

UCUENCA

Universidad de Cuenca

Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación

Carrera de Comunicación

Análisis de la percepción de los usuarios de Facebook acerca del uso comunicativo de los memes en el contexto del paro nacional de junio de 2022

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado en Comunicación

Autor:

Kevin Mateo León León

Director:

Víctor Hugo Guillermo Ríos

ORCID:  0009-0001-7974-527X

Cuenca, Ecuador

2024-09-25

Resumen

Los memes han adquirido un papel destacado como medio de comunicación en la actualidad. A través de su uso diverso de lenguaje, facilitan los procesos comunicativos al permitir a los individuos expresar opiniones, perspectivas y emociones. Los memes promueven la convergencia de pensamientos a nivel interpersonal, social y cultural, otorgando a diversos grupos la libertad de expresarse y participar activamente en movimientos e ideologías políticas y sociales. Esta investigación tuvo como objetivo analizar la percepción de los usuarios de la red social Facebook acerca del uso comunicativo de los memes en el contexto del Paro Nacional de junio de 2022. En cuanto a la metodología, la investigación tuvo un enfoque cualitativo, de tipo fenomenológico de corte transversal, formaron parte del estudio un total de 16 participantes, con edades comprendidas entre 19 y 57 años ($M=24,69$; $DE=9,81$), 12 estudiantes (75%) de la carrera de Comunicación de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca, y 4 profesionales (25%). Como instrumentos se aplicó una ficha de datos sociodemográficos y una entrevista semiestructurada. El análisis de datos se llevó a cabo mediante Análisis temático en el Microsoft Office, el cual reveló cuatro ejes temáticos a) función y efecto de los memes b) alcance y difusión de los memes, c) aspectos socioculturales de los memes y d) estrategias de marketing y memes. Las principales conclusiones indican que los memes demostraron tener un alcance significativo en términos de captar la atención de la audiencia, y facilitar la difusión de información en el contexto del paro nacional.

Palabras clave del autor: memes, desarrollo tecnológico, conflictos sociales



El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Cuenca ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por la propiedad intelectual y los derechos de autor.

Repositorio Institucional: <https://dspace.ucuenca.edu.ec/>

Abstract

Memes have emerged as a prominent medium of communication in contemporary society. They employ diverse forms of language to facilitate communication processes, allowing individuals to express opinions, perspectives, and emotions. Memes foster the convergence of thoughts at interpersonal, social, and cultural levels, enabling various groups to freely express themselves and actively participate in political and social movements and ideologies. This study aims to analyze Facebook users' perception of the communicative use of memes in the context of the National Strike of June 2022. The research had a qualitative, cross-sectional phenomenological approach was employed for this research. The study included a total of 16 participants, aged between 19 and 57 years ($M=24.69$; $SD=9.81$). Among them, 12 were students (75%) enrolled in the Communication program at the Faculty of Philosophy, University of Cuenca, while 4 were professionals (25%). Data collection involved the use of a sociodemographic questionnaire and a semi-structured interview. Thematic analysis was conducted using Microsoft Office and yielded four thematic axes: a) the role and impact of memes, b) the reach and dissemination of memes, c) sociocultural aspects of memes, and d) marketing strategies and memes. In conclusion the findings highlight the significant reach of memes in capturing audience attention and facilitating information dissemination during the national strike.

Author Keywords: memes, technological development, social conflicts



The content of this work corresponds to the right of expression of the authors and does not compromise the institutional thinking of the University of Cuenca, nor does it release its responsibility before third parties. The authors assume responsibility for the intellectual property and copyrights.

Institutional Repository: <https://dspace.ucuenca.edu.ec/>

Índice de Contenido

Introducción.....	9
Marco teórico.....	10
Aproximación histórica de la comunicación humana y su relevancia en la interacción social	10
Los sistemas de comunicación visual: de la semiótica a la memética en el estudio de los memes	11
Los memes como un mecanismo de comunicación social	13
El uso de los memes como recurso comunicativo en diferentes problemáticas sociales	14
Las redes sociales, los memes y las problemáticas sociales.....	15
Metodología.....	19
Enfoque y diseño del estudio	19
Participantes.....	19
Instrumentos.....	20
Procedimiento de la investigación	20
Análisis de datos.....	21
Aspectos éticos	21
Presentación y análisis de los resultados	22
Descripción de los participantes.....	22
Resultados del análisis temático	22
Códigos categoría.....	23
Los memes como un medio de comunicación y fuente de información en el paronacional	23
Importancia, alcance y difusión de los memes como fuente de información en el contexto del paro nacional	24
Percepción del uso de memes entre estudiantes y profesionales.....	26
Los memes como estrategia de marketing en la difusión de información y creación de contenido	26
Discusión.....	27
Conclusiones y recomendaciones.....	27

UCUENCA

5

Referencias 30

Anexos 33

Índice de Tablas

Tabla 1	22
Tabla 2	23
Tabla 3	33

Dedicatoria

Tras la culminación de mi trabajo final de titulación vienen a mi mente una serie de personas, todas y cada una de ellas con un valor invaluable en mi vida y que sin duda alguna hay aportado para que hoy me encuentre escribiendo esta dedicatoria.

Quiero empezar dedicando este trabajo a mi familia, quienes me han acompañado con lealtad y paciencia durante todo mi proceso académico, supieron aconsejarme y darme la fuerza necesaria para hacerle frente a las obligaciones y contingencias que demanda la vida universitaria.

A mis amigos de la adolescencia, hermanos de vida, con quienes crecí y avance como ser humano, gracias a ellos y a su grata compañía hicieron llevaderos y entretenidos mis años durante esta bella y gratificante carrera como es la comunicación.

A mis docentes, profesionales a carta cabal, apasionados por enseñar e impartir conocimiento, sin duda alguna, aportaron con creces no solo a mi desarrollo profesional, sino también a mi desarrollo personal, pues siempre me han tratado con respeto e igualdad durante todo este proceso. Los llevo conmigo y me dejan una imagen grata de quienes se quedan atrás representando la facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Comunicación, bienaventurados los futuros colegas.

Finalmente, una mención y dedicatoria especial para mí, pues quiero reconocer mi esfuerzo, disciplina y dedicación. Esta carrera vislumbró un horizonte amplio de desafíos que espero afrontar los años venideros con conocimiento y experiencia. Me llevo gratos y sentidos recuerdos durante mi estancia en la Universidad de Cuenca.

Con gratitud y aprecio sinceros,

Mateo León

Agradecimientos

Hoy, con gran emoción y gratitud, agradezco por medio estas palabras a mis padres y mis hermanos, en el marco de la culminación de mi tesis de grado. Este logro no habría sido posible sin el apoyo constante y aliento incondicional a lo largo de esta travesía académica. Desde el principio, fueron quienes inspiraron e iluminaron mi camino en los momentos de incertidumbre y desafíos. Me recordaron, en cada paso, la importancia de creer en mí mismo y nunca rendirme, incluso cuando los obstáculos parecían insuperables. Sus palabras de aliento y motivación resonaron profundamente en mi corazón, impulsándome a dar lo mejor de mí en cada etapa de este proceso académico.

Me siento profundamente agradecido con el Magister Hugo Guillermo Ríos, que con su guía constante y su voluntad de invertir su tiempo y energía en este proceso de la recta final me acompañó a culminar con éxito mi trabajo final de titulación. Su mentoría y consejos expertos han dejado una huella indeleble en mi formación académica y profesional.

Hoy, al completar esta tesis, celebro no solo mi logro personal, sino también nuestro logro compartido. En esta página expreso mi eterna gratitud y reconocimiento por la invaluable contribución a mi formación. Sin duda, esta investigación no solo lleva mi firma, sino también la de todos ustedes, como un testimonio de nuestro vínculo y colaboración. Espero que esta tesis de grado sea solo el comienzo de un futuro lleno de éxitos y logros compartidos.

Introducción

Los memes han adquirido un papel destacado como medio de comunicación en la actualidad. A través de su uso diverso de lenguaje, facilitan los procesos comunicativos al permitir a los individuos expresar opiniones, perspectivas y emociones (Beskow et al., 2020; Valensise et al., 2021). Además, los memes promueven la convergencia de pensamientos a nivel interpersonal, social y cultural, otorgando a diversos grupos la libertad de expresarse y participar activamente en movimientos e ideologías políticas y sociales.

En el contexto latinoamericano, se han llevado a cabo varios estudios que exploran el uso de los memes en eventos políticos relevantes, como el caso de Brasil (Chagas et al., 2019). Estas investigaciones revelaron el impacto que los memes pueden tener en la opinión pública. Dado que los memes se desarrollan en entornos digitales, poseen un amplio alcance en diversos contextos, lo que destaca la importancia de abordar esta temática de manera más exhaustiva.

Es sabido que los memes pueden ser herramientas positivas para la comunicación y la difusión, sin embargo, también se pueden dar posibles consecuencias negativas si no existen mecanismos reguladores adecuados. Por ejemplo, los memes pueden generar problemas interpersonales y desequilibrar la armonía social (Hossain et al., 2022; Mattoni y Treré, 2014). Es evidente que los memes han adquirido una creciente relevancia en el ámbito político y social, lo cual ha impulsado investigaciones orientadas a comprender su influencia en diversos contextos. Por tanto, el estudio de los memes se vuelve cada vez más imperativo y pertinente en la sociedad actual.

Por esta razón se planteó esta investigación para analizar la percepción de los usuarios de la red social Facebook acerca del uso comunicativo de los memes en el contexto del Paro Nacional de junio de 2022. Con el fin de alcanzar este objetivo, se plantearon tres objetivos específicos. En primer lugar, se buscó determinar los usos sociales de los memes como mecanismos de comunicación y fuentes de información en la red social Facebook durante el Paro Nacional. En segundo lugar, pretendió delimitar la importancia que tienen los memes como fuentes de información verás en dicha red social en el contexto del evento mencionado. Por último, se buscó contrastar la percepción acerca del uso comunicativo de los memes entre profesionales y estudiantes universitarios.

