovina, N. (2014). *La comunicación masiva y el comportamiento del consumidor*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/709/70930408011.pdf>
- González González, M., & Pereda Rodríguez, J. L. (2015). *Comunicación social, desarrollo comunitario y Plan Nacional para el Buen Vivir. Un*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/4761/476147262006.pdf>
- Guillermo Montaña, L. A. (2017). *Evaluación de simuladores de prácticas en gestión empresarial*. Obtenido de <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/4486/1/GUILLERMO%20MONTA%C3%91O%20LUIS%20AGUSTIN.pdf>
- Larraín González, M. G. (2017). *Expresiones artísticas afroantioqueñas y multiculturalismo en Colombia. Transformaciones locales*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5977765.pdf>
- Lastra, A. (2015). *El poder del prosumidor. Identificación de sus necesidades y repercusión en la producción audiovisual transmedia*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5334098.pdf>
- Marín, A., & Pérez, C. (2015). *Cambio tecnológico y desarrollo sustentable*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6161539>
- Martínez, J. M. (2018). *Una aproximación retórica a los memes de Internet*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6364345>
- Parga, R. E., & Rubio Barrios, J. E. (2016). *¿Qué es Tecnología? Una aproximación desde la Filosofía*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5557937>
- Romero Leyva, F. A., Rivera Pérez, J., & Valdez Román, L. B. (2015). *Cambios socioculturales en la educación intercultural: el caso de los alumnos de la etnia TRIQUI EN LA UAIM*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/461/46142596017.pdf>

- Rosero Sánchez, E. W. (2015). *MEMES: Comunicación e identidad, análisis comunicacional de los memes*. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/10311/Memes%20Comunicaci%C3%B3n%20e%20identidad%20an%C3%A1lisis%20comunicacional%20de%20los%20memes%20de%20Crudo%20Ecuador%20como%20repres.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rosero Sánchez, Erick Wladimir. (2015). *MEMES: Comunicación e identidad, análisis comunicacional de los memes de Crudo Ecuador como representación de la identidad ecuatoriana*. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/10311/Memes%20Comunicaci%C3%B3n%20e%20identidad%20an%C3%A1lisis%20comunicacional%20de%20los%20memes%20de%20Crudo%20Ecuador%20como%20repres.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Serrano Serrano, J. (2016). *El uso de la lengua en los chistes. Ejemplificación de la Teoría de Freud*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5757662.pdf>
- Stange, M. H., & Peña Miranda, P. A. (2014, p. 78). *Viralización de contenidos y memes en internet*. Obtenido de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/132534/Viralizacion+de+contenidos+y+memes+en+internet+Javier+Andres+Chamorro+Bernal.pdf;sequence=1>
- Valverde Vásquez. (2018). *Cuenca dentro de las redes sociales*. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/23981/1/TESIS.pdf>
- Villar, M. (2014). *El meme como evolución de los medios de expresión social*. Obtenido 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>
- Yang Yang, H. S. (2016). *El proceso de la comunicación en la gestión del conocimiento. Un análisis teórico de su comportamiento a partir de dos modelos típicos*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202016000200022

ANEXOS

Anexo 1. Ficha de Información Electrónica

Tabla 1 Ficha de Información Electrónica Crudo Milagro Matrix

Apellidos y nombres del autor:	Crudo Milagro Matrix
Lugar:	Milagro
Editor:	Anónimo
Fecha de consulta:	18-06-19
Link	https://www.facebook.com/crudomilagromatrix/

Capture



Ficha de Información Electrónica

Tabla 2 Ficha de Información Electrónica Confesiones Unemi

Apellidos y nombres del autor:	Confesiones Unemi
Lugar:	Milagro
Editor:	Anónimo
Fecha de consulta:	18-06-19
Link	https://www.facebook.com/Confesionesunemi593/

Capture



Ficha de Información Electrónica

Tabla 3 Ficha de Información Electrónica Milagreño de Milagro

Apellidos y nombres del autor:	Milagreño de Milagro
Lugar:	Milagro
Editor:	Anónimo
Fecha de consulta:	18-06-19
Link	https://www.facebook.com/milagrossdd/

Capture



Meme de Libertad



Descripción

Cámara: Nikon D7100

Objetivo: 35mm

ISO: 100

Velocidad de Obturación: 300

Diafragma: 4.5

Tipo de plano: Plano general

Editor: Adobe Photoshop

Meme de Respeto

El Respeto es uno de los grandes tesoros de la vida

(Marilyn Monroe)



