



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN REDISEÑADA**



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

**PROBLEMA:**

**Los memes en la comunicación contemporánea. Potencialidades**

**AUTOR:**

**PACHECO RAMIREZ NAYELLI DAYBELLIS**

**TUTOR:**

**MORA MUÑOZ OSCAR ALFREDO**

**BABAHOYO – 2023**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN REDISEÑADA**  
**AGRADECIMIENTO**



Expreso mis agradecimientos a Dios, por absolutamente todo, tanto los procesos duros y los buenos, son lo que me llevan a lo que soy y a lo cumplo hoy.

Le agradezco a aquella persona que conoce todo el proceso a la perfección, ¡gracias Nayelli! Sí, me auto agradezco porque soy consciente por todo lo que he pasado y me quiero agradecer por nunca haberme rendido. Fueron muchas las adversidades que pasé a lo largo de mi formación académica, y es reconfortante y merecedor agradecer por todo, sin excepción a nada.

Gracias a mis padres y hermanos, su amor, oraciones, apoyo, siempre serán fundamentales y totalmente necesarios en mi diario vivir.

Gratitud por aquellos amigos con los que Dios me ha bendecido, por aquellos que tan solo con su compañía me hacían olvidar todo lo malo y llenaban mi vida de risas, alegrías y gratos recuerdos. A una persona en particular, quien no solo llegó al aula de clases con el fin de impartir clases, sino que se ganó el corazón de todos, aunque los otros no lo notaran, ella se dio cuenta cuando estaba mal emocionalmente y siempre tuvo las palabras correctas para animarme y no dejarme caer, regalando su hermosa amistad. ¡Gracias Miss, Leti!

Para concluir con esta sección, agradezco a todos los que creyeron en mí y muchísimo más a aquellos que no lo hicieron, me hicieron dar cuenta de la importancia de que yo sea la primera en creer en mí.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN REDISEÑADA**  
**DEDICATORIA**



Dedico este proyecto a aquel que me concedió la vida, a **Dios** por haber sido el pilar fundamental en este proceso, quien ha permitido llegar hasta esta etapa en mi vida profesional, me ha otorgado las fuerzas, la capacidad, y la sabiduría para cumplir con este objetivo.

A **mis padres** (Eduardo y Janina), fueron, son y serán el motor de mi vida, aquellos que, con mucho esfuerzo y arduo trabajo, dieron todo de si para apoyarme en esta y en todas las etapas de mi vida, su apoyo y amor los he sentido siempre.

**Mis hermanos**, Lily, Eduardo y Georgi, por estar siempre presentes, brindando su apoyo en todo cuanto han podido.

**Familiares y amigos**, personas que son un rayo de luz en la oscuridad, quienes siempre han tenido unas palabras de aliento en los momentos más complejos. En especial a mi primo y a la vez **mejor amigo, Enoc**, quien a su manera está presente en mi vida.

**Mis sobrinos postizos**, Matheo y Thiago, quienes con tan solo verlos o escucharlos me brindaban impulso, quienes no los esperaba, pero que cuando llegaron en mi vida me di cuenta cuanto los necesitaba. A su mamá Julady, quien no solo es mi prima, sino que también la puedo llamar hermana, nunca me ha dejado sola y ha estado para mí siempre que le he necesitado.

Por último, pero no menos importante a mi **loro**, es increíble como un ser tan pequeño, se puede convertir en algo tan grande en el corazón, estuvo desde el día uno y aún tengo la dicha de tenerlo conmigo.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN REDISEÑADA**  
**RESUMEN**



El presente estudio de caso tiene como finalidad identificar las potencialidades del uso de memes en la comunicación contemporánea. A lo largo de los años la comunicación ha sido partícipe de muchos cambios a las nuevas tendencias, una de estas es el uso de los “memes” que provocan una conexión humorística con la audiencia, comparten de una manera más rápida la información, esta herramienta se la visualiza o es más usada en las redes sociales o plataformas digitales, como Facebook, Twitter, Instagram, entre otros.

En términos generales el meme es un tipo de contenido con fines humorísticos en los cuales se puede representar una situación, idea u opinión, con el uso de internet esta información llega a las masas de forma rápida y efectiva, esta inmediatez es la que permite en la actualidad ver el meme en diferentes ámbitos comunicacionales, como en el ámbito político, en el marketing o en el periodismo.

En el país los medios también han optado por tener al meme como una herramienta útil al momento de informar esto acontece principalmente en sus plataformas digitales. Se realizó una investigación de carácter cualitativa, con el uso de las herramientas: ficha de observación y entrevistas.

*Palabras claves: meme, comunicación contemporánea, herramienta, internet.*



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN REDISEÑADA**  
**ABSTRACT**



This case study aims to identify the potential of the use of memes in contemporary communication. Throughout the years communication has been part of many changes to new trends, one of these is the use of "memes" that cause a humorous connection with the audience, share information in a faster way, this tool is displayed or is more used in social networks or digital platforms such as Facebook, Twitter, Instagram, among others.

In general terms, the meme is a type of content with humorous purposes in which a situation, idea or opinion can be represented, with the use of the Internet this information reaches the masses quickly and effectively, this immediacy is what currently allows to see the meme in different communicational areas, such as in politics, marketing or journalism.

In the country, the media have also chosen to have the meme as a useful tool at the time of reporting, this happens mainly in their digital platforms. Qualitative research was conducted with the use of the following tools: observation sheet and interviews.

*Keywords: meme, contemporary communication, tool, internet.*



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN REDISEÑADA**



Índice

CONTEXTUALIZACIÓN .....	7
1.    PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	7
2.    JUSTIFICACIÓN .....	8
3.    OBJETIVOS DEL ESTUDIO .....	9
Objetivo General.....	9
Objetivos Específicos .....	9
4.    LÍNEA DE INVESTIGACIÓN .....	9
DESARROLLO.....	10
5.    MARCO CONCEPTUAL .....	10
6.    MARCO METODOLÓGICO.....	19
7.    RESULTADOS .....	20
8.    DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	22
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	23
9.    CONCLUSIONES .....	23
10.   RECOMENDACIONES.....	24
REFERENCIAS Y ANEXOS .....	25
11.   REFERENCIAS.....	25
12.   ANEXOS .....	29



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN REDISEÑADA**  
**CONTEXTUALIZACIÓN**



**1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

A lo largo de los años la comunicación ha sido partícipe de muchos cambios a las nuevas tendencias, una de estas es el uso de los “memes” que provocan una conexión humorística con la audiencia, comparten de una manera más rápida la información, esta herramienta se la visualiza o es más usada en las redes sociales o plataformas digitales, como Facebook, Twitter, Instagram, entre otros.

Cabe considerar que, con el uso de videos, imágenes, frases jocosas que complementan la información textual, brindan a las personas mensajes desde una perspectiva totalmente distinta, sin embargo, el uso de estos no es solo para entretener, actualmente también es aplicado para fines políticos, con el fin de influir en la opinión pública.