Marco Teórico

Aproximación histórica de la comunicación humana y su relevancia en la interacción social

Para abordar aspectos teóricos de la interacción humana, es inevitable adentrarse en los procesos de comunicación y sus implicaciones a nivel funcional y adaptativo (Zoraida et al., 2016). Puesto que la comunicación es un aspecto esencial en la vida de las personas, ya que permite compartir información, expresar pensamientos y sentimientos, establecer relaciones, resolver problemas y tomar decisiones (Watzlawick et al., 1991). Este complejo mecanismo evolutivo y adaptativo (la capacidad de comunicarse), no se limita únicamente a los aspectos del habla o lenguaje oral, sino que engloba un amplio espectro de formas y mecanismos que facilitan y promueven la interacción entre individuos haciendo posible el establecimiento de relaciones interpersonales, así como para el buen funcionamiento de las organizaciones y la sociedad en general (Bastardas, 2016; Cuenca, 2017).

Por lo tanto, es relevante comprender la base histórica de los sistemas de comunicación humana puesto que se remonta a la prehistoria, cuando los primeros humanos utilizaban métodos no verbales (como gestos y señales) para comunicarse entre sí. Posteriormente, mediado por factores filogenéticos, ontogenéticos y contextuales, se desarrollaron sistemas de comunicación más complejos, como el lenguaje oral y escrito (Rizo, 2011; Watzlawick et al., 1991). Estos hitos evolutivos marcarían la diferencia para el desarrollo de las civilizaciones.

El lenguaje oral fue uno de los primeros sistemas de comunicación humana y se utilizó durante miles de años antes del desarrollo de la escritura. Por otra parte, la escritura constituye uno de los sistemas de comunicación más importantes de la humanidad. Con la invención de la escritura se logró la transmisión de información a través del tiempo y ha sido esencial para el desarrollo de las civilizaciones, la ciencia y la tecnología (Gabriele, 2020). Mediante múltiples investigaciones y hallazgos importantes sabemos que los primeros sistemas de escritura se basaban en pictogramas y jeroglíficos, pero con el paso del tiempo se desarrollaron alfabetos y sistemas de escritura más complejos que usamos hoy en día (Zoraida et al., 2016).

Otro sistema de comunicación constituye la comunicación no verbal (Non Verbal Communication, NVC). La NVC es un tipo de comunicación que implica el uso del cuerpo, el tono de voz, las expresiones faciales y los gestos para transmitir información y emociones (Bastardas, 2016). Esta forma de comunicación es muy importante, ya que puede transmitir información adicional a la verbal, de forma controlada (consciente) o automática (inconsciente), permitiendo transmitir emociones de forma clara y precisa por medio de gestos o movimientos faciales incluso en ausencia del habla, también puede fortalecer

mensajes verbales mediante la transmisión de información subjetiva, actitudinal y contextual en los procesos comunicativos (Watzlawick et al., 1991).

La comunicación humana, se encuentra estrechamente relacionada con el desarrollo tecnológico puesto que, desde la invención de la imprenta en el siglo XV, la creación de los medios de comunicación de masas en el siglo XX y durante las últimas décadas con el desarrollo de las Redes Sociales (RS) se ha promovido un importante sistema de comunicación no verbal, la comunicación visual (Cuenca, 2017) que usa la presentación de imágenes y símbolos para transmitir información. Esta forma de NVC se emplea para expresar ideas, emociones y conceptos de manera que puedan ser entendidos por una gran variedad de personas, independientemente de su capacidad lingüística o lectora (Watzlawick et al., 1991).

La comunicación visual incluye diversas técnicas y medios, como la pintura, la fotografía, el diseño gráfico, el cine, la animación y la publicidad (Rizo, 2011). También puede incluir la arquitectura, la escultura y otros medios de comunicación visual en el espacio físico. La comunicación visual tiene un gran impacto en la sociedad moderna, ya que se utiliza en una amplia variedad de contextos, desde la publicidad y el diseño de productos hasta la educación y la ciencia (Ramírez, 2009). También es importante en la comunicación online, ya que las imágenes, símbolos y los vídeos son una forma popular de comunicar información en las redes sociales y otras plataformas digitales, haciendo cada vez más relevante su influencia en la comunicación e interacción humana (Romeu, 2016). Estas nuevas formas de comunicación mediante el uso de imágenes, videos o textos las conocemos hoy en día como memes y constituyen una forma de comunicación en entornos digitales que permite difundir información a través del humor, la sátira o la crítica de situaciones o fenómenos sociales emergentes.

Los sistemas de comunicación visual: de la semiótica a la memética en el estudio de los memes

Comprender la comunicación humana inevitablemente nos lleva a la semiótica o semiología, que es la ciencia encaminada al estudio de los diferentes sistemas de signos, incluida su producción, interpretación y uso en la comunicación dentro de las sociedades humanas (Gabriele, 2020). La semiótica es un campo interdisciplinar basado en el postulado de que toda comunicación humana, tanto verbal como no verbal, se realiza a través de signos, que tienen significado y finalidad (Gabriele, 2020). Esta ciencia, se divide en tres ramas principales: la semiótica lingüística, que se centra en el estudio de los signos y el lenguaje; la semiótica visual, que estudia los signos visuales y la comunicación no verbal; y la semiótica social, que se centra en el estudio de los signos y su uso en la sociedad (Pierce, 2006).

Por lo tanto, se puede decir que la semiótica estudia concretamente los signos de la comunicación o semiosis, que de acuerdo con Pierce (2006) son aquellos elementos que bajo cierto contexto representa o adquiere una significación ya sea para un individuo o para un grupo (sociedades). Esta perspectiva es respaldada por Zecchetto (2002) quien manifiesta que en los procesos de comunicación existe una relación triádica entre el objeto, el signo y el intérprete, es decir, un signo adquiere un significado de acuerdo con el observador. Tomando como base estos planteamientos, se puede afirmar que, toda actividad comunicativa se apoya en un sistema de significados compartidos (que todos los participantes deben tener en común ya sea a nivel biológico como simbólico), de esta manera los signos pueden ser producidos, percibidos y posteriormente reconocidos dentro de un sistema de codificación el cual otorgará un sentido a través de convenciones o significados preexistentes que sirven de estructura para dar como resultado las representaciones que el individuo integra a su experiencia subjetiva (Romeu, 2016).

Estos planteamientos teóricos constituyen las bases para comprender el uso de signos y símbolos como los memes; los cuales constituyen una forma de comunicación que hoy en día adquiere más relevancia en el contexto digital de la comunicación e interacción humana. Dawkins (1976) define tradicionalmente al meme como una unidad que tiene su propio sentido, que puede llegar a transmitirse y replicarse a lo largo del tiempo. Por lo tanto, para considerar que un meme se ha replicado tiene que haber llegado a varias personas de manera consecutiva, lo que genera la creación de significados compartidos a nivel cultural. Entonces, para que pueda darse la replicación es necesario emplear procesos de comunicación a nivel social lo que permite que a posterior se reelaboran los significados otorgados.

De esta manera el meme tiene la capacidad de transmitir información que adquiere su significado en el marco del contexto que se utiliza. Este concepto guarda relación con lo propuesto por Wilson (1998) y Lissack (2004) quienes expresan que para comprender el meme empleamos el aprendizaje del mundo que tenemos (memoria semántica), es decir que los memes tienen la capacidad de evocar significados a los cuales están asociados. A este proceso en el cual el meme es estudiado como unidad de evolución cultural y que tiene como objetivo conocer e interpretar la forma en la cual transmite la información, sus alcances sociales y como medio de herencia cultural, se conoce como memética, la cual constituye una corriente ideológica relativamente nueva que nos permite comprender como los memes se han convertido en herramientas o mecanismos de comunicación (Dawkins, 1976; Ramírez, 2009).

Los memes como un mecanismo de comunicación social

Los memes son unidades de información cultural que se transmiten de una persona a otra inclusive de una generación a otra, a través de imágenes, vídeos o texto, que por lo general suelen estar distorsionados con fines caricaturescos para una mejor difusión en las diferentes plataformas o redes sociales (Arango, 2015). El término meme fue acuñado por Richard Dawkins (1976) en su libro *The selfish gen*, por la similitud fonética con gen y porque observó en los memes un equivalente a los genes, ya que ambos transmiten información. A diferencia de los genes, los memes lo hacen de forma cultural a través del aprendizaje. Según varios teóricos de la difusión cultural, las ideas, los hábitos y las tradiciones se transmiten a través de la comunicación, como el lenguaje, el conocimiento, los mitos y los rituales; por lo tanto, estipulan que el meme es una idea, un comportamiento y un estilo que se expande dentro de una cultura (Dawkins, 1976; Heylighen, 1996). Es decir, que los memes son una unidad de información cultural que transmite información de forma longitudinal u horizontal por medio del aprendizaje, de tal manera que se caracteriza por su reproducibilidad y variabilidad (Arango, 2015).

Según las investigaciones existentes, el aprendizaje de un meme puede producirse de varias formas, por ejemplo, mediante la imitación, asimilación, enseñanza o la apropiación. Según García (2014) los memes se comportan como replicadores autónomos que se propagan y multiplican como lo haría un organismo viral infeccioso, sin embargo, no todos los memes tienen la misma capacidad de replicación, esto depende de varios factores. Para que un meme se reproduzca con éxito, se necesitan tres características: fidelidad, fecundidad y longevidad (Pérez et al., 2014). La fidelidad se refiere a la capacidad de un meme de seguir siendo reconocible tras varias transmisiones, la fecundidad a su capacidad de ser transmitido y la longevidad a su durabilidad en el tiempo (García, 2014; Pérez et al., 2014).

Como ya se ha mencionado, los memes son un fenómeno contemporáneo situado en el nexo del lenguaje, la sociedad, la comunicación digital y representan una forma relativamente nueva de cultura participativa que puede ofrecer a determinados grupos demográficos una oportunidad de expresión, compromiso y participación sobre aspectos políticos, sociales o culturales (Beskow et al., 2020; Valensise et al., 2021). Cuando se pretende abordar el origen de los memes, no se tiene un consenso claro y no se puede atribuir a un solo autor o a un grupo específico de autores la creación de los memes, pese a ser Dawkins (1976) quien acuñó el término, el autor no se refería exactamente a lo que hoy en día conocemos comúnmente como meme, más bien se refería a su comportamiento y características de difusión de información. Por esta razón, en la actualidad los memes son creados por los propios usuarios de las redes sociales y se representa generalmente por

medio de imágenes o frases con contenido divertido, informativo o conmovedor (Chagas et al., 2019). De esta manera, los memes pueden tener diferente finalidad informativa y generar diversas percepciones logrando que los usuarios (personas que interactúan con los memes en un contexto digital) lleguen a identificarse con este contenido y lo difundan sin importar si la información es veraz o falsa (Arango, 2015). El estudio de los memes es cada vez más importante sobre todo en los procesos de comunicación, difusión de información e impacto en fenómenos sociales a lo largo de las últimas décadas.