Descripción

Cámara: Nikon D7100

Objetivo: 35mm

ISO: 100

Velocidad de Obturación: 200

Diafragma: 4.0

Tipo de plano: Plano general

Editor: Adobe Photoshop

Meme de Justicia

El que a superado sus miedos será verdaderamente libre (Aristóteles)



Descripción

Cámara: Nikon D7100

Objetivo: 35mm

ISO: 300

Velocidad de obturación: 125

Diafragma: 3.5

Tipo de plano: Plano general

Editor: Adobe Photoshop

La imagen del tigre es un montaje sacado de Pinterest

TUTORIAS





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: NUEVA FORMA DE COMUNICAR, MEMES

ACOMPAÑANTE: ROSERO CONSTANTE LUIS ARTURO

DATOS DEL ESTUDIANTE			
N°	APELLIDOS Y NOMBRES	CÉDULA	CARRERA
1	BANCHON LEON SHIRLEY KARINA	1720892049	COMUNICACIÓN SOCIAL
2	HOLGUIN GONZALEZ GENESIS MANUELA	0942126996	COMUNICACIÓN SOCIAL

N°	FECHA	HORA		N° HORAS	DETALLE
1	10-06-2019	Inicio: 11:46 a.m.	Fin: 13:46 p.m.	2	REVISIÓN DE LAS PROPUESTAS DE LOS TEMAS
2	18-06-2019	Inicio: 11:48 a.m.	Fin: 13:48 p.m.	2	DEFINIR EL TEMA Y LA ELABORACIÓN DEL PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA
3	27-06-2019	Inicio: 06:25 a.m.	Fin: 08:25 a.m.	2	DEFINIMOS LA INVESTIGACIÓN PARA ELABORACIÓN EL PROBLEMA A TRATAR
4	01-07-2019	Inicio: 06:48 a.m.	Fin: 08:48 a.m.	2	QUEDÓ REDACTADO EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN PARA LA REVISIÓN
5	02-07-2019	Inicio: 06:58 a.m.	Fin: 08:58 a.m.	2	TRABAJAMOS EN EL MARCO CONCEPTUAL
6	09-07-2019	Inicio: 10:18 a.m.	Fin: 12:18 p.m.	2	APROBACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN
7	08-07-2019	Inicio: 10:22 a.m.	Fin: 12:22 p.m.	2	DESARROLLO DEL MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL
8	22-07-2019	Inicio: 15:40 p.m.	Fin: 17:40 p.m.	2	REVISIÓN DEL SEGUNDO CAPÍTULO Y REVISIÓN DE DEL CAPÍTULO 3
9	29-07-2019	Inicio: 15:52 p.m.	Fin: 17:52 p.m.	2	REVISIÓN DEL CAPITULO III
10	05-08-2019	Inicio: 15:50 p.m.	Fin: 17:50 p.m.	2	PROPUESTAS DE TEMAS PARA LA CREACIÓN DE MEMES
11	16-08-2019	Inicio: 16:17 p.m.	Fin: 18:17 p.m.	2	REVISIÓN DEL CAPÍTULO IV

ROSERO CONSTANTE LUIS ARTURO
PROFESOR(A)

ROSERO CONSTANTE LUIS ARTURO
DIRECTOR(A)

BANCHON LEON SHIRLEY KARINA
ESTUDIANTE

HOLGUIN GONZALEZ GENESIS MANUELA
ESTUDIANTE

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.

Complejivo

INFORME DE ORIGINALIDAD

3%

INDICE DE SIMILITUD

3%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

1%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

Submitted to Colegio Irlandés Monterrey

Trabajo del estudiante

<1%

2

www.momias.com.ar

Fuente de Internet

<1%

3

hotmenintheirpants.blogspot.com

Fuente de Internet

<1%

4

hyperlab.politicas.unam.mx

Fuente de Internet

<1%

5

www.gestiopolis.com

Fuente de Internet

<1%

6

www.fundaciondedalo.org

Fuente de Internet

<1%

7

www.tupsicologobilbao.es

Fuente de Internet

<1%

8

www.trabajar-casa.com

Fuente de Internet

<1%

9

justicia.bitacorras.com

Fuente de Internet

<1%

duo R

10	e-lecciones.net Fuente de Internet	<1%
11	www.escenacultural.com Fuente de Internet	<1%
12	cgscholar.com Fuente de Internet	<1%
13	aitaenlared.net Fuente de Internet	<1%
14	www.sediabetes.org Fuente de Internet	<1%
15	colombiamedica.univalle.edu.co Fuente de Internet	<1%
16	inmobiliaria.xgratisx.com Fuente de Internet	<1%
17	cl.invertia.com Fuente de Internet	<1%

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Activo

Diego B.