Por lo consiguiente, es necesario mencionar que el uso adecuado de memes se ha convertido en una metodología efectiva para alcanzar el interés y la interacción con la población juvenil, quienes en un considerable porcentaje no se interesan por temas sociales, políticos o informativos; como consecuencia existe el aumento o el mejoramiento del branding en la empresa o medio de comunicación.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN REDISEÑADA**  
**2. JUSTIFICACIÓN**



La popularidad y relevancia de los memes se ha convertido en objeto de estudio por su importancia como expresión masiva convirtiéndose en una herramienta para comunicar, también para promover un cambio de mirada sobre temas cotidianos, que dan paso a la alteración de la opinión pública sobre cualquier asunto expuesto.

Debido a los avances tecnológicos y a la llegada de las plataformas digitales, el ser humano se ha adaptado a estos cambios en donde también incluye los cambios en la comunicación; los memes permiten que esta comunicación sea rápida, dinámica y de forma audiovisual gracias al surgimiento de las redes sociales.

La finalidad de este trabajo es demostrar las potencialidades de los memes en la comunicación contemporánea, de este modo es necesario que los comunicadores y futuros profesionales dentro de esta área contemplen la importancia y el uso de esta herramienta como nueva estrategia de comunicación, en especial si su público o target son nativos digitales, los cuales reciben o captan mejor la información a través de un contenido relevante y distinto.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN REDISEÑADA**  
**3. OBJETIVOS DEL ESTUDIO**



**Objetivo General**

Identificar las potencialidades del uso de memes en la comunicación contemporánea.

**Objetivos Específicos**

- Investigar el surgimiento de los memes
- Indagar en qué ámbitos de la comunicación optan por el empleo de memes
- Exponer ejemplos de medios de comunicación ecuatorianos que usan los memes como herramienta para informar

**4. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

Al referirse de los memes encontramos gran importancia en la comunicación contemporánea, específicamente en las redes sociales, ha logrado obtener un considerable apogeo en las masas. Este estudio de caso se direcciona con la línea de investigación de la carrera de Comunicación: Tecnologías de la información y la Comunicación en la Sociedad Red y como sublínea innovación y nuevas tecnologías en Comunicación.



## 5. MARCO CONCEPTUAL

### **Meme**

“Una representación, ya sea en forma de imagen, vídeo o texto, típicamente alterada de manera exagerada con un enfoque humorístico, que suele circular principalmente a través de la web” (Real Academia Española definición 2, 2022).

En términos generales el meme es un tipo de contenido con fines humorísticos en los cuales se puede representar una situación, idea u opinión, con el uso de internet esta información llega a las masas de forma rápida y efectiva, esta inmediatez es la que permite en la actualidad ver el meme en diferentes ámbitos comunicacionales.

(Carrión Gálvez , 2020) en The New York Times menciona que “los memes son imágenes o vídeos con humor y texto que se difunden rápidamente por internet. Son fáciles de ver y entender, y suelen burlarse de algo. Están hechos para adaptarse a las redes sociales donde circulan muy deprisa”.

### **Origen del término meme**

(Bayón Medrano, 2022) expone lo siguiente:

En el año de 1976, el biólogo británico Richard Dawkins buscaba una palabra que pudiera comparar el papel del gen en la biología con algún fenómeno cultural. De esta manera, en su libro El gen egoísta, creó el término ‘meme’.

Un meme se distingue por generar reacciones parecidas en los internautas, como humor, emociones o asombro por la rapidez con que se crean memes sobre un tema nuevo. Estos se multiplican en la red de un usuario a otro hasta llegar a muchos. La manera en



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN REDISEÑADA**



que se difunden es por enlaces, foros, páginas web y sobre todo por redes sociales.

(Ramos, 2022)

Los memes a menudo se presentan con preguntas capciosas, dudas falsas o pensamientos intencionalmente paradójicos que se buscan ridiculizar o para generar nuevas expectativas o pensamientos en la audiencia.

(Díaz M. , 2023) plantea en noticias El Confidencial:

Un elemento que se volvió muy popular en internet en 1996 fue el ‘Dancing Baby’ o bebé bailarín como se lo puede observar en la ilustración 1, que muchos consideran el primer meme de la historia. Era una animación simple de un bebé en pañales que bailaba; este meme se difundía por las salas de chat y los correos electrónicos masivos, incluso salió en la famosa serie ‘Ally McBeal’, como una ilusión que simbolizaba el reloj biológico de la protagonista. El bebé bailarín estaba por todas partes, pero su origen no tenía nada de gracioso. La empresa AutoDesk, específicamente los diseñadores Michael Girard, Robert Lurye y John Chadwick, habían creado esta animación como ejemplo de lo que podía hacer uno de sus programas de diseño.

Como se lo puede observar en la Figura 1. La imagen proporciona una manera eficaz para comprender el punto expuesto.

### Figura 1

*El 'Dancing Baby' o bebé bailarín (1996)*



*Nota.* Adaptado de *Dancing Baby Screensaver 1996* [Video], canal de YouTube JACSEJKA, 2018, (<https://youtu.be/LIG9yYW6Bi8?si=6Huf2Gjf2vM1V24q>).

Es claro que existían memes antes de Internet, lo que tiene sentido ya que la gente ha estado haciendo cosas raras desde los albores de la historia registrada. Siempre se han burlado de las situaciones relacionables, escrito cosas inapropiadas en lugares inapropiados. (Willingham "AJ", 2023)

### **Comunicación contemporánea**

Es necesario mencionar el significado que establece la RAE sobre el término comunicación: “Trato, correspondencia entre dos o más personas” (Real Academia Española definición 2, 2022).

El ámbito de la comunicación ha vivido constantes cambios con el transcurso de los años, la forma de comunicarse ha evolucionado a grandes pasos gracias a las nuevas herramientas que ofrece las tecnologías de la información y comunicación; el mensaje actualmente llega al receptor de manera más visual, atractivo o llamativo.

Por consiguiente, al referirse a la comunicación contemporánea se habla de las características, rasgos e importancia de la comunicación en los últimos tiempos. Otros autores establecen lo siguiente:



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

## FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

### COMUNICACIÓN REDISEÑADA



Las tecnologías de la comunicación de nuestra época, al demandar un espacio esencial para la expresión individual, permiten una diversidad de perspectivas, creencias e ideas sin precedentes en la historia. La capacidad de proporcionar una gran cantidad de información y estímulos de conocimiento representa un fenómeno sin precedentes, fácilmente accesible y determinante para el progreso de la sociedad global. (Hernández Rubio, 2019, pág. 10)

#### **Meme como herramienta comunicacional**

(Díaz R. , 2022) menciona que “esta reciente modalidad de comunicación surgió con la Web 2.0 y se expandió ampliamente a través de diversas plataformas de redes sociales y es empleada por los usuarios con propósitos humorísticos, políticos y de divulgación de información.” (pág. 1).