El uso de los memes como recurso comunicativo en diferentes problemáticas sociales

Considerando la perspectiva temporal del desarrollo de los memes y su relevancia en los procesos de interacción social, Valensise et al. (2021) manifiesta que a medida que los fenómenos sociales, políticos, culturales avanzan, al mismo tiempo el desarrollo, difusión e interacción con los memes experimentan una serie de cambios, adaptándose a cada época y situación contextual, por lo que el uso de los memes se ha vuelto de gran relevancia en la actual era digital.

La difusión de los memes ha tenido cada vez más relevancia en el contexto político y social. Cada vez existen más investigaciones encaminadas a conocer su influencia. Por ejemplo, Chagas et al. (2019) estudió los usos y apropiaciones de los memes en un contexto político especialmente en el periodo electoral de 2014 en Brasil a partir de la cual estableció una matriz taxonómica de los diferentes tipos de memes en el contexto político, además puso de manifiesto mediante el análisis de los memes la opinión política de los ciudadanos relacionados con el apoyo u oposición hacia los candidatos presidenciales mediante la difusión de memes en plataformas digitales.

Un estudio similar fue llevado a cabo en Estados Unidos por Ross y Rivers (2017) en el cual examinaron las características visuales y discursivas de los memes de internet en relación con los candidatos a las elecciones estadounidenses de 2016 (Donald Trump y Hillary Clinton), los resultados indicaron la tendencia de un discurso legitimador y deslegitimación en el uso de los memes; es decir, se evidenció cómo los memes crearon una visión negativa de los candidatos reduciendo su legitimidad como candidatos presidenciales. Además, esta investigación reveló que las estrategias de (des)legitimación de autorización, evaluación moral y racionalización son frecuentes en el uso de los memes.

Por otra parte, Basch et al. (2021) efectuó una investigación en el Reino Unido para valorar el impacto que tienen los memes en la información y desinformación respecto a las diferentes problemáticas de salud; la mayoría de los participantes presentaron una tendencia a la desinformación a causa del contenido de los memes y su difusión por redes sociales (videos virales).

Estas investigaciones ponen de manifiesto la relevancia de los memes en los fenómenos políticos, sociales, culturales y económicos, ya que de acuerdo con Harbo (2022) los memes contribuyen a una construcción del yo colectivo en diferentes movimientos sociales, debido a que permiten la expresión, compromiso y participación. Este estudio además sugiere que las cualidades comunicativas de los memes constituyen fuentes informales de confrontación, aprendizaje e identificación para diferentes grupos en diferentes movimientos sociales (Harbo, 2022).

Sin embargo el uso de los memes al mismo tiempo que pueden llegar a tener aportaciones positivas, pueden ser usados inadecuadamente llegando a ser perjudicial para los individuos debido a que los memes se han convertido en un medio habitual de promulgación de opiniones ofensivas como parte de los contenidos contaminantes en las redes sociales y la proliferación de estos memes indeseados o dañinos puede causar un impacto negativo en la armonía social (Hossain et al., 2022; Mattoni y Treré, 2014).

Las redes sociales, los memes y las problemáticas sociales

El estudio de los memes no sería posible sin abordar el avance tecnológico y el desarrollo de plataformas digitales o redes sociales. Desde la aparición del internet, la era digital ha evolucionado de manera exponencial y sumada a la rápida comercialización y mejora constante de dispositivos inteligentes como celulares, *tablets* y computadoras portátiles ha generado que las personas puedan interactuar constantemente, compartan y accedan a información de toda índole de manera más ágil que antes (Herrera, 2012). Esta interacción tiene lugar en varios ámbitos que van desde lo social hasta lo laboral y educativo demostrando como el avance tecnológico ha propiciado nuevos y variados espacios digitales (comunidades digitales) para la interacción social (Chan, 2016).

La comunidad digital con el paso del tiempo ha logrado un crecimiento exponencial debido a que los usuarios digitales que usan este tipo de medios tienen múltiples preferencias y necesidades que son compartidas sin mucho esfuerzo en una variedad de plataformas o redes sociales (Venier, 2018). Aunque todas las redes sociales se utilicen con fines comunicativos existen distintos tipos de redes, las cuales brindan herramientas variadas, por lo que depende del usuario elegir de acuerdo con los servicios que necesita (Herrera, 2012). Una de las redes sociales más comunes es Facebook que, según la organización We Are Social Media en el informe del año 2022, es la red social más utilizada a nivel mundial con más de 2.910 millones de usuarios activos al mes (Hall, 2022; Ruiz, 2018). Se consideran usuarios activos en redes sociales aquellos que al menos han realizado una acción -aunque simplemente sea conectarse a una plataforma social en los últimos 30 días (Hall, 2022; la Tercera, 2020). Su sitio web fue lanzado el 4 de febrero de 2004 por Mark Zuckerberg y actualmente pertenece a la empresa Meta Platforms (Hall,

2022). Facebook ofrece una interfaz dinámica en la que los usuarios pueden crear perfiles personalizados que responden a sus gustos y preferencias y que facilitan la emisión y difusión de información ampliando las oportunidades de interactuar con otras personas en cualquier parte del mundo (La Tercera, 2020).

Gracias al fácil acceso a internet y el uso masivo de redes sociales, Facebook ha eliminado las barreras geográficas y ha dinamizado la comunicación entre las personas alrededor del mundo ya que la interacción no se limita a entornos familiares y conocidos, sino que se genera y comparte información desde y hacia cualquier entorno de manera fácil y rápida potenciando la interacción entre las personas de una manera muy novedosa (Venier, 2018).

El alcance del contenido informativo que se comparte en Facebook no tiene límites ya que el intercambio de información se da de manera horizontal lo que permite que los usuarios emitan, recepten, compartan y retroalimenten la conversación de manera abierta y con un alcance a gran escala bajo la posibilidad de que el contenido se viralice (Hall, 2022). La viralización de un contenido se da cuando este llega a una cantidad basta de usuarios que a la vez comparten esta información con otros lo que expande el alcance y convierte dicho contenido en tendencia. Es decir, las redes sociales como Facebook maximizan la comunicación a niveles nunca vistos lo que no se habría a través de medios de comunicación tradicionales (Hall, 2022).

Los memes y su difusión mediante las redes sociales constituyen un complejo lenguaje de sentido, en donde se reflejan diversidad de representaciones de los fenómenos sociales y culturales en que se ven envueltos las personas; estos también se conciben últimamente como medio político e ideológico que expresa en su contenido la opinión pública de un grupo social que expone su percepción de la realidad en las redes sociales (Vélez, 2013). Por ello, es imprescindible dimensionar las prácticas comunicativas que propicia los memes como unidades de sentido y significado y cuya función discursiva se consolida a través de las expresiones sociales, culturales y políticas que construyen las personas a través de sus acciones comunicacionales (Reyes et al., 2019; Salazar et al., 2014).

Por tanto, el meme hace parte de una mera imagen que divierte y que hace críticas a situaciones de la cotidianidad, de la política y de la sociedad. Esto pone en manifiesto la evolución del meme ya no como recurso limitado al entretenimiento, sino también como instrumento generador de pensamiento crítico desde el humor y el sarcasmo, por lo que el meme adquiere valor como medio de información (Vélez, 2013).

Las redes sociales han cambiado radicalmente la forma de consumir información e interactuar en línea. Las interacciones en línea, de hecho, influyen en la dinámica social al

favorecer la formación de grupos en torno a narrativas y actitudes compartidas y, por lo tanto, haciendo estallar la polarización de ciertos grupos (Hossain et al., 2022). En este escenario, los contenidos multimedia como vídeos, fotos e imágenes representan una parte esencial de la comunicación, especialmente en las plataformas de redes sociales.

Por ejemplo, durante el estallido social en Chile el estudio El rol de los medios de comunicación en la crisis social, realizado por la Asociación Nacional de Mujeres Periodistas demostró que durante los días más críticos de las protestas más del 50% de entrevistados prefería informarse a través de Facebook, aunque al mismo tiempo casi un tercio reconoció que también en esta plataforma encontraban gran cantidad de noticias falsas a veces difíciles de distinguir de las verídicas (La Tercera, 2020).

Por otra parte, en junio de 2022, se produjeron en Ecuador una serie de movilizaciones y protestas que se extendieron 18 días (desde el 13 hasta el 30). Estas manifestaciones fueron organizadas principalmente por diversas organizaciones indígenas y campesinas, como respuesta a los problemas relacionados con el aumento de los índices de pobreza, la escasez de empleo, la inseguridad civil y la falta de atención por parte del gobierno de Guillermo Lasso hacia las necesidades de los ciudadanos ecuatorianos (Hidalgo, 2022). Durante los días que duraron las protestas, se generó un impacto significativo en los ámbitos económico, político y social del país. La situación se agravó debido a los actos de represión sufridos por los manifestantes, lo cual incrementó los niveles de violencia. Además, varios sectores de producción se vieron afectados, sumiendo al país en una crisis que adquirió relevancia a nivel internacional.

Ante esta situación, el gobierno se vio presionado para tomar medidas y abordar las problemáticas que afectaban principalmente a los grupos más vulnerables de la sociedad. Como resultado, el paro nacional culminó con un acuerdo entre el gobierno y las organizaciones líderes de las movilizaciones. Entre los principales acuerdos alcanzados se incluyó el aumento de los subsidios para productos agrícolas, la reducción del precio de los combustibles y una serie de restricciones en la explotación minera (Hidalgo, 2022). Además, durante el paro nacional, surgieron también fenómenos sociales, culturales y de comunicación que se propagaron a través de los medios de comunicación y las redes sociales. Estos fenómenos tuvieron un impacto en la opinión pública, la credibilidad política y la confianza de los ciudadanos. Así, se comenzó a evidenciar el papel de las redes sociales en relación con estas problemáticas que vivió el Ecuador. (ver anexo 4)

Según Hidalgo (2022) el rol de las redes sociales durante las movilizaciones, como el ocurrido en Ecuador, es el de ofrecer la inmediatez ante la cual las personas pierden cierta objetividad al momento de compartir y consumir la información. Por lo tanto, el autor plantea que Facebook es una red social compleja en términos de comunicación ya que

permite crear muchas versiones de lo que está ocurriendo y el contenido es fácilmente manipulable. Sirve como un mecanismo de rápida difusión y a la vez el caldo de cultivo perfecto para la fabricación de *fake news* que la gente toma como válidas influenciando así en su percepción de lo que sucede en un determinado contexto social (Hidalgo, 2022).

