



Universidad  
Nacional  
de Loja

**Universidad Nacional de Loja**

**Facultad de la Educación, El Arte y la Comunicación**

**Carrera de Comunicación Social**

RETÓRICA MÁS ALLÁ DEL HUMOR: MEMES COMO NUEVOS TRANSMISORES DE  
INFORMACIÓN EN FACEBOOK

Trabajo de Titulación previo a la  
obtención del título de Licenciada en  
Ciencias de la Comunicación Social.

**AUTORA:**

Lizbeth Karolina Mora Torres

**DIRECTORA:**

Mgs. Tatiana Betzabé León Alberca

LOJA – ECUADOR

2022

## Certificación

Mg. Sc. Tatiana Betzabé León Alberca.

### **DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

#### **CERTIFICA:**

Haber dirigido, asesorado, revisado, orientado con pertinencia y rigurosidad científica en todas sus partes, en concordancia con el mandato del Art. 139 del Reglamento de Régimen de la Universidad Nacional de Loja, la elaboración del trabajo de titulación: **RETÓRICA MÁS ALLÁ DEL HUMOR: MEMES COMO NUEVOS TRANSMISORES DE INFORMACIÓN EN FACEBOOK**, de autoría de la señorita egresada **LIZBETH KAROLINA MORA TORRES**, previo a la obtención del grado de LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL, por lo que considero que la investigación cumple con los requisitos necesarios para su análisis, estudio y sustentación como lo estipulan las Normas Generales de Graduación vigente en la Facultad de la Educación, el Arte y la Comunicación, por lo que autorizó su presentación.

Loja, 8 de abril de 2022



Firmado electrónicamente por:

**TATIANA BETZABE  
LEON ALBERCA**

Mg. Sc. Tatiana Betzabé León Alberca

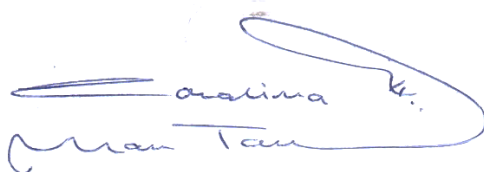
**DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

## **Autoría**

Yo, Lizbeth Karolina Mora Torres, declaro ser autora del presente trabajo de titulación y eximo expresarme a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos, de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional – Biblioteca Virtual.

AUTORA: Lizbeth Karolina Mora Torres

FIRMA:

A handwritten signature in blue ink, consisting of a stylized cursive script that appears to read 'Lizbeth Karolina Mora Torres'.

CÉDULA: 1900503457

FECHA: Loja, 31 de mayo del 2022.

CORREO ELECTRÓNICO: lizbeth.k.mora@unl.edu.ec

NÚMERO CELULAR: 0967774979

**Carta autorización del trabajo de titulación por parte de la autora para la consulta de producción parcial o total, y publicación electrónica de texto completo.**

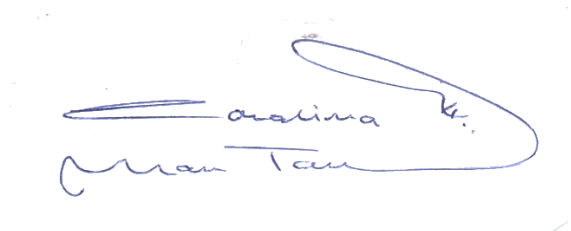
Yo, Lizbeth Karolina Mora Torres, declaro ser autora del trabajo de titulación: **RETÓRICA MÁS ALLÁ DEL HUMOR: MEMES COMO NUEVOS TRANSMISORES DE INFORMACIÓN EN FACEBOOK**, como requisito para optar el grado de Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional no se responsabiliza por el plagio o copia del trabajo de titulación que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los siete días del mes de junio del dos mil veintidós

**Firma:**



**Autora:** Lizbeth Karolina Mora Torres

**Cédula:** 1900503457

**Dirección:** Zamora, Manuelita Cañizáres y Pío Jaramillo

**Correo electrónico:** Lizbeth.k.mora@unl.edu.ec

**Celular:** 0967774979

**DATOS COMPLEMENTARIOS:**

**Directora del trabajo de titulación:** Mg. Tatiana Betzabé León Alberca.

**Tribunal de Grado:** Dr. Milton Andrade Tapia Ph.D.

Dra. Erika González Carrión Ph.D.

Dr. Eduardo Henríquez Ph. D.

## **Dedicatoria**

A Dayana y a Diego, por creer en mí más que yo misma y haber transformado tantas lágrimas en sonrisas.

*Karolina Mora T.*

## **Agradecimiento**

A mis padres, Jose y Fanny, por darme la educación que ellos nunca pudieron tener y por enseñarme que aquél que goza de inteligencia y educación la mostrará donde sea, aunque las tardes equivocadas se vistan de frío.

A mis primeros docentes, aquellos que me enseñaron a leer y escribir, porque en ellos y en sus palabras encontré la verdad del conocimiento y el amor por aprender siempre con la curiosidad de un niño de cuatro años.