#### **Meme como fin humorístico**

(Bazán Lazcano & Victoria Uccelli, 2022) afirman que:

El meme de Internet se ha convertido en un producto y una práctica muy común en las formas cómicas actuales en comunidades y públicos muy diversos. Todo y todos son susceptibles de caer en las “garras del meme”, y toda la realidad parece ser susceptible de ser reformulada simbólica y metafóricamente en una forma diferente a su sentido original. Sin embargo, para que un meme sea exitoso y pueda garantizarse su difusión y alcance, debe ser comunicable (lo que supone que muchas personas puedan reproducirlo) y maleable (lo que implica que muchas personas puedan reapropiarse de él y encontrarle nuevos sentidos y usos).



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

## FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

### COMUNICACIÓN REDISEÑADA



Son una parte esencial de la cultura en medios digitales o redes sociales y su evolución es continua con el pasar del tiempo; pues uno de sus principales objetivos es transmitir mensajes a través del humor o de la ironía.

Los memes han progresado de ser solo imágenes, textos, videos u otras formas gráficas que se difunden espontáneamente por la web a convertirse en armas de construcción o destrucción masiva, dependiendo de cómo se miren y se usen. Son críticas humorísticas mordaces, comentarios de época, reprimendas sociales y celebraciones colectivas. Nos informan sobre lo relevante y sobre qué se está habla, y también parecen ser responsables del éxito o fracaso de numerosos productos culturales, desde películas hasta series, pasando por programas de televisión e incluso figuras mediáticas que saltan a la fama gracias a ellos. (MarajofskyL, 2022)

#### **Meme en la política**

(González Hernández, Figueroa Daza , & Meyer, 2019) plantearon:

En el ámbito de los debates políticos, los usuarios muestran preferencia por los memes que tienen una mayor versatilidad y pueden ser aplicados en diferentes temas y discusiones. Estos memes facilitan la interacción de los usuarios y les brindan la capacidad de dejar su propia marca mediante la imitación o la rápida reedición, tanto en el contexto original como en contextos nuevos. Esto transforma el meme en un juego colaborativo y divertido, ya que los usuarios no se conforman únicamente con dar "me gusta" o compartir, sino que buscan oportunidades para interactuar, al aprovechar su comprensión del lenguaje de las redes sociales. Están dispuestos a invertir tiempo en participar en los debates políticos y aprovechar la instantaneidad que ofrecen las plataformas de redes sociales. (pág. 25)



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

## FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

### COMUNICACIÓN REDISEÑADA



Un ejemplo claro de esta situación, es el reciente debate presidencial tras las elecciones anticipadas que vivió Ecuador, el debate, a pesar de ser un tema tan formal y serio por la crisis que atraviesa el país; como lo menciona (Cadena, 2023) en el diario MetroEcuador: “En varias plataformas se observó que la mayoría de los internautas no se tomó en serio la intervención de los candidatos, y en su lugar, expresaron su humor a través de varios memes”.

El debate presidencial que tuvo lugar el domingo por la noche generó una amplia cantidad de material en las redes sociales, que incluyó memes, videos editados y una variedad de comentarios. La mayoría de estos contenidos se centraron en resaltar los errores, situaciones cómicas y actitudes particulares de los siete candidatos que participaron en el evento político. [...] Siguiendo las opiniones de los especialistas, durante la primera hora del debate, se observó un marcado aumento en la cantidad de contenido y audiencia, principalmente atribuible a las intervenciones precipitadas y la falta de claridad de Bolívar Armijos, quien representa al movimiento Amigo en la lista 16. Esto se debió a su falta de comprensión de la dinámica de las réplicas y contrarréplicas. (Silva Cruz, 2023 ) expresó en diario El Universo

Como se lo puede observar en la Figura 2. La imagen proporciona una manera eficaz para comprender el punto expuesto anteriormente.

## Figura 2

*El candidato presidencial expresó gratitud tras la repercusión de memes*



*Nota.* Adaptado *El candidato presidencial expresó gratitud tras la repercusión de memes* [Foto], por PLAN V HACEMOS PERIODISMO, 2023, (<https://www.planv.com.ec/confidenciales/confidencial-politica/bolivar-armijos-agradecio-memes-tras-el-debate-presidencial>).

Después de estos acontecimientos, el candidato presidencial pasó de la nada a darse a conocer, pues, tanto fue el poder de los memes que los usuarios se dedicaron más a la publicación y consumo de este tipo de contenido, Armijos aprovechó este fenómeno para dar a conocer sus propuestas a través de sus redes sociales.

### **Meme y marketing**

El humor es atractivo a tal punto que logra enganchar o conquistar a los usuarios y puede ser utilizado en una estrategia de marketing para atraer a la audiencia. Internet ha dado lugar a nuevas herramientas y formatos que se pueden utilizar para crear contenido humorístico, como los gifs que se pueden utilizar como contenido de bocadillo. Sin embargo, el rey del humor en internet es el meme, y cada vez son más las marcas que apuestan por el marketing de memes. (Adevinta Spain, s.f.)

Como se puede observar en las Figuras 3 y 4. Las imágenes proporcionan una manera eficaz para comprender el punto expuesto anteriormente.

**Figura 3**

*Meme en Netflix España*



*Nota.* Adaptado *Meme en Netflix España* [Foto], por Adevinta Spain, @NetflixES, 2023, (<https://www.adevinta.es/stories/articles/meme-marketing-o-como-potenciar-tu-marca-a-traves-del-humor>).

**Figura 4**

*Publicidad de la unión entre KFC Y CHEETOS ES*



*Nota.* Adaptado *Publicidad de la unión entre KFC Y CHEETOS ES* [Foto], por @kfc.es, 2023, (<https://www.instagram.com/p/CumaAhhI5Ln/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>).

**Meme y periodismo**

Ante el escenario del meme en el periodismo autores (Guanoluisa Chiluisa, Lomas Chacón, & Arévalo Ortiz, 2023) establecen lo siguiente:

Los memes han emergido como una herramienta innovadora y significativa para comunicar información, demostrando su habilidad para ajustarse a los formatos y canales de difusión contemporáneos. Aunque los memes pueden desempeñar un papel en el



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN REDISEÑADA**



ámbito periodístico, su uso se centra en complementar la información al ofrecer una representación visual de ideas que se transmiten a través de noticias con un toque humorístico. Esta fusión da origen a una forma de comunicación fresca que establece una conexión contextual distinta en comparación con los medios informativos tradicionales.  
(pág. 12)

En el país los medios también han optado por tener al meme como una herramienta útil al momento de informar esto acontece principalmente en sus plataformas digitales.

En la actualidad, el diario “El Comercio” ha decidido utilizar memes como una nueva estrategia de comunicación e información para atraer la atención de los internautas, especialmente de las nuevas generaciones. (Machuca Acosta, 2022, pág. 17)

“Los medios de comunicación digitales, como los diarios El Comercio y El Universo, disponen de sitios web adicionales especializados en este tipo de materiales, ofreciendo a los usuarios una combinación de contenido humorístico y persuasivo.”  
(Franco Valverde, 2022, pág. 4).