Tomando en cuenta que las redes sociales, como Facebook que actualmente es uno de los medios por el que los jóvenes consumen y difunden la información es importante tomar en cuenta el papel de los memes al momento de informarse acerca de diferentes eventos (Reyes et al., 2019). Un evento relevante en el que los memes fueron una de las principales formas de comunicación fue el Paro Nacional en junio de 2022; en este acontecimiento en Facebook se difundió información acerca de la movilización nacional, sus consecuencias y alcance a través de memes.

Metodología

Enfoque y diseño del estudio

La investigación siguió un enfoque cualitativo, de tipo fenomenológico de corte transversal ya que se busca analizar la percepción de los usuarios de la red social Facebook acerca del uso comunicativo de memes en el contexto del Paro Nacional de junio de 2022, sin intervenir ni modificar las condiciones naturales del problema de estudio. De acuerdo con Hernández-Sampieri y Fernández-Collado (2014) este tipo y enfoque de investigación permiten describir y comprender los significados que los participantes otorgan a su realidad social en un momento determinado, lo que hace referencia al corte transversal de la investigación (Mira et al., 2004; Suárez-Relinque et al., 2013).

Participantes

Formaron parte del estudio doce estudiantes universitarios pertenecientes a la carrera de Comunicación de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca y cuatro profesionales del área de las ciencias sociales de antropología, sociología, comunicación y psicología social. La selección de esta muestra se llevó a cabo de acuerdo con el proceso de saturación de datos, la cual considera la cantidad óptima (entre 10-15 participantes) para evitar la sobresaturación de la información, es decir, el punto en el que se deja de obtener datos nuevos o relevantes. Al ser un estudio cualitativo no se requirió de un proceso de muestreo probabilístico por lo que la selección de los participantes se llevó a cabo tomando en cuenta criterios de disponibilidad y accesibilidad, es decir mediante un muestreo por conveniencia de acuerdo con Hernández-Sampieri y Fernández-Collado (2014). La elección de los profesionales del área de ciencias sociales, mencionadas anteriormente, se llevó a cabo de acuerdo como los lineamientos de la temática de estudio, además de que según Ross y Rivers (2017) estas profesiones son fundamentales en la comprensión de problemáticas sociales, diferencias individuales y comportamiento social. Por esta razón y debido a que aportan significativamente para los objetivos de esta investigación, formaron parte de la muestra del estudio.

La selección de los profesionales se llevó a cabo para poder proporcionar mayor impacto en la recolección de los datos basados en la trayectoria profesional y desempeño de actividades laborales relacionadas con el tema de estudio. Se emplearon los siguientes criterios de inclusión a) estudiantes o profesionales que usen Facebook por lo menos 2 horas al día y b) que los estudiantes o profesionales sean usuarios de Facebook activos es decir que reaccionen y compartan memes. Como criterios de exclusión se plantearon que:

a) los individuos no hayan sido participes activamente en los temas relacionados al paro de junio 2022 a través de Facebook.

Instrumentos

Se empearon dos instrumentos: en primera instancia, una ficha de datos sociodemográficos (ver anexo 2) desarrollada por el autor de la investigación, para recoger información básica sobre el perfil de los participantes, como su edad, sexo, nivel educativo, carrera u ocupación y horas diarias de uso activo de Facebook. El uso de este instrumento constituye de gran relevancia en los procesos de investigación debido a que permite describir las características de la muestra del estudio y a la vez facilita el adecuado análisis e interpretación de los datos con base en la caracterización de los participantes. Además, se empleó una entrevista semiestructurada que consistió en un diálogo entre el investigador y el participante mediante un guion de preguntas abiertas (ver anexo 3), esta entrevista tuvo como objetivo explorar las opiniones, actitudes y motivaciones de los participantes sobre el uso de los memes en Facebook respecto al paro nacional de junio 2022.

Se emplearon estos instrumentos de investigación debido a su flexibilidad, capacidad para obtener información detallada, comprender la diversidad de perspectivas y acceder a experiencias personales de los participantes del estudio. Además, al ser un estudio fenomenológico, estas entrevistas permitieron obtener información de diferentes perspectivas y comprender la diversidad de experiencias y opiniones acerca del problema de estudio (Hernández-Sampieri & Fernández-Collado, 2014).

Procedimiento de la investigación

El proceso de investigación inició con la elaboración del protocolo que fue aprobado por la Comisión de Titulación de la Universidad de Cuenca y los directivos de la Facultad de Filosofía. Una vez aprobado el protocolo se procedió a la elaboración de los instrumentos para la recolección de información de acuerdo con los objetivos del estudio y con los lineamientos de la Universidad de Cuenca. A posterior se hizo una invitación a participar en el estudio mediante contacto interno en la Facultad de Filosofía, a partir de ahí teniendo en cuenta los criterios de inclusión se reclutaron a los participantes a quienes se les proporcionó una breve introducción del proceso investigativo y se pidió la participación voluntaria.

Para las entrevistas semiestructuradas se convocó a cada uno de los participantes de manera individual y se aplicaron las fichas de datos sociodemográficos y se procedió a las entrevistas. Cada una de las entrevistas duraron aproximadamente 5 y 10 minutos, el registro inicial de las entrevistas fue en audio para a posterior ser transcritas. Todo el texto potencialmente identificativo se anonimizó, se mantuvo la confidencialidad de los detalles de

los participantes y se les asignaron seudónimos para mantener el anonimato. Posteriormente se efectuó el análisis respectivo.

Análisis de datos

Los datos fueron analizados mediante Análisis Temático (en el paquete informático de Microsoft Office), el cual es un proceso metodológico de la investigación cualitativa que consiste en identificar, analizar y reportar los patrones o temas que emergen de los datos recogidos. El objetivo de emplear este análisis fue interpretar el significado de los datos desde la perspectiva de los participantes. El análisis temático se efectuó en varias etapas: inició con la familiarización con los datos, la generación de códigos, la búsqueda de temas, la revisión de temas, la definición y etiquetado de temas y la interpretación respectiva, que se describe en el siguiente apartado de resultados, se empleó Microsoft Office debido a la agilidad del programa para realizar codificaciones y categorizar la información además de que ha sido empleado en otros estudios de manera satisfactoria (Herrera, 2012; Mattoni y Treré, 2014; Pérez et al., 2014).

Aspectos éticos

Esta investigación se efectuó en cumplimiento con de la Declaración de Helsinki (Fortaleza, Brasil, octubre 2013). Conjuntamente, se empleó el consentimiento informado y la aprobación del protocolo de investigación por parte de la Comisión de Titulación de la Universidad de Cuenca. En todo el proceso de la investigación se cumplieron los principios éticos de voluntariedad, confidencialidad y anonimato de los datos identificativos de los participantes.

Presentación Y Análisis De Los Resultados

Descripción de los participantes

Formaron parte del estudio un total de 16 participantes, con edades comprendidas entre 19 y 57 años ($M=24.69$; $DE=9.81$), de los cuales 12 fueron estudiantes (75%) de la carrera de Comunicación de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca, y 4 fueron profesionales (25%) de las áreas de antropología, sociología, comunicación y psicología social. Se registró una mayor participación de mujeres (69%) (ver tabla 1). En cuanto a la variable de horas diarias de uso de Facebook, los participantes informaron que utilizaban esta red social entre 1 y 4 horas al día ($M=2.06$; $DE=0.77$). Además, el 50% de los participantes manifestó que compartían memes en Facebook con bastante frecuencia.

Tabla 1
Descripción de los participantes del estudio

<u>Variables</u>	<u>n</u>	<u>%</u>
Sexo		
Mujer	11	69
Hombre	5	31
Ocupación		
Estudiante	12	75
Profesional	4	25
Frecuencia de compartir memes		
Muy poco	7	44
Bastante	8	50
Mucho	1	6

Elaboración: autor de tesis. n=frecuencia. % = porcentaje total.

Resultados del análisis temático

Mediante el análisis temático se pudo evidenciar percepción de los usuarios de la red social Facebook acerca del uso comunicativo de memes en el contexto del Paro Nacional de junio de 2022. Los resultados revelaron cuatro ejes temáticos que en este trabajo de investigación se describen a través de las siguientes categorías: a) función y efecto de los memes b) alcance y difusión de los memes, c) aspectos socioculturales de los memes y d) estrategias de marketing y memes (tabla 2). Las cuatro categorías fueron obtenidas a partir de las entrevistas semiestructuradas a estudiantes y profesionales. A

continuación, se desarrollan los principales resultados obtenidos (para más información ver anexo A).

Tabla 2
Síntesis del análisis temático

Códigos	Categoría
Finalidad de los memes Implicaciones del uso de los memes Ventajas Desventajas Preocupación seguridad Sesgo de información Opinión pública	Uso y efecto de los memes
Alcance de los memes y de los medios digitales	Alcance y difusión de los memes
Diferencias poblacionales Simbolismo y contextualización Homogeneidad	Aspectos socioculturales de los memes
Marketing	Estrategias de marketing y memes

Elaboración autor de tesis.

Los memes como un medio de comunicación y fuente de información en el Paro Nacional

El primer eje temático se relaciona con la función y efecto de los memes en el contexto del Paro Nacional de junio de 2022. Esta categoría abarca las codificaciones correspondientes a la finalidad e implicación del uso de los memes, las ventajas y desventajas que conllevó su uso en el contexto del paro nacional, la preocupación por la seguridad, el sesgo de la información y la opinión pública. En esta categoría se evidencia que, según los participantes, los memes fueron utilizados para informar, distraer, concientizar, satirizar, criticar y entretener. Es decir, los memes se percibieron como un medio de comunicación a través del cual los participantes pudieron informarse sobre los eventos ocurridos, expresar sus opiniones y puntos de vista, y relacionarse activamente con las movilizaciones que tuvieron lugar en el país. Además, según la percepción de los participantes, se destaca el alcance que los memes pueden tener para llamar la atención, aumentar el número de suscriptores y ayudar en la difusión de información.