Y, por supuesto, a mi directora de tesis, Tatiana León, por su paciencia, dedicación y comprensión infinita, y quien a través de su conocimiento y experiencia supo guiar este proyecto que dará su aporte contundente a la Academia.

*Karolina Mora, T.*

## Índice de contenidos

Portada.....	i
Certificación.....	ii
Autoría .....	iii
Carta autorización del trabajo de titulación.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Índice de contenidos.....	vi
Índice de tablas.....	vii
Índice de anexos.....	vii
1. Título.....	1
2. Resumen.....	2
2.1. Abstract.....	3
3. Introducción .....	4
4. Marco Teórico .....	6
4.1. La Comunicación .....	6
4.1.1. <i>Comunicación Humana</i> .....	6
4.1.2. <i>La Comunicación Digital</i> .....	7
4.1.3. <i>Periodismo Digital</i> .....	8
4.2. Redes Sociales.....	9
4.2.1. <i>Facebook</i> .....	11
4.3. El Lenguaje .....	13
4.3.1. <i>Código Verbal</i> .....	15
4.4. La Semiótica.....	16
4.4.1. <i>División de la Semiótica</i> .....	16
4.4.2. <i>El Signo</i> .....	17
4.4.3. <i>Sintagma y Paradigma, Formas de Lectura del Signo</i> .....	18
4.4.4. <i>La Imagen</i> .....	19
4.4.5. <i>El Iconismo</i> .....	20
4.5. Retórica de la imagen .....	21
4.5.1. <i>Figuras retóricas aplicadas a la imagen</i> .....	22
4.5.1.1. <i>Metáfora visual</i> .....	23
4.5.1.2. <i>Hipérbole</i> .....	23
4.5.1.3. <i>Metonimia</i> .....	24

4.5.1.4.	Símil .....	24
4.5.2.	Razón Dialéctica.....	24
4.6.	El Meme .....	25
4.6.1.	<i>Introducción al Meme</i> .....	25
4.6.2.	<i>La Caricatura Como Antecedente del Meme</i> .....	27
4.6.3.	<i>Los memes y la Comunicación Digital</i> .....	28
4.6.4.	<i>Clasificación de los Memes</i> .....	30
4.6.5.	<i>La Semiótica de los Memes</i> .....	30
4.6.6.	<i>Cultura de la Reproducción</i> .....	32
4.6.7.	<i>Memos en Ecuador</i> .....	34
5.	Metodología .....	37
	Técnicas e Instrumentos .....	38
6.	Resultados .....	41
7.	Discusión.....	111
8.	Conclusiones .....	114
9.	Recomendaciones.....	115
10.	Bibliografía .....	116
11.	Anexos .....	122

### **Índice de tablas**

Tabla 1: División de las dimensiones semióticas según Morris (1985) .....	17
Tabla 2: Clasificación de los signos .....	18

### **Índice de anexos**

Anexo 1 Ámbito geográfico de la investigación .....	123
Anexo 2: Mapa de parroquias rurales del cantón Loja .....	124
Anexo 3: Cuestionario de entrevistas.....	125
Anexo 4: Encuesta.....	129
Anexo 5: Fichas de observación.....	131
Anexo 6: Análisis de fichas de observación.....	133
Anexo 7: Propuesta alternativa.....	153
Anexo 8: Oficios de designación y aprobación de trabajo de titulación.....	175
Anexo 9: Certificación de traducción del Abstract.....	177



## **1. Título**

RETÓRICA MÁS ALLÁ DEL HUMOR: MEMES COMO NUEVOS TRANSMISORES DE  
INFORMACIÓN EN FACEBOOK

## 2. Resumen

En este estudio se aborda el meme como producto comunicacional y el rol que juega a nivel cultural en las redes sociales, centrándose en el caso de Facebook como plataforma más popular en Ecuador.

Se propone un método de análisis que selecciona dos casos de estudio de las páginas más populares en Ecuador. Este método se efectúa desde los distintos elementos que componen un meme, teniendo como principal objeto de estudio la semiótica –rama que estudia el análisis de las imágenes- y la retórica, parte esencial del lenguaje verbal que se caracteriza por la persuasión con la que se maneja la palabra hacia los receptores del mensaje.

Se plantean lineamientos para entender la naturaleza sociológica, cultural y comunicacional del meme y se discute el por qué su existencia contribuye a la formación de grupos o tribus en la web que comparten un contexto sociocultural similar, ahondando en cómo funciona la generación de sentidos de pertenencia.

**Palabras claves:** *meme; semiótica; retórica; cultura; redes sociales; Facebook.*

## 2.1. Abstract

This paper deals with memes as a communicative product and the role that it plays at a cultural-level in social media, drawing the attention to the study case to *Facebook* as it is the most popular platform in Ecuador.