Así mismo se suma a esta corriente los diarios digitales: El Telégrafo, La Posta, Tinta Digital, usan el meme como un nuevo estilo para informar y/o comunicar.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN REDISEÑADA**  
**6. MARCO METODOLÓGICO**



El método de la presente investigación es el analítico que permite estudiar algo, ya sea un fenómeno, un problema o un hecho, en este caso es a los memes en la comunicación contemporánea. Se obtendrán indicadores de tipo cualitativos: “Una manera de convertir la realidad que se puede ver en diferentes formas de expresarla, como observaciones, notas, grabaciones y documentos.” (Sanfeliciano Calvo, 2023).

El método de estudio que se conoce como investigación cualitativa tiene como objetivo entender e interpretar lo que las personas o los grupos sociales piensan y sienten en su entorno natural. Para ello, se apoya en la actividad de observar, describir y analizar. de los datos que no son numéricos, como el lenguaje, las imágenes, los gestos, las emociones, etc.

El uso de herramientas de recolección de datos como fichas de observación y entrevistas, permitirán obtener información sobre el fenómeno estudiado. La ficha de observación se la realizará a medios digitales en donde se ve la presencia de los memes tales como El Comercio, Ecuador TV, La Posta y Tinta Digital, medios que son iconos y diferenciados por el empleo de memes en la mayoría de sus publicaciones a comparación de otros medios de comunicación o medios digitales. La entrevista será aplicada a Bella Paredes Cerezo como profesional en la comunicación y creadora del medio digital Expansión Informativa en la plataforma Facebook, y a Jorge Vera estudiante de la carrera de comunicación de la Universidad Técnica de Babahoyo, ambos como referentes y concedores de la comunicación, para obtener puntos de vista desde una profesional con la experiencia en los medios digitales, y conocer los puntos de vistas desde un educando que se encuentra en la formación académica.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN REDISEÑADA**



**7. RESULTADOS**

De acuerdo con los resultados obtenidos en las fichas de observación (Anexo 1, págs. 32-42), se pudo identificar la semiología (significado, significante, código y referente), la figura retórica, los comentarios de la audiencia y la exageración de la imagen, elementos más destacados empleados en los medios: El Comercio, Ecuador TV, La Posta y Tinta Digital.

Dentro de la semiología efectuada en los medios ya mencionados, todos exponen la información con el toque humorístico, dentro de las imágenes utilizan iconos como animales, en el caso de El Comercio para ser más específicos, es la característica principal en este medio, tomar imágenes de gatos que la audiencia ya reconoce a los cuales denomina como “Michencio” y el “Michimercio”.

Los otros medios toman como referencia a caricaturas conocidas por las masas, o imágenes que tengan coherencia con la noticia que se desea comunicar. Usan como figura retórica o literaria la ironía, hipérbole, y sátira. Estos medios permiten que los internautas manifiesten sus comentarios, sean sobre el agrado o desagrado de la noticia con algo de humor o comentarios sobre la noticia expuesta.

En relación a la exageración de la imagen, estos medios al tomar imágenes ya existentes de alguna caricatura o serie, no realizan mayor edición que añadir texto relacionado a la noticia brindada.

La finalidad de estos medios es comunicar de una manera distinta y entretenida a las audiencias, en especial a las nuevas generaciones, quienes son conquistados a través del meme, y de esta manera logran consumir el contenido que ofrecen los medios en sus plataformas digitales.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN REDISEÑADA**



En relación a las entrevistas realizadas la licenciada Bella Paredes Cerezo y al estudiante Jorge Vera Maldonado:

Los entrevistados destacan que sí, los memes son muy potenciales sobre todo en el ámbito digital, antes los memes eran utilizados simplemente como imágenes con un mensaje de doble sentido, un mensaje jocoso, 100% humorístico, pero ahora se puede visualizar que traspasó a lo político, a lo cotidiano, a los acontecimientos sociales; lo que hace que los individuos tengan afinidad por ciertos memes al sentirse identificados con ellos o a lo que se dedican.

Ambos respaldan la idea de que los memes tienen la capacidad influir en la opinión pública, del hecho que brindan un mensaje de manera corta y precisa que incluso los medios tradicionales no logran.

Así mismo, consideran que estos poseen sus riesgos o desafíos: el medio sea tomado a la burla o vaya perdiendo credibilidad y mucho más si no hay el personal capacitado tras el empleo de esta herramienta.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN REDISEÑADA**  
**8. DISCUSIÓN DE RESULTADOS**



La finalidad de la presente investigación es identificar las potencialidades del uso de los memes en la comunicación contemporánea, tales que se han expuesto en el desarrollo del mismo, en los análisis hechos en las fichas de observación y en las entrevistas.

Los datos revelan que los medios de comunicación ecuatorianos han adoptado los memes como una herramienta efectiva para la comunicación contemporánea. Utilizan elementos semiológicos, humor, figuras retóricas y la interacción con la audiencia para transmitir información de manera efectiva y atractiva.

Ambos entrevistados mencionaron la posibilidad de que los memes evolucionen en el futuro, quizás hacia un ámbito más formal o social que refleje la realidad ecuatoriana. Esta perspectiva sugiere que los memes seguirán siendo una herramienta relevante en la comunicación contemporánea y podrían adaptarse a las cambiantes dinámicas sociales y políticas.

En resumen, las entrevistas destacan la versatilidad y la influencia de los memes en la comunicación contemporánea en Ecuador. Los entrevistados subrayan su eficacia para transmitir mensajes, su potencial en contextos importantes como la política y la publicidad, así como la necesidad de manejarlos con responsabilidad debido a los posibles riesgos.

Estos resultados respaldan la idea de que los memes desempeñan un papel significativo en la comunicación actual y han evolucionado más allá de un simple entretenimiento para convertirse en una herramienta de comunicación influyente.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN REDISEÑADA**  
**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**



## 9. CONCLUSIONES

Una vez terminado el presente proyecto, incluida la ejecución de la metodología, se puede llegar a la conclusión de que se han cumplido los objetivos planteados.

-Se ha evidenciado la presencia de los memes en la comunicación contemporánea, ejemplos claros en el país son los medios como El Comercio, Ecuador TV, La Posta y Tinta Digital, convirtiéndose en medios que de una forma distinta exponen alguna información de interés público, esto acontece principalmente en sus plataformas digitales.

-El meme es empleado mayoritariamente en imágenes, videos, gifs; hechos para circular o reproducirse de manera casi inmediata por internet.

-Gracias a las TIC permiten acceder y generar gran cantidad de información, es así como los mensajes o informaciones que transmiten los medios llegan a los usuarios de una forma atractiva y llamativa.

-Son muchos los ámbitos que están usando los memes como herramienta útil para brindar la información a las masas.

De esta forma se puede concluir que, mencionando que los memes son una herramienta poderosa en la comunicación contemporánea, desde el punto de lograr captar más audiencia, obtener más visualizaciones o reconocimiento, pero también pueden llegar al punto de la destrucción de algún medio, entidad, etc.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN REDISEÑADA**  
**10. RECOMENDACIONES**



Ante el escenario de la potencialidad que poseen los memes en el ámbito comunicacional en los últimos tiempos, es necesario recomendar:

-Si un medio opta por el uso de esta herramienta, es necesario que el medio esté al tanto de escoger el meme (imagen, video) de forma correcta y que tenga relación con la información que desea brindar.