Por otro lado, se destacan las implicaciones que puede tener el uso de los memes. Tanto estudiantes como profesionales coinciden en que el uso de los memes puede tener ventajas y desventajas. Los memes pueden ser una herramienta útil para difundir información a través de imágenes llamativas y entretenidas que se comparten fácilmente en Facebook, abordando hechos relevantes como el paro nacional. Sin embargo, la percepción de los participantes también señala que los memes pueden afectar la credibilidad de los sucesos, tergiversar la información y no dar la debida seriedad a eventos socialmente relevantes o políticamente complejos como el paro nacional. Además, se evidencia la posibilidad de desinformación debido al uso de memes como medio de comunicación.

Durante el Paro Nacional, según los participantes, se pudo observar una gran cantidad de memes que abordaban las movilizaciones en el país. Se difundieron imágenes, videos y otros materiales que posiblemente no se transmitían a través de los medios de comunicación tradicionales (radio y televisión). Esto generó un mayor acceso a episodios de violencia, lo cual provocó preocupación por la seguridad en la mayoría de los participantes al presenciar en tiempo real lo que estaba ocurriendo (por ejemplo, a través de transmisiones en vivo en Facebook). Los participantes mencionaron haber experimentado miedo, enojo y frustración ante los episodios que consideraron injustos.

Según los datos obtenidos, este escenario, también fue clave para la existencia de un sesgo en la información. Es decir, el uso de memes y la rápida difusión de contenido a través de las redes sociales (especialmente Facebook) propiciaron la aparición de sesgos en la información. Los participantes señalaron que incluso se formaron bandos entre las personas que compartían memes, lo que generaba debates y de alguna manera influía en la opinión pública. Por ejemplo, mencionaron que los niveles de aceptación hacia el gobierno del presidente en ese momento se vieron afectados. Es importante destacar que no se puede atribuir directamente este hecho al efecto de los memes, pero sí a la difusión de información a través de medios alternativos como las redes sociales, lo cual permitía evaluar otros eventos en comparación con los canales de comunicación oficiales que cubrían el desarrollo del Paro Nacional.

Importancia, alcance y difusión de los memes como fuente de información en el contexto del paro nacional

En este apartado se aborda el segundo eje temático que se relaciona con el alcance y difusión de los memes en el contexto del paro nacional, esta categoría engloba una única codificación denominada alcance de los memes y de los medios digitales. Los resultados señalan que los memes llegaron a tener un alcance significativo en la difusión de información sobre el paro nacional, incluso refieren que muchas personas prefirieron el uso de los memes y los medios digitales (redes sociales) como fuentes de información para

saber lo que ocurría respecto a las movilizaciones en el país. Mencionan que otras formas de comunicación como los canales de noticias o la radio no daban a conocer la totalidad de los hechos respecto al paro, sin embargo, mediante Facebook, por ejemplo, llegaron a conocer más a detalle los sucesos. De esta manera, de acuerdo con la perspectiva de los participantes del estudio, se puede decir que los memes tuvieron un alto impacto durante las movilizaciones de junio de 2022, lo que favorece a ser considerado como un medio de comunicación.

Sin embargo, el uso de los memes como medio de comunicación genera diversas perspectivas y un tanto opuestas ya que se puede utilizar los memes como elementos humorísticos para transmitir mensajes de manera inteligente, pero al mismo tiempo puede afectar la calidad de la información y el alcance real más allá de la sátira o el humor. Es decir, no cabe duda que los memes abordan realidades que no se encuentran en las noticias tradicionales, lo cual contribuye a difundir información a diferentes públicos, que surgen en consecuencia o relacionados con un evento en particular (por ejemplo el paro nacional), pero que en sí no contempla la realidad social o política de un país, lo que ha favorecido a ser personas activas a través de medios digitales, generando debates, afrontando el estrés e informando, pero no refleja la realidad en sí misma, lo que puede generar opiniones sesgadas o que no encajan con las problemáticas reales.

Por lo tanto, de acuerdo con la percepción de los participantes se puede decir que los memes no pueden considerarse como una herramienta de concientización y movilización como tal, lo que sí se puede observar es que aporta significativamente como un medio de comunicación especialmente entre los jóvenes, ya que, al presentar información de manera más amigable y accesible, los memes atraen a las personas jóvenes y facilitan mantenerse informados. Los memes se han convertido en una parte integral de la cultura actual y son más atractivos para las generaciones más jóvenes. De manera general, se percibe a los memes como un medio de comunicación digital, capaz de afrontar las barreras mediáticas y ampliar la información y las percepciones sobre la realidad. Su uso en diferentes medios digitales ha permitido diversificar y multiplicar la capacidad de captar información y opiniones en una forma más generalizada.

Además, los resultados de esta investigación promueven a la reflexión como usuarios o consumidores de contenido a contemplar que la información que se difunde a través de los memes ha de ser valorada con una perspectiva crítica, es decir, que no todo lo que un meme transmite es el reflejo de la realidad social, cultural o política, por lo tanto, puede haber una falta de veracidad o tergiversación de la información. Esto nos lleva a tener en cuenta que el contenido de los medios digitales responde a diferentes intereses ya sean de diversión, comunicación o crítica de un evento o suceso determinado.

Percepción del uso de memes entre estudiantes y profesionales

Parte relevante del estudio consistió en contrastar la percepción del uso comunicativo de los memes entre los participantes, especialmente entre estudiantes y profesionales de las ciencias sociales, por lo que se aborda el tercer eje temático que se relaciona con los aspectos socioculturales de los memes, en el contexto del paro nacional. Esta categoría engloba las codificaciones de diferencias poblacionales, simbolismo y contextualización y homogeneidad. Los resultados indican que tanto estudiantes como profesionales consideran a los memes como una fuente de información y reconocen su capacidad para difundir rápidamente sucesos o eventos, como fue el caso del paro nacional. Además, señalan que los memes pueden ser una herramienta ágil para llegar a diversos grupos de personas, no solo a la población joven, sino a diferentes grupos de edad.

No obstante, los profesionales de antropología, sociología, comunicación y psicología social destacan los riesgos de sesgo que pueden surgir en la transmisión de información. Subrayan la importancia de mantener una visión crítica y objetiva al interactuar con este tipo de contenido. Por otro lado, los estudiantes enfocan su atención en los beneficios de la comunicación a través del humor y la sátira de los fenómenos sociales.

Además, los profesionales resaltan que los memes son el resultado de situaciones, fenómenos o eventos específicos, es decir, surgen en un contexto y marco temporal determinado. Esto implica que los memes son el producto de las interpretaciones subjetivas de los creadores de contenido o de quienes los difunden, lo que significa que están sujetos a interpretaciones. Por lo tanto, es relevante realizar evaluaciones objetivas sobre la veracidad de los hechos representados en los memes.

Otro aspecto que destacar es que ambos grupos de participantes coinciden en que los memes crean un ambiente de homogeneidad, lo cual implica la convergencia de diferentes factores, ya sean personales, sociales, culturales o políticos, para interpretar los fenómenos que ocurren en un determinado período de tiempo. En el caso del paro nacional, a pesar de que podrían haber existido diferentes perspectivas, discrepancias o similitudes, el factor común es el uso del meme como medio para expresar opiniones e incluso emociones en el contexto de las movilizaciones que tuvieron lugar en junio de 2022. Esto puede ser un indicador, como se ha mencionado anteriormente, del impacto, alcance y difusión que los memes pueden tener como medio de comunicación en el contexto actual.

Los memes como estrategia de marketing en la difusión de información y creación de contenido

Finalmente, para abordar el cuarto eje temático, estrategias de marketing y memes, es importante mencionar que el avance tecnológico está estrechamente relacionado con

nuevas estrategias para llegar al público. Hoy en día, el meme es un medio para llegar a una población objetivo según los intereses u objetivos establecidos por los creadores de contenido.

En este sentido, los resultados del estudio indican que, en el contexto del paro nacional y de manera general, muchos medios de comunicación como la televisión, la radio y la prensa han utilizado los memes como un medio de comunicación. Un ejemplo de ello es el diario El Comercio, que promueve la difusión de información a través de memes en sus redes sociales. Según la percepción de los participantes del estudio, esto constituye una estrategia para llegar a un mayor número de personas, debido al tono humorístico de los contenidos, a la síntesis de la información y, sobre todo, al abordaje de temas de actualidad o de mayor interés para las personas. De esta manera, los memes no solo son un medio de comunicación, sino también una herramienta de marketing que puede influir en la forma en que interactuamos con los fenómenos sociales, culturales y políticos de nuestra época.

Discusión

El análisis dio a conocer cuatro ejes temáticos relacionados con la percepción de los estudiantes y profesionales respecto al uso comunicativo de los memes en el contexto del paro nacional de junio 2022: uso y efecto de los memes, alcance y difusión de los memes, aspectos socioculturales de los memes y estrategias de marketing y memes. Al tratarse de una investigación centrada en un evento específico como fueron las movilizaciones en el país, la percepción que los participantes llegaron a tener sobre el uso de los memes no es comparable con otros estudios de tipo fenomenológico. Por esta razón, este estudio *de novo* constituye un aporte significativo para comprender como los memes repercuten en los procesos de comunicación ante eventos de tipo social y cultural como fue el paro nacional. Sin embargo, la utilidad de los memes como un medio de comunicación se corroboró en comparación con otros estudios realizados en el contexto americano como en Brasil (Chagas et al., 2019) y Estados Unidos (Ross y Rivers, 2017) incluso en el Reino Unido (Basch et al., 2021) que pese a tratar otras problemáticas sociales constituyen el punto de referencia para comprender la utilidad de los memes en la comunicación y difusión de información.

Conclusiones Y Recomendaciones

Esta investigación surgió de la necesidad de conocer cuál es la percepción de los usuarios de la red social Facebook acerca del uso comunicativo de los memes en el contexto del paro nacional de junio 2022. Se consideró este estudio debido a la importancia

de profundizar en el impacto que pueden llegar a tener los memes en la forma de comunicación a través de redes sociales en la vida cotidiana.

Los principales resultados obtenidos demuestran que los memes fueron considerados como un canal de comunicación que permitió a los participantes obtener información acerca de los sucesos acontecidos, expresar sus opiniones y puntos de vista, y participar activamente en los temas de las movilizaciones del país. Además, según la percepción de los participantes, los memes demostraron tener un alcance significativo en términos de captar la atención de la audiencia, incrementar la base de seguidores y facilitar la difusión de información. Estos resultados permitieron cumplir con el primer objetivo específico de la investigación.