Two of the most popular websites from Ecuador are selected as the object of analysis for this research. The proposed method of analysis method is conducted by taking in consideration the different elements that compose memes, having semiotics (which studies image analysis) and rhetoric (the study of persuasive language and its role in communication), as the objects of analysis.

A set of guidelines is formulated so that the sociologic, cultural, and communicative nature of the meme can be comprehended. Thus, we analyse and discuss why the existence contributes to the development of groups or tribes that share a similar socio-cultural background, deeping into how the creation of the sense of belonging works.

**Keywords:** *meme; semiotics; rhetoric; culture; social media; Facebook*

### 3. Introducción

Los memes en Internet durante los últimos años han supuesto toda una revolución cibernética. Si bien los denominados memes - a los que Blackmore (2000), se refiere como figuras que representan un acercamiento novedoso a la forma en que la cultura es transmitida en masas- han jugado un rol humorístico en la red, cabe pararnos a reflexionar sobre su potencial comunicativo. ¿Estamos ante una nueva manera de transmitir un mensaje semiótico-verbal?

Tal y como Vélez (2012), menciona, el meme en Internet implica dimensiones que pueden tener usos y aplicaciones más concretas a partir de áreas como la comunicación política, la comunicación organizacional y los medios masivos.

Es precisamente bajo el panorama del humor y novedad de esta –podríamos denominar- evolución profunda de la caricatura de antaño, que el presente estudio se trata de una aproximación al fenómeno actual de los memes de Internet como objetos semióticos complejos y, por ende, al potencial comunicativo que logra que los usuarios se identifiquen en diferentes grupos sociales.

Según un estudio del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), en el año 2019, la red social Facebook sigue posicionándose como la red social más usada en Ecuador, alcanzando el 55,4% de población que se conecta a través de esta plataforma. Es debido a esto y a propósito de delimitar el estudio, que se ha optado por realizar la investigación en torno a la red social Facebook.

Basando las conclusiones bajo una metodología de estudio que conjuga lo cualitativo y cuantitativo, se dispondrán los resultados del meme como nuevo medio de información en redes sociales, analizando su contenido semiótico-retórico.

En los últimos años, el meme, como circulante en Internet, ha tenido una evolución que ha hecho que las nuevas generaciones (y no tan nuevas) hayan encontrado una forma rápida, divertida y, sobre todo, fácil de entender y compartir, que les proporciona información relevante de ámbitos como: política, salud, educación, etc. Es decir: la actualidad ha encontrado una nueva manera de adquisición y transmisión de información.

Esta idea es capaz de explicar de forma plausible una gran cantidad de procesos de aprendizaje y evolución tecnológica, siendo así un objeto de estudio sumamente relevante a analizar comunicacionalmente hablando.

El presente trabajo esboza de manera crítica la conexión entre el humor que va más allá de una

imagen: el potencial informativo que contiene la retórica de un meme, y cómo ello supone una nueva forma en la que los jóvenes se percatan de lo que acontece en el mundo.

La intención del presente estudio es analizar la retórica y la semiótica de los memes con mayor interacción en las *fanpage* de Facebook ecuatorianas Crudo Ecuador y Ecuadorean Wave, y comprobar cómo ello, aunado a un contexto sociocultural determinado, supone una nueva forma de comunicación en redes sociales.

## 4. Marco Teórico

El presente estudio condensa diversos enfoques teóricos de la comunicación, la semiótica, la imagen, la retórica de la imagen, el ciberespacio y su influencia en la construcción de realidades, la identidad, la cultura, y los memes. A partir de estas bases se realizará el análisis de la composición semiótica y retórica de los memes en Facebook.

### 4.1.La Comunicación

#### 4.1.1. *Comunicación Humana*

Para empezar a hablar sobre qué es la comunicación, hay que mencionar al lingüista Roman Jakobson (1960), quien en su ensayo titulado *Lingüística y poética* la define como “un proceso con propósitos determinados por un emisor, poseedor de intenciones en cuanto a la recepción que quiere que se tenga de su mensaje” (Cabrera & Pelayo, 2001, p. 28).

Bajo esta afirmación, se establece la base de que el ser humano, al comunicarse, tiene por objetivo principal que la información que transmite cause una respuesta por parte del receptor. De este modo, la comunicación va formando parte de las expresiones habituales del ser humano. Con ellas lo que busca es desarrollar, a lo largo de su existencia, numerosos sistemas comunicativos – no solamente el verbal- que le permitan la mejor manera de socializar en distintas circunstancias. Como afirma Ortiz (2019), cada vez que una persona se comunica está esquematizando, organizando y elaborando toda su experiencia y conocimiento bajo un código que posteriormente influirá en otros individuos (p. 19). Por este motivo, la comunicación ha evolucionado de la mano de la humanidad. Ahora, en la era tecnológica, no iba a ser diferente.

En cierto modo, la comunicación, desde su forma más tradicional, hasta la evolución que ha tenido en el siglo XXI, es constructora de una cultura de participación que diferencia al hombre de los animales, es más influyente y ha hecho de nosotros consumidores sociales. Al decir