-Realizar una revisión exhaustiva antes de la publicación, si esta se realiza en medios digitales a través del internet y contiene algún error o un mal uso del meme, es propenso a la reproducción inmediata.

-Cada medio o informativo debe de conocer cómo llegar a su target o audiencia a través del empleo de memes.

-Conquistar a las masas a través de los memes, sin perder la credibilidad del medio de comunicación, y sin alterar la información.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN REDISEÑADA**  
**REFERENCIAS Y ANEXOS**



## 11. REFERENCIAS

### Referencias

Adevinta Spain. (s.f.). Obtenido de <https://www.adevinta.es/stories/articles/meme-marketing-o-como-potenciar-tu-marca-a-traves-del-humor>

Bayón Medrano, Á. (7 de Octubre de 2022). *muyinteresante.es*. Obtenido de <https://www.muyinteresante.es/naturaleza/27530.html#:~:text=El%20t%C3%A9rmino%20'meme'%20fue%20acu%C3%B1ado,gen%20es%20en%20la%20biología%20ADa.>

Bazán Lazcano, M., & Victoria Uccelli, M. (2 de Enero de 2022). De qué están hechos los memes: cuando el humor es un recurso para el aprendizaje. *INFOBAE*. Obtenido de <https://www.infobae.com/educacion/2022/01/03/de-que-estanh-hecho-los-memes-cuando-el-humor-es-un-recurso-para-el-aula/>

Cadena, R. (14 de Agosto de 2023). *MetroEcuador*. Obtenido de <https://www.metroecuador.com.ec/noticias/2023/08/14/o-sea-que-no-habra-voley-los-memes-que-dejaron-el-cruce-de-palabras-entre-yaku-perez-y-jan-topic/>

Carrión Gálvez, J. (30 de Agosto de 2020). Política y estética del meme. *THE NEW YORK TIMES*. Obtenido de <https://www.nytimes.com/es/2020/08/30/espanol/opinion/que-es-un-meme-internet.html>



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN REDISEÑADA**



Díaz, M. (02 de Agosto de 2023). ¿Cuál fue el primer meme de internet? *El Confidencial*.

Obtenido de [https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2023-08-02/cual-fue-primer-meme-origen-viral-](https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2023-08-02/cual-fue-primer-meme-origen-viral-internet_3712342/#:~:text=El%20beb%C3%A9%20que%20se%20volvi%C3%B3,un%20beb%C3%A9%20en%20pa%C3%B1ales%20bailando)

[internet\\_3712342/#:~:text=El%20beb%C3%A9%20que%20se%20volvi%C3%B3,un%20beb%C3%A9%20en%20pa%C3%B1ales%20bailando](https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2023-08-02/cual-fue-primer-meme-origen-viral-internet_3712342/#:~:text=El%20beb%C3%A9%20que%20se%20volvi%C3%B3,un%20beb%C3%A9%20en%20pa%C3%B1ales%20bailando).

Díaz, R. (29 de JULIO de 2022). *Facultad de Ciencias Políticas y Sociales*. Obtenido de

FCPyS: <https://fcp.uncuyo.edu.ar/los-memes-una-nueva-forma-de-expresion-social#:~:text=Esta%20nueva%20forma%20de%20comunicaci%C3%B3n,fines%20humor%C3%ADsticos%2C%20pol%C3%ADticos%20e%20informativos>.

Franco Valverde, F. R. (2022). *Dspace.utb.edu.ec*. Obtenido de

<http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/13051/E-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000734.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

González Hernández, E. M., Figueroa Daza, J. E., & Meyer, J. H. (2019). Los memes y

la política. ¿Por qué algunos memes se vuelven virales y otros no? *Revista Científica de Información y Comunicación*, 16, 579-613., 25. Obtenido de <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/91884/Gonzalez%20Hernandez%20%20memes.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Guanoluisa Chiluisa, C. J., Lomas Chacón, P. E., & Arévalo Ortiz, R. P. (6 de Julio de

2023). EL MEME COMO HERRAMIENTA PARA INFORMAR DESDE LOS MEDIOS EN LÍNEA DE ECUADOR: CASO EL COMERCIO Y LA HORA TUNGURAHUA. *Chakiñan, Revista De Ciencias Sociales Y Humanidades.*, 12. Obtenido de <https://chakinan.unach.edu.ec/index.php/chakinan/article/view/917>

Hernández Rubio, J. (15 de Marzo de 2019). Internet y postmodernidad: un soporte de comunicación tan necesario como irreverente en la actualidad. *Necesidades*



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN REDISEÑADA**



pedagógicas. *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, 10. Obtenido de  
[https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/handle/CONSEJO\\_REP/5086](https://repositorio.consejodecomunicacion.gob.ec/handle/CONSEJO_REP/5086)

Machuca Acosta, C. E. (Abril de 2022). *Repositorio Universidad Técnica de Ambato*.  
Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/35005>

MarajofskyL, L. (29 de Enero de 2022). La era del meme: humor para tolerar lo  
intolerable. *El Planeta Urbano*. Obtenido de  
<https://elplanetaurbano.com/2022/01/la-era-del-meme-humor-para-tolerar-lo-intolerable/>

Ramos, M. (10 de ENERO de 2022). *marketing4ecommerce.net*. Obtenido de  
<https://marketing4ecommerce.net/breve-historia-del-meme-el-contenido-humoristico-viral-que-inunda-internet/>

Real Academia Española definición 2. (2022). *Diccionario de la lengua española*.  
Obtenido de <https://dle.rae.es/meme>

Real Academia Española definición 2. (2022). *RAE*, 2. Obtenido de  
<https://dle.rae.es/comunicaci%C3%B3n>

Sanfeliciano Calvo, A. (6 de Junio de 2023). *La mente es maravillosa*. Obtenido de  
<https://lamenteesmaravillosa.com/disenos-de-investigacion-enfoque-cualitativo-y-cuantitativo/>

Silva Cruz, V. (15 de Agosto de 2023 ). La conversación digital sobre el debate electoral  
se enfocó más en los hechos ‘pintorescos’ que en las propuestas de los candidatos.  
*Diario El Universo*. Obtenido de  
<https://www.eluniverso.com/noticias/politica/conversacion-digital-debate->



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN REDISEÑADA**



electoral-redes-sociales-hechos-pintorescos-memes-candidatos-debate-  
presidencial-bolivar-armijos-nota/

Willingham "AJ", A. (25 de Julio de 2023). What was the first meme? A critical question, answered (sort of) ¿Cuál fue el primer meme? Una pregunta crítica, respondida (más o menos). *CNN*. Obtenido de <https://edition.cnn.com/us/first-meme-ever-cec/index.html>



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN REDISEÑADA**  
**12. ANEXOS**