En cuanto al segundo objetivo específico los resultados indican que, durante las movilizaciones de junio de 2022, los memes desempeñaron un papel de gran relevancia, posicionándose como un medio de comunicación preferente. No obstante, su utilización como medio comunicativo genera perspectivas divergentes y contrastantes, por un lado, los memes pueden emplearse de manera ingeniosa y humorística para transmitir mensajes de manera inteligente, por otro lado, existe la preocupación de que el uso de memes pueda comprometer la calidad de la información y limitar su alcance real, más allá de su función satírica o humorística.

Además, los resultados señalan que los dos grupos participantes coinciden en que los memes fueron un medio de comunicación y difusión de información eficaz en el contexto del paro nacional de junio 2022. Sin embargo, el grupo de profesionales hace mayor énfasis en que los memes son el producto de las interpretaciones subjetivas de los creadores de contenido o de quienes los difunden, lo que significa que están sujetos a interpretaciones, por lo que recalcan que es relevante realizar evaluaciones objetivas sobre la veracidad de los hechos representados en los memes. Como contribución adicional en este estudio se evidenció que los participantes perciben a los memes como una herramienta de marketing que permite llegar a más individuos mediante la difusión en medios digitales.

Estos resultados permitieron la consecución de los objetivos planteados para la investigación sobre la percepción de los usuarios de la red social Facebook acerca del uso comunicativo de los memes en el contexto del Paro Nacional de junio 2022.

El estudio presenta una limitación que se relaciona con la posibilidad de un sesgo de memoria, el cual puede dificultar el recuerdo preciso de las experiencias pasadas tras un período significativo de tiempo desde el evento del paro nacional. Para abordar esta limitación, se incluyeron preguntas adicionales en las entrevistas semiestructuradas con el fin de obtener información más detallada.

En conclusión, basándonos en los resultados obtenidos, se recomienda que futuras investigaciones empleen un diseño de investigación mixto que permita abordar tanto variables cualitativas como cuantitativas en el estudio de los memes como medio de comunicación y difusión de información.

Referencias

- Arango, G. (2015). Una aproximación al fenómeno de los memes en Internet: claves para su comprensión y su posible integración pedagógica. *Comun. Mídia. Consumo*, 12(33), 112–132.
- Basch, C. H., Meleo-Erwin, Z., Fera, J., Jaime, C., y Basch, C. E. (2021). A globalpandemic in the time of viral memes: COVID-19 vaccine misinformation and disinformation on TikTok. *Human Vaccines and Immunotherapeutics*, 17(8), 2373–2377. <https://doi.org/10.1080/21645515.2021.1894896>
- Bastardas, A. (2016). *Comunicación humana y paradigmas holísticos* [Tesis doctoral]. Universitat de Barcelona.
- Beskow, D. M., Kumar, S., & Carley, K. M. (2020). The evolution of political memes: Detecting and characterizing internet memes with multi-modal deep learning. *Information Processing and Management*, 57(2). <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2019.102170>
- Chagas, V., Freire, F., Rios, D., & Magalhães, D. (2019). Political memes and the politics of memes: A methodological proposal for content analysis of online political memes. *First Monday*, 24(2). <https://doi.org/10.5210/fm.v24i2.7264>
- Chan, M. (2016). *Los memes políticos: Análisis semiótico y discursivo de la figura presidencial en redes sociales* [Trabajo de fin de grado]. Universidad Autónoma de la Ciudad de México.
- Cuenca, C. (2017). *Paúl Watzlawick: teoría de la comunicación humana, una reflexión crítica sobre algunos de sus postulados* [Trabajo de fin de grado]. Universidad Central de Ecuador.
- Dawkins, R. (1976). *The selfish gene*. Oxford University Press.
- Gabriele, M. (2020). Semiótica de la propagabilidad: un enfoque sistemático de las imágenes virales a través de Internet. *La Tadeo DeArte*, 6(6), 22–55.
- García, D. (2014). Las imágenes macro y los memes de internet: posibilidades de estudio desde las teorías de la comunicación. *Revista de Tecnología y Sociedad*, 4(6), 2007–3607.
- Hall, S. (2022, January 26). *Digital report 2022: el informe sobre las tendencias digitales, las redes sociales y mobile. We Are Social Media*. <https://wearesocial.com/es/blog/2022/01/digital-report-2022-el-informe-sobre-las-tendencias-digitales-redes-sociales-y-mobile/>
- Harbo, T. F. (2022). Internet memes as knowledge practice in social movements: Rethinking Economics' delegitimization of economists. *Discourse, Context and Media*, 50. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2022.100650>
- Herrera, H. H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. *Reflexiones*,

91(2), 121–128.

Heylighen, F. (1996). *Evolution of Memes on the Network: from chain-letters to the global brain*. Springer.

Hidalgo, F. (2022, July 22). *Reflexiones sobre el paro de junio en Ecuador*. CENTRI. <https://www.cetri.be/Reflexiones-sobre-el-paro-de-junio?lang=fr>

Hossain, E., Sharif, O., Hoque, M. M., Akber Dewan, M. A., Siddique, N., & Hossain, M. A. (2022). Identification of Multilingual Offense and Troll from Social Media Memes Using Weighted Ensemble of Multimodal Features. *Journal of King Saud University - Computer and Information Sciences*, 34, 6605–6623. <https://doi.org/10.1016/j.jksuci.2022.06.010>

La Tercera. (2020, January 17). *Facebook: el medio preferido para informarse en el estallido social*. Facebook. La Tercera. <https://www.latercera.com/tendencias/noticia/facebook-el-medio-preferido-para-informarse-en-el-estallido-social/977786/>

Lissack, M. R. (2004). The redefinition of memes: Ascribing meaning to an empty cliché. *Journal of Memetics*, 8(1), 3–5. https://doi.org/10.1207/s15327000em0503_6

Mattoni, A., & Treré, E. (2014). Media practices, mediation processes, and mediatization in the study of social movements. *Communication Theory*, 24(3), 252–271. <https://doi.org/10.1111/comt.12038>

Pérez, G., Aguilar, A., & Guillermo, M. (2014). El meme en internet. Usos sociales, reinterpretación y significados, a partir de Harlem Shake. *Argumentos*, 27(75).

Pierce, A. (2006, January 23). *Peirce's Theory of Signs*. Stanford Encyclopedia of Philosophy. <https://plato.stanford.edu/entries/peirce-semiotics/>

Ramírez, A. v. (2009). La teoría del conocimiento en investigación científica: una visión actual. *An Fac Med*, 70(3), 217–241.

Reyes, N., Cristian, M., & Villalba2, G. (2019). Memes de Facebook: el “hashtag semiótico” contemporáneo Memes from Facebook: the contemporary “semiotic hashtag.” *Socialium Revista Científica de Ciencias Sociales*, 3(2), 30–42. <https://doi.org/10.31876/sl.v1i1.64>

Rizo, M. (2011). Reseña de la Teoría de la comunicación humana de Paul Watzlawick. *Razón y Palabra*, 3(75), 39–53. www.razonypalabra.org.mx

Romeu, V. (2016). Epistemología para la planeación de la comunicación y definición de los 7 problemas comunicativos. In *La producción del conocimiento en las ciencias de la comunicación y su incidencia social* (pp. 117–141). PIFI.

Ross, A. S., & Rivers, D. J. (2017). Digital cultures of political participation: Internet memes and the discursive delegitimization of the 2016 U.S. Presidential candidates. *Discourse, Context and Media*, 16, 1–11. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2017.01.001>

Ruiz, J. (2018). Una aproximación retórica a los memes de internet. *Revista Signa*, 27, 995–

1021. <http://verne.elpais.com>
- Salazar, G., Edwards, A., Archilla, G., & Ernestina, M. (2014). El meme en internet. Usos sociales, reinterpretación y significados, a partir de Harlem Shake. *Argumentos*, 27(75), 79–100. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=59533233004>
- Valensise, C. M., Serra, A., Galeazzi, A., Etta, G., Cinelli, M., & Quattrociochi, W. (2021). Entropy and complexity unveil the landscape of memes evolution. *Scientific Reports*, 11(1), 20–42. <https://doi.org/10.1038/s41598-021-99468-6>
- Vélez, J. (2013). *Memética como herramienta científica para el estudio de los memes de internet* [Trabajo de fin de grado]. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.
- Venier, E. (2018). Los memes y la imitación en la sociedad tecnificada. *Revista Científica de Comunicación Desde Los Bordes*, 3(6), 21–47.
- Watzlawick, P., Beavin Bavelas, J., & Jackson, D. D. (1991). *Teoría de la comunicación humana*. Herder.
- Wilson, E. O. (1998). *Consilience: the unity of knowledge* (1st ed). Knopf: Distributed by Random House.
- Zecchetto, V. (2002). *La danza de los signos: Nociones de semiótica general*. Ediciones ABYA-YALA. www.abayala.org
- Zoraida, M., Arango, A., Rodríguez, A. M., Benavides, M. S., & Ubaque, S. L. (2016). The human communication axioms in Paul Watzlawick, Janet Beavin, Don Jackson and their relation to Systemic Family Therapy. *Revista Fundación Universitaria Luis Amigó*, 3(1), 33–50.

ANEXOS

Anexo A. Análisis temático

Tabla 3
Análisis temático

Citas	Códigos	Categoría
<ul style="list-style-type: none"> - Con los memes te informas bastante la verdad y me puedo comunicar a través de ellos - Es una distracción a la realidad - Mi experiencia con ellos fue algo más de diversión. - Para concientizar y estar pendiente de lo que está pasando - Las imágenes o los videos nos ayudan relacionarnos tendemos a identificarnos con lo que estamos viendo y es de esa identificación que hemos logrado una forma de comunicación. - Entonces la información que querían darte de una manera graciosa y eso te daba paso a si es que te interesaba a leer o al menos a informarte de qué está pasando. - Tal vez para expresar mi descontento con lo que está pasando, debatiendo incluso con otros. - Creo que es el fin de satirizar una situación además de informar; pero también llamar la atención de las personas y aumentar los suscriptores. - Actualmente la cultura de internet en general podemos decir que a más de la información está el entretenimiento y que tal vez es uno de los fuertes, entonces el meme como tal viene reforzando esto, lo que es el entretenimiento - Tal vez con el paso del tiempo el meme pueda convertirse en algo más efectivo como para ayudar a la difusión de la información. - Siempre de la sátira. El humor es una buena herramienta como para criticar también. - Puedo simplemente compartir y ya expresar cuál es mi opinión acerca de un tema o cuál es mi punto de vista - Es un medio de comunicación, digamos interpersonal que lo usamos por medio de las redes sociales. 	<p>Finalidad de los memes</p>	<p>Uso y efecto de los memes</p>

<ul style="list-style-type: none"> - Tiene su lado bueno y tienen su lado malo. - De manera que se está empleando, les llega a personas y puede ser de un bando o de otro bando - Compartí varios memes y fue más como burla o sátira de lo que estaba pasando - Ellos utilizan memes para que la gente sepa qué puede hacer y cómo puede ayudarte - Yo creo que podrían trivializar esos temas debido a que, como digo, se pierde la seriedad - Podría afectar negativamente - Entonces con el meme como que rompe un poco esto de la formalización de la transmisión de información - el meme viene como aquí a quitar todo esto e informarte o desinformarse de una manera así. - Con respecto al paro se puede afectar un poco la credibilidad - Era una manera de desviar todos estos aspectos negativos por algo positivo. - Sí he compartido memes igual he interactuado con los mismos, tal vez haciéndolo como un chiste, como para desviar esta esta negatividad que se estaba viviendo - Yo creo que los memes hacían que la situación del país sea un poco más amigable, un poco más llevadera - los memes pueden hacer que nos volvamos un poco más vagos porque ya tenemos toda una información resumida en una imagen - Creo que le da más entretenimiento y más diversión y no le da tanta monotonía como son los mensajes de texto generalmente - A veces puede causar problemas y se puede salir del marco objetivo de la información que se está abordando - Cabe mencionar que eran sarcásticos y realmente tuve una buena interacción porque mucha gente digamos, me escribió al interno o mediante comentarios, entonces nos dábamos, intercambiamos información, opiniones y yo creo que eso es muy importante - Pienso que sí, es una forma abreviada de dar información siempre y cuando las sepan utilizar bien y el objetivo sea dar información de calidad que sea buena, pero por lo general no encontramos esto 	<p>Implicaciones del uso de los memes</p>	
--	---	--

<ul style="list-style-type: none"> - El emplear este tipo de elementos puede ser para bien o para mal, pero yo pienso que más para mal 		
<ul style="list-style-type: none"> - Es un medio en el cual es más amigable para quien esté leyendo o se quiera informar acerca de cualquier tema. - Tal vez todos estábamos estresados con lo que pasaba, el meme venía a sacar una risa y ayudar a relajarse. Y entonces tuvo su impacto positivo. - Nos ayuda porque nos facilita la comunicación así podemos hacernos entender de una mejor manera con otras personas - La información puede ser más precisa o también puede dispersarse mucho más rápido - También se ha dado los casos de que al utilizar estas estrategias ha permitido que más público se interesen en la noticia y es como un medio de captar información - Sin embargo, sí es de gran ayuda, por lo mismo que dije que nos da paso a seguir leyendo algo a seguir informándonos - Entonces al ver los memes, tal vez entendíamos un poco mejor la situación. - Aumenta nuestra creatividad. Y dentro del internet también es un invento muy creativo - El meme permite que las personas compartan su opinión, no tiene límites, entonces esto también hace que muchas personas se sienten identificadas con cada uno de estos grupos - Puede abrir más oportunidades de comunicación entre desconocidos y conocidos - Tiene ventajas, es popular, es espontáneo, no está canalizado por mecanismos oficiales de emitir la información en ese sentido, es democrático, no está en filtrado y en ese sentido puede reflejar mucho la perspectiva diversa de la ciudadanía frente a diferentes temas 	<p>Ventajas</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - Efectiva tal vez no sea, porque para que una comunicación sea efectiva, se necesita de más recursos que un meme - Tal vez había ahí habría una ambivalencia de que puede y no puede afectar negativamente - Había memes de todo tipo que hacían que se tergiversan la información o que se dé información que no era verdad - Creería que pierde esa seriedad el tema al intentar interactuar con esos memes - Tendría una ambivalencia en cuanto a lo que se llega hasta los receptores. 	<p>Desventajas</p>	

<ul style="list-style-type: none"> - Llega un momento en que la información deja de ser tan trascendente, a veces es mejor que sea tal y como es a que se pueda dar malas interpretaciones - En cuanto a este contexto en específico del paro puede entrar y trivializar temas importantes - Por ese mismo hecho se puede dar una trivialización de la información - El meme puede causar incluso desinformación, porque es un meme y no te está dando una nota periodística - Yo creo que esto depende del público objetivo, porque muchas personas ya adultas, tal vez al ver la información en un meme, no le toman la seriedad del asunto, pero muchos jóvenes tal vez sí - Tal vez sí, porque no tiene la seriedad del asunto y lo ven al meme como algo informal y al no estar esto en un medio de comunicación no lo van a tomar con seriedad - Porque por lo mismo que satirizan las situaciones, el medio social, no está dándole la importancia que se merece los hechos y más cuando es un paro nacional - Siento que es como dije, una buena forma de dar una información super específica, pero no nos permite reconocer toda la realidad - Algunas cosas se pueden salir de contexto - Pero a la vez creo que también se pueden distorsionar muchísimo porque son sarcásticos - El tema es cómo se quien gestiona eso, cómo sabemos que es falso y que no es lo falso, eso es una complejidad 		
<ul style="list-style-type: none"> - Por otro lado, también había comportamiento criminal. Se mostraba a gente incitando al odio, incitando a la violencia. Pero también hay gente que se escuda en la protesta social para hacer cosas negativas, usar todos estos medios para tener fines de delinquir o criminales que no tiene nada que ver. - Por ejemplo, me indignaba mucho los casos de abuso, pues me indignaba bastante, comenté un par de cosas ponía like de apoyo. 	Preocupación seguridad	
<ul style="list-style-type: none"> - Por otra parte, también la conformidad, o sea, como se refuerzan algunos sesgos de las personas a través de los memes, justo por este medio de que se comparte masivamente o la gente. 	Sesgo de información	

<ul style="list-style-type: none"> - Los memes pueden ser tergiversadas - Depende de quién, cómo diga, todo esto es relativo, depende de quién recibe el mensaje - Hay que saber utilizar bien - También para mostrar la falta de coherencia del discurso. Esos son los que más recuerdo. - Yo creo que, o sea es una herramienta eficaz, pero también lo utilizan los trols, por ejemplo, utiliza mucho los memes para distorsionar un mensaje y hacer un poco más dramático - Si hubo videos de protestas de otros países que decían que eran aquí y que estaban comprobados, que eran videos de otros, en realidad eran los trols - A ver como estábamos diciendo, realmente creo que el meme puede causar muchos problemas en el manejo de la información tergiversada, realmente si es que nosotros dejamos, creemos más que nada, como si fuera un único canal de información, pues no nos va a llevar a nada y además hay que recordar que esto es, como le digo, producto de grupos. - depende de dónde lo veas. Tú reaccionas comentas, depende de tu sentido - Pero a veces la información no es veraz y también por ese lado, digamos que tiene la desventaja de generar una opinión equivocada, a veces de los asuntos políticos, sobre todo en la política - Casi siempre de forma satírica, un asunto, entonces, la gente que estaba a favor de las manifestaciones estaba poniéndole ese tono político de contra el presidente y como la burla contra esa parte política - Por otra parte, si puede llegarse a sesgar y también a trivializar porque uno se deja llevar por esta parte cómica del meme y quizás algo que sí es bastante grave - Y la gente ve los memes y se ríe y capaz como que a bueno ya pasó, entonces creo que es un arma de doble filo - Se ha visto afectado últimamente, pero que la gente confía más en esta fuente de primera mano, digamos, de la persona que genera el contenido. 		
<ul style="list-style-type: none"> - Es una forma de expresar la opinión pública - Que permite a la gente a expresarse o hacer críticas sociales - Hay memes en cuando sus tintes políticos tiene una fuerte componente de crítica social o de protesta social 	Opinión pública	

<ul style="list-style-type: none"> - Ya sea acerca del presidente acerca de los grupos que se estaban movilizandoy como tal tuvo su impacto en cuanto a la opinión pública - Si haces un meme y tiene bastantes reacciones, o sea, es el sentimiento de la gente, te está apoyando y la gente réplica lo que lee, lo que ve, entonces, si es que yo veo un meme de esa manera, puede ser incluso mi próxima opinión según cualquier tema - Generan una opinión pública - Creo que tiene una muy fuerte validez desde el punto de la opinión pública - Yo creo que sí tiene una forma de apelar a estos temas de la opinión pública, por ejemplo, los jóvenes tienen participación en la política en nuestro país 		
<ul style="list-style-type: none"> - Eso es un medio de alto impacto en poco tiempo, por lo cual también le hace bastante efectivo y cuando tiene tintes de humorísticos también, o sea porque es una forma usando el humor, a veces inteligentemente, a veces ofensivamente - Porque algunos memes cuentan realidad es que no se dan en las noticias que no tienen cobertura en las noticias - Sí ayudaron a que se difunda más información a diferentes públicos - Al menos en el paro que todos estábamos encerrados, lo que uno hacía es estar en redes en redes sociales y los memes tal vez tuvieron su boom ahí. - Y este mismo hecho de interactuar con estos memes, de comentar, de compartir, generar conciencia, quieras que no genere conciencia porque tú alguna vez que entras a algún meme y al menos yo lo que hago es revisar los comentarios y tal y como que se genera este debate - Pero sí crea un impacto en cuanto a la concientización de las personas - Sí creo que puede llegar a movilizar a la gente - Dependiendo cómo está estructurado el meme es informativo, tiene información certera, es muy es muy importante y es muy bueno porque hace que las personas jóvenes tal vez le tomen un poco más importancia y se atrevan a leer la información y al estar en un meme es un poco más amigable - Tal vez sí, porque leemos la información mediante memes que digamos un boletín de prensa. Entonces, tal vez, los memes son una forma de hacer llegar información y de hacer movilizaciones y este tipo de cosas 	<p>Alcance de los memes y de los medios digitales</p>	<p>Alcance y difusión de los memes</p>