**Anexo 1: Fichas de observación**

**Tabla N° 1**

<b>Ficha de Observación del medio de Comunicación</b>
<p><b>Diario o medio de comunicación:</b> El Comercio</p> <p><b>Reseña del medio:</b> El 1 de enero de 1906 nació en Quito el diario EL COMERCIO, fundado por los hermanos Carlos y César Mantilla Jácome. El periódico tuvo que enfrentar varios desafíos debido al crecimiento de los medios digitales, la disminución de los medios impresos y la crisis sanitaria por el Covid-19, que lo obligaron a hacer recortes de personal y de recursos. El 6 de junio de 2023, después de una protesta de sus empleados que llevaban meses sin cobrar, El Comercio anunció el cierre de su versión impresa. Ahora el diario solo conserva algunas de sus antiguas columnas en su página web.</p> <p><b>Plataforma o red social:</b> Instagram</p> <p><b>Encabezado de la publicación:</b> Clases de #Threads con el Michencio y el Michimercio</p> <p><b>Fecha de la publicación:</b> 06/07/2023</p> <p><b>Imagen:</b></p>



**Link o enlace:**

[https://www.instagram.com/p/CuXtqZeOB8x/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==](https://www.instagram.com/p/CuXtqZeOB8x/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==)

Categoría	Observaciones
Semiología	<p>Significado: La imagen es una forma humorística de mostrar la dificultad de pronunciar ciertas palabras, en este contexto es ‘Threads’; añadiendo que a pesar de esta situación los usuarios se añadieron a esta plataforma nueva.</p> <p>Significante: El meme usa la imagen de los gatos como un icono, que es un signo que se parece a su objeto. El objeto es la situación de dificultad o frustración que se siente al intentar pronunciar una palabra o frase en un idioma extranjero. El gato en la primera imagen tiene una expresión graciosa y exagerada que muestra su incapacidad para articular el sonido correctamente. El gato en la segunda imagen tiene una expresión de sorpresa y desconcierto que muestra su falta de conocimiento o habilidad.</p>

	<p>Código: se basa en la ilustración de 2 gatos, teniendo una similitud entre la imagen y el texto. El texto dice: ‘Yo intentando pronunciar Threads. *Término mordiéndome la lengua*’ (primera imagen). Yo sin saber cómo se dice, pero ya con mi cuenta. *Igual le diré Twitter 2*’</p> <p>Referente: ante la llegada de Threads, las personas se encontraban en la duda de cómo se pronuncia este término, además el medio menciona los efectos de la nueva red social.</p>
<p>Figura retórica o literaria</p>	<p>Ironía, en este caso, la imagen muestra a gatos, incluso uno con la lengua fuera, como si estuviera intentando pronunciar una lengua difícil. Esto es una ironía porque los gatos no hablan.</p>
<p>Comentarios de la audiencia</p>	<p>Esta publicación cuenta con 13. 828 me gusta. Dentro de los comentarios la audiencia expresa la manera en la que ellos consideran que se pronuncia la palabra. Además de que muchos se sintieron identificados a las imágenes y manifiestan el agrado ante esta publicación: ‘‘Me encantan estas ilustraciones. Son lo máximo.’ ‘Jajajajaja no cambies Michimercio!!’ ‘Michi, estamos en las mismas’’.</p>
<p>Exageración de la imagen</p>	<p>Poca, en las imágenes solo muestra a los gatos junto a sus gestos.</p>

<b>Ficha de Observación del medio de Comunicación</b>	
<p><b>Diario o medio de comunicación:</b> Ecuador TV</p> <p><b>Reseña del medio:</b> El canal fue establecido al mismo tiempo que la instalación de la Asamblea Constituyente para que las sesiones pudieran ser transmitidas en vivo a nivel nacional. El canal es propiedad del Gobierno ecuatoriano y se encuentra operada por la Televisión y Radio de Ecuador en las ciudades de Quito y Guayaquil.</p> <p><b>Plataforma o red social:</b> Instagram</p> <p><b>Encabezado de la publicación:</b> El Ministerio de Producción informó que, desde este martes 15 de agosto de 2023 se inicia la veda del cangrejo.</p> <p><b>Fecha de la publicación:</b> 15/08/2023</p> <p><b>Imagen:</b></p> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; margin: 5px 0;">  </div> <p><b>Link o enlace:</b></p> <p><a href="https://www.instagram.com/p/Cv966ZArBmK/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igshid=MzRIODBiNWFIZA==">https://www.instagram.com/p/Cv966ZArBmK/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igshid=MzRIODBiNWFIZA==</a></p>	
<b>Categoría</b>	<b>Observaciones</b>

Semiología	<p>Significado: La imagen es una forma humorística de informar sobre el inicio de la veda del cangrejo.</p> <p>Significante: utiliza una imagen fija en primer plano del Sr. Cangrejo perteneciente a la caricatura Bob Esponja.</p> <p>Código: La imagen es un comentario sobre la prohibición de pesca de cangrejos en Ecuador que comenzó el 15 de agosto de 2023. El texto dice: “Hoy se inicia la veda del cangrejo”, lo que significa “Hoy comienza la prohibición de pesca de cangrejos”.</p> <p>Referente: La segunda veda de cangrejos del año en Ecuador, acontecimiento que lo informó El Ministerio de Producción.</p>
Figura retórica o literaria	<p>Hipérbole, en este caso, la imagen muestra la reacción de Don Cangrejo al enterarse de que se inicia la veda del cangrejo. Esto es una exageración porque Don Cangrejo no es un cangrejo real, sino un personaje de dibujos animados, y porque su expresión es muy dramática y cómica.</p>
Comentarios de la audiencia	<p>En esta publicación solo hay un comentario, comentario que no está relacionado con el comunicado.</p>
Exageración de la imagen	<p>Poca, debido a que escogieron representar con la imagen de una caricatura y no hay alteración en ella.</p>

**Ficha de Observación del medio de Comunicación**

**Diario o medio de comunicación:** La Posta

**Reseña del medio:** La Posta es un medio digital que nació en el 2017 en Quito, Ecuador, de la mano de Luis Eduardo Vivanco y Andersson Boscán. Su forma de comunicar es a través de las redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp y YouTube, donde comparten su contenido con un tono informal, humorístico y fácil de leer.

**Plataforma o red social:** Twitter

**Encabezado de la publicación:** La Asociación de Magistrados y Jueces de Guayas jura que el traslado de alistas 'Fito', líder de los Choneros, fue porque el SNAI no presentó el informe de peligrosidad que justificara su estancia en La Roca. Por eso, el juez Diego Poma habría aceptado su traslado a la cárcel Regional de Guayaquil.

Fecha de la publicación: 11/03/2023

**Imagen:**



<b>Link o enlace:</b>	
<a href="https://twitter.com/LaPosta_Ecu/status/1701232253458595878?t=FgsGxc-6VlfILR5UoO4B2g&amp;s=19">https://twitter.com/LaPosta_Ecu/status/1701232253458595878?t=FgsGxc-6VlfILR5UoO4B2g&amp;s=19</a>	
Categoría	Observaciones
Semiología	<p>Significado: La imagen es una combinación de texto e imágenes para crear un mensaje humorístico. El mensaje es una crítica al SNAI y su manejo del caso Fito.</p> <p>Significante: utiliza una imagen de una de las escenas de la serie de televisión de animación para adultos “Futurama”. Es el decimosexto episodio de la sexta temporada "Ley y oráculo". El robot (Bender) es un signo icónico que representa al SNAI. Y el otro personaje (Philip J. Fry) representa al presidente Guillermo Lasso, reflejando gestos, de susto, duda, y de sorpresa.</p> <p>Código: El texto al pie es un signo informativo que representa el contenido o el mensaje de la comunicación. El texto al pie explica el motivo de la crítica a las autoridades competentes: no haber enviado el informe de peligrosidad de Fito, lo que permitió su traslado a La Roca.</p> <p>Referente: Traslado de alias Fito a otro centro penitenciario.</p>
Figura retórica o literaria	Sátira, al burlarse de la situación de las autoridades ante esta problemática.
Comentarios de la audiencia	Esta imagen tiene más de 90 mil de reproducciones, 541 me gusta, repostearon esta publicación 357 veces y 165

	comentarios, en donde manifiestan la inconformidad sobre esta noticia.
Exageración de la imagen	Mucha, en esta representaron a través de caricaturas a las autoridades relacionadas en el tema.

**Tabla N° 4**

**Ficha de Observación del medio de Comunicación**

**Diario o medio de comunicación:** Tinta Digital

**Reseña del medio:** Tinta Digital es una empresa emergente de tecnologías de la información y la comunicación que se creó en 2021 con el objetivo de disminuir la desigualdad en el acceso a la información, difundir el saber y aportar soluciones creativas e innovadoras a los retos del nuevo siglo.

**Plataforma o red social:** Instagram

**Encabezado de la publicación:** Mientras esperamos los resultados oficiales... vota cuál es tu momento humilde de las #elecciones2023ec

**Fecha de la publicación:** 05/02/2023

**Imagen:**



<b>Link o enlace:</b>	
<a href="https://www.instagram.com/p/CoTaBtrL6uc/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igshid=MzRIODBiNWFIZA==">https://www.instagram.com/p/CoTaBtrL6uc/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igshid=MzRIODBiNWFIZA==</a>	
Categoría	Observaciones
Semiología	<p>Significado: La imagen es un collage de diferentes elementos, entre ellos texto, imágenes y emojis. Parece ser un comentario sobre la situación política en Ecuador, específicamente los resultados electorales del 5 de febrero de 2023.</p> <p>Significante: las 2 imágenes contienen características similares, en ambas se puede visualizar en la parte central, un Nintendo y alrededor de este a los candidatos más representativos en aquellas elecciones, papeletas, emojis, bandera del Ecuador, micrófonos, la diferencia está en las imágenes que van dentro del Nintendo, en la primera está el periodista Alfonso Espinosa y en la segunda el logo del CNE representado humorísticamente por el personaje Bob Esponja.</p> <p>Código: En la primera imagen, Alfonso Espinosa, se refiere a que va a brindar alguna información “*ecuatorianxs*”; esto en contraste con el texto “LOS RESULTADOS ELECTORALES”. En la segunda imagen, se encuentra al personaje Bob Esponja y encima de este el logo del CNE, quienes son los encargados de brindar correctamente los resultados electorales, en el texto de esta imagen se refleja una de las situaciones más presentes en la</p>

	<p>espera de los resultados “NO HAY SISTEMA, VUELVA MAÑANA”.</p> <p>Referente: Ante la espera de los resultados electorales, vividos el 5/02/2023, el medio invitó a la audiencia a compartir sus momentos más humildes en las elecciones mencionadas.</p>
<p>Figura retórica o literaria</p>	<p>Ironía, en este caso, la imagen muestra una serie de elementos que se relacionan con la situación política de Ecuador, y que contrastan con el texto “TOP MOMENTOS QUE NOS MANTIENEN HUMILDES” Por ejemplo: en la segunda imagen dice “NO HAY SISTEMA, VUELVA MAÑANA” es una forma de denunciar la falta de transparencia y eficiencia en el proceso electoral. La cara de payaso es una forma de representar el ridículo y la desconfianza.</p>
<p>Comentarios de la audiencia</p>	<p>Esta publicación cuenta con pocos comentarios, pero estos reflejan el respaldo a la información, en donde también manifiestan las quejas en aquel proceso electoral.</p>
<p>Exageración de la imagen</p>	<p>Mucha, en esta información se observa el conjunto de elementos para estas imágenes, las fotos de los candidatos, existe una edición sobre ellos, por ejemplo, el que se encuentra en la parte inferior donde parte de su cuerpo está tapado por papeletas o Aquiles Alvarez con un animal en sus manos.</p>



**Anexo 2: Banco de Preguntas para la entrevista**

**Entrevista-Profesional de la comunicación**

**Datos del Entrevistado**

**Nombre:** Bella Lizeth Paredes Cerezo

**Ocupación:** Licenciada en Comunicación; creadora del medio digital “Expansión Informativa” en Facebook que cuenta con más de 18MIL seguidores.

**Número de Celular:** 0991555513

**Número de cédula:** 1250398417

**Fecha y hora:** 13/09/2023 a las 16: 00 p. m.

1. ¿Cómo describe su experiencia personal con los memes? ¿con que frecuencia los usa?
2. ¿Qué cree que hace que los memes sean efectivos como herramientas de comunicación en línea?
3. ¿Qué potencialidades ve en el uso de los memes en contextos como la política, publicidad o en el periodístico?
4. ¿Considera que los memes tienen la capacidad de influir en la opinión pública? ¿Por qué?
5. ¿Cree que el uso de los memes puede afectar la imagen de un medio de comunicación o de alguna entidad?



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN REDISEÑADA**



6. ¿Puede mencionar un ejemplo de un meme que consideres especialmente influyente o poderoso en su impacto comunicativo?

7. ¿Cómo cree que los memes pueden evolucionar en el futuro en términos de su uso y su impacto en la comunicación contemporánea?

**Entrevista-estudiante de comunicación**

**Datos del Entrevistado**

**Nombre:** Jorge Vera Maldonado

**Ocupación:** Estudiante de la carrera de comunicación en la Universidad Técnica de Babahoyo (culminó el séptimo semestre de la carrera).

Locutor y controles de programas radiales (Radio Libre 93.9FM).

**Número de Celular:**0979448685

**Número de cédula:** 1250200092

**Fecha y hora:** Babahoyo 13/09/2023 a las 18: 00 p.m.

1. ¿Qué te llama la atención de los memes como forma de comunicación?
2. ¿Qué cree que hace que los memes sean efectivos como herramientas de comunicación en línea?
3. ¿Qué opinas sobre el uso de los memes como herramienta política, social o periodística?
4. ¿Puede mencionar un ejemplo de un meme que consideres especialmente influyente o poderoso en su impacto comunicativo?



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN REDISEÑADA**



5. Como futuro profesional en la comunicación ¿Considera que hay desafíos o riesgos para la comunicación a través de los memes? ¿Cuáles podrían ser esos desafíos?

**Anexo 3: Respuestas de los entrevistados**

**Primera entrevista: Bella Lizeth Paredes Cerezo.**

1. ¿Cómo describe su experiencia personal con los memes? ¿con qué frecuencia los usa?

Desde el punto personal, los memes los usa más para divertirse, casi todos los memes tienen un contenido más de entretenimiento, de diversión, con un mensaje jocoso. Desde su experiencia son entretenidos.

2. ¿Qué cree que hace que los memes sean efectivos como herramientas de comunicación en línea?

La imagen, el contexto de la imagen, que es simple, es decir, no tiene ningún plano específico, simplemente una imagen, pero que a la vez transmite un mensaje claro, entonces considera que eso lo hace efectivo, que la imagen transmite el verdadero mensaje y la audiencia al verla sabe de lo que se trata.

3. ¿Qué potencialidades ve en el uso de los memes en contextos como la política, publicidad o en el periodístico?

Son muy potenciales actualmente la información sobre todo en lo digital, debido a que todo en estos momentos se están moviendo a través de las redes; la plataforma Facebook es una de las principales donde se está llevando a cabo lo de los memes y considera que sin influye mucho en las personas porque van dirigido a ciertos grupos. Antes los memes eran utilizados simplemente como imágenes con un mensaje de doble sentido en el ámbito 100% humorístico, pero ahora se puede visualizar que ya traspasó a



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN REDISEÑADA**



la política, se fue a lo cotidiano, a los acontecimientos sociales, lo que hace que los individuos se identifiquen con los memes e incluso tengan afinidad por ciertos memes que hablan de su entorno o de lo que hacen, de manera que logran conectar con la audiencia.

4. ¿Considera que los memes tienen la capacidad de influir en la opinión pública? ¿Por qué?

Sí, tienen mucha capacidad de influir, porque primero llaman la atención, segundo dan el mensaje de manera corta y precisa que muchas veces ni los medios de comunicación tradicionales logran; son muy eficaces para utilizarlos actualmente y poder transmitir una información, más rápida y directa.

5. ¿Cree que el uso de los memes puede afectar la imagen de un medio de comunicación o de alguna entidad?

Depende de qué tipo de meme utiliza, expone que si la persona que está detrás del manejo de esta herramienta es del ámbito de comunicación esta persona está 100% capacitada. Un profesional en la rama tendrá los cuidados de todo lo que transmite, pero si lo hace una persona común, sin conocimientos al respecto, pues, si llegaría a desfavorecer la imagen. Normalmente los memes son jocosos entonces tienen un doble sentido y si no se los manejan con cuidado pueden transmitir un mensaje erróneo.

6. ¿Puede mencionar un ejemplo de un meme que consideres especialmente influyente o poderoso en su impacto comunicativo?

Uno de los memes más recientes que se ha visto a nivel nacional y que han tenido mucha fuerza es el de 'Hierba Luisa' y el 'Quaker' fue sorprendente como tan solo unas



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN REDISEÑADA**



imágenes acompañadas de texto, tanta es su influencia que mucha gente lo comparte para demostrar su afinidad política.

7. ¿Cómo cree que los memes pueden evolucionar en el futuro en términos de su uso y su impacto en la comunicación contemporánea

Cree que pueden evolucionar, pero a un ámbito más formal o social reflejando lo que se vive en Ecuador.

8. En su medio digital ¿usted optaría por el uso de esta herramienta?

Por el momento no ha pensado en el empleo de esta herramienta en su medio digital, sin embargo, si debido a la evolución que se vive día a día, si en algún momento los memes toman más fuerzas si implementaría esa herramienta en el medio digital.

**Segunda entrevista: Realizada a Jorge Vera Maldonado.**

1. ¿Qué te llama la atención de los memes como forma de comunicación?

Que se puede llamar la atención de manera más rápida en redes sociales, la captación de un grupo de personas por este tipo de memes y que, son usados para hacer broma o referencia de una situación seria, pero al mismo tiempo jocosa.

2. ¿Qué cree que hace que los memes sean efectivos como herramientas de comunicación en línea?

En un cierto punto, se debe saber utilizar un meme para dar una información, pero no siempre debe ser así, hay temas que deben ser tratados con seriedad.

3. ¿Qué opinas sobre el uso de los memes como herramienta política, social o periodística?



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**COMUNICACIÓN REDISEÑADA**



Los memes suelen tener un efecto positivo en las personas que lo visualizan de cierta forma llama la atención de los seguidores que permite hacer viral ese meme que tiene como objetivo dar a conocer algo.

4. ¿Puede mencionar un ejemplo de un meme que consideres especialmente influyente o poderoso en su impacto comunicativo?

Bueno existe un meme que fue popular en tiempo de campañas que fue la de los borregos, claro no tuvo un efecto en mi porque no soy partidario de esa línea política, pero en los seguidores sí, les dio poder, los hizo sentir intocables al auto llamarse "borregos". Ya que su líder los motivó a usar ese nombre como identificativo.

5. Como futuro profesional en la comunicación ¿Considera que hay desafíos o riesgos para la comunicación a través de los memes? ¿Cuáles podrían ser esos desafíos?

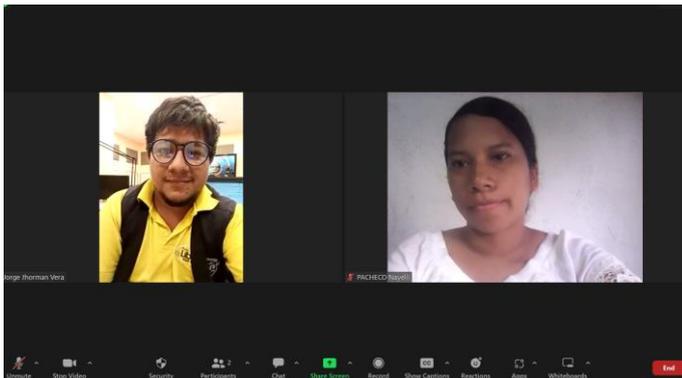
Riesgos: que tú medio sea tomado a burla y tenga un efecto negativo lo que te haría perder credibilidad en tu página o medio de comunicación.

Desafío: que ese meme que has creado se haga viral u obtenga ese efecto que esperabas.

**Anexo 4: Respaldo fotográficos de las entrevistas**



*Entrevista con la Lcda. Bella Lizeth Paredes Cerezo.  
Miércoles 13 de septiembre. 16: 00 p.m.*



*Entrevista con el estudiante Jorge Vera Maldonado.  
Miércoles 13 de septiembre. 18: 00 p.m.*

**Anexo 5: Reunión con el tutor: MSc. Oscar Alfredo Mora Muñoz**



*Reunión con el tutor, miércoles 30 de agosto*



*Reunión con el tutor, miércoles 13 de septiembre*