<ul style="list-style-type: none"> - Ya que así se puede llegar a más personas. Desde personas muy jóvenes hasta personas mayores, siempre va a ser un poco más fácil leer información en estos medios - Entonces en sí creo que es una gran herramienta para poner al tanto de la realidad que estamos viviendo - Podríamos decir que los memes nos ayudan a reconocer esa realidad y en muchos casos también podría dar esa motivación para salir a luchar por algo - Yo creo que sí, que los memes sí pueden ser una herramienta para movilizar a las personas o para que la gente sea consciente de lo que está pasando - Creo que ahora está al alcance de todos, el meme y sobre todo creo que especialmente a los jóvenes les atrae más - Tuvieron un impacto grande porque como ya dije anteriormente, los jóvenes se centran más en la inmediatez, en algo que sea corto preciso, entonces creo que tuvieron un impacto grande porque llegaron a muchas personas, en especialmente a los jóvenes que fueron más partícipes de esto - Sí serviría mucho como para movilizar a la gente y crear conciencia - Los memes como cultura bueno, yo creo que los memes ya suplantaron a las palabras, entonces creo que con una imagen demuestran mucho más - Como bien lo mencionaba el meme ha entrado en nuestras vidas, creo que la generación que sigue a nosotros va a estar un poco hasta más familiarizado con este tema - Era un medio poderoso definitivamente, porque, por ejemplo, a los jóvenes les llega mucho más de un meme que todo un artículo de un blog - Entonces yo creo que el medio digital tuvo una mejor cobertura - Los memes, o sea, yo creo que el meme como estrategia de comunicación digital es poderoso - Memes usados en diferentes canales, sin duda rompieron el cerco mediático más allá de que diversificaron, ampliaron la información, multiplica la capacidad de captación de la información, de opiniones sobre la de la información, percepciones sobre la realidad que se vive desde una forma mucho más general. 		
---	--	--

<ul style="list-style-type: none"> - Sí, al menos en los jóvenes, sí, porque bueno, los mayores se informan por la radio, por la televisión, por el periódico y los jóvenes por las redes sociales - Para al menos los jóvenes, es bueno para comunicar para que ellos se enteren y sepa lo que está pasando en el país. - Los memes captan la atención de la gente y ahora mismo podemos hablar de que muchas personas comparten memes, ni siquiera se puede decir que son solo jóvenes, porque al menos en su mayoría en Facebook, también las personas adultas son quienes comparten memes - Las personas de nuestra edad o a las personas más jóvenes, aunque también a personas adultas también leen memes y lo hacen más interactivo. - Para bien o para mal la información que se estaba divulgando en los memes, servía más que nada para llegar a personas en un rango de edad que te diré entre unos 16 años en adelante 	<p>Diferencias poblacionales</p>	<p>Aspectos socioculturales de los memes</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Claro y realmente todo lo que fue transmitido en redes sociales en mayor sentido fue darle esta figura, este simbolismo y lo que representa - Es una representación, digámoslo así anímica de algo que realmente nosotros podríamos estar ahí, pero no estamos y lo vemos con un digámoslo con depositar los de ese poder resúmeme que nos representa - Es decir, el meme es la similitud de muchos pensamientos individuales que están ahí depositados - No está siendo tan objetivo con la información que tu transmites, porque hay que tener en cuenta que también los memes son producto del pensamiento en grupos - Los memes transmiten de alguna manera tu convivencia, tu grupo social, tus valores, costumbres, todo tu registro histórico social diría yo 	<p>Simbolismo y contextualización</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - Si pueden hacerlo por el mismo hecho de que todos están en la libertad de poner lo que sea, compartir lo que sea, o sea un meme no tiene ninguna regla - Si nosotros les mostramos un meme a alguien que no haya estado enterado alguien que venga de otro país o de otra ciudad, por así decirlo, ellos se lo van a tomar con humor. ¿Por 	<p>Homogeneidad</p>	

<p>qué? Porque en sí no vivieron la situación que se vivió en el paro, sino más bien estuvieron como que de lejos, si ellos ven un meme de eso, les va a causar gracia y se van a reír</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pero después sí fue como que todos estábamos de acuerdo en que era un meme, o sea, era algo gracioso y no era para causar ningún tipo de controversia - Porque tu entras a Facebook y ves a un meme de cualquier cosa, entonces en sí todo es memes, memes, memes, memes y tienen sí tienen información - Muchas personas, incluso dentro de un meme pueden tener diferentes opiniones y pueden interactuar en la misma - Creo que sobre todo del bando de las personas que estaban a favor de las manifestaciones había gente que estaba generando memes - Los miembros generan esta identidad social, porque si es que tú te sientas identificado con la imagen, la compartes o no te quedas solo con eso 		
<ul style="list-style-type: none"> - A mí me encanta como El Comercio utiliza en sus redes sociales los memes, ellos informan y concientizan con memes - Yo veo el meme, me gusta el titular y sigo leyendo acerca de la noticia, entonces podría servir a un futuro, pero hay que seguir trabajando o llegan a ser preciso en cuanto a este tema - Por ejemplo, tal vez veo alguna cosa chiquita que dice el meme me interesa, me llamó la atención, entonces voy y busco información sobre eso, más o menos mi percepción sería que me da paso a buscar algo más. - Por ejemplo, La Posta, yo no les creo nada, una buena parte de sus contenidos también se basan en como que medio formato basado en memes. - Sí creería que es una manera efectiva de comunicar, por ejemplo, hay un diario aquí. Eh que es El Comercio que, por ejemplo, ahora todas sus noticias dan con memes - Entonces sería una forma de enganche, tal vez para enviarlos a otros artículos o algo - Si bien ahora hay medios de comunicación digital que sí buscan informar con los memes, es más, para llamar la atención de la gente y que la gente lea la noticia que realmente está pasando 	<p>Marketing</p>	<p>Estrategias de marketing y memes</p>

- | | | |
|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">- Tenemos un claro ejemplo de El Comercio me parece que ellos implementaron este tipo de memes para colocarlos en las imágenes que postean ellos y aparte dan la información, así que sí es un instrumento informativo- Es una muy buena forma de captar la inquietud de captar las sensaciones- Si no hubiera eso nos no hubiera estado, digámoslo así, estas formas tan atractivas de que te llamara la atención y dijera así peramente, me identifica este meme. | | |
|---|--|--|

Anexo B. Ficha de datos sociodemográficos

Fecha:	Número de entrevista:
A continuación, encontrará preguntas relacionadas con datos sociodemográficos, que debe responder. Algunos apartados tienen opciones de respuesta y ha de señalar la opción que mejor describa su situación actual. Las siguientes preguntas deberán contestar de acuerdo con lo solicitado.	
Edad	
Sexo	a) Mujer b) Hombre
Carrera/Ocupación	
Indique el número de horas diarias de actividad en Facebook	
¿Suele compartir memes usualmente a través de Facebook?	a) Nunca b) Muy poco c) Bastante d) Mucho
Durante el Paro Nacional de junio 2022 ¿empleó Facebook como medio de información?	a) Si b) No
Durante ese periodo de tiempo (junio 2022) ¿compartió o interactuó frecuentemente con memes relacionados con el paro nacional?	a) Si b) No

Anexo C. Guía de entrevista semiestructurada

A continuación, se detallan unas preguntas guía para desarrollar una entrevista semiestructurada.

Bienvenido/a. Gracias por participar en esta entrevista que forma parte de un proceso de investigación encaminado a conocer el impacto del uso de memes en la difusión de información sobre el Paro Nacional de junio 2022, así como su capacidad para influir en la opinión pública. Además, durante estos breves minutos nos gustaría conocer sus experiencias de interactuar con memes relacionados con el Paro Nacional en redes sociales como Facebook. Es importante recalcar que puede sentirse en la libertad de comentar sus puntos de vista, experiencias y opiniones puesto que constituye el eje central de este proceso de investigación.

A continuación, formularé algunas preguntas.

- ¿Qué opinión tiene usted acerca del uso de los memes en las redes sociales como Facebook para abordar temas como el Paro Nacional de junio de 2022?
- ¿Cree usted que los memes tuvieron un impacto significativo en la difusión de información sobre temas como el Paro Nacional?
- ¿Cree que los memes pueden influir en la opinión pública acerca de lo ocurrido en el Paro Nacional de junio de 2022?
- ¿Ha compartido o visto memes relacionados con el Paro Nacional en su cuenta de Facebook? ¿Cuál ha sido su experiencia al interactuar con ellos?
- ¿Cree que los memes son una forma efectiva de comunicar mensajes importantes como los relacionados con el Paro Nacional, o pueden trivializar temas importantes?

Preguntas alternativas que abordan de manera general problemáticas sociales y uso de memes

¿Considera que el uso de memes en la cobertura de noticias puede afectar negativamente la credibilidad de los medios de comunicación? ¿Por qué?

¿Cree que los memes pueden ser una herramienta para movilizar a la gente y crear conciencia acerca de los problemas sociales? ¿Tiene algún ejemplo en mente?

¿Cuál es su opinión acerca del papel de los memes en la cultura de Internet y cómo afectan nuestra forma de comunicarnos?

¡Gracias por su participación!

Anexo D. Imágenes sobre el paro nacional de junio de 2022.

Figura 1



Fuente: Extraído de El Comercio (2022). *Cómo está el paro nacional este jueves 30 de junio* [Figura]. Recuperado de <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/como-paro-nacional-jueves-30-junio-2022.html>

Figura 2



Fuente: Extraído de El Mercurio (2022). *Última hora de las protestas y el paro nacional en Ecuador, en vivo hoy 26 de junio del 2022* [Figura]. Recuperado de <https://www.eluniverso.com/noticias/ecuador/ultima-hora-de-las-protestas-y-el-paro-nacional-en-ecuador-en-vivo-hoy-26-de-junio-del-2022-nota/>

Figura 3



Fuente: Extraído de CNN Español (2022). *Las 5 cosas que debes saber este 27 de junio: Sigue el paro nacional en Ecuador tras dos semanas de manifestaciones* [Figura].

Recuperado de

<https://cnnespanol.cnn.com/2022/06/27/las-5-cosas-27-junio-paro-ecuador-tragedia-colombia-g7-rusia-aborto-orix/>

Figura 4



Fuente: Extraído de Conaie (2022). *Por incapacidad y falta de voluntad del Gobierno se activa la movilización social en Ecuador* - [Figura]. Recuperado de

<https://conaie.org/2022/06/09/por-incapacidad-y-falta-de-voluntad-del-gobierno-se-activa-la-movilizacion-social-en-ecuador/>

Figura 5



Fuente: Extraído de Ecuavisa (2022). *Paro en Ecuador: así siguen las manifestaciones este 23 de junio de 2022* [Figura]. Recuperado de <https://www.ecuavisa.com/noticias/ecuador/paro-en-ecuador-asi-siguen-las-manifestaciones-este-23-de-junio-de-2022-YE2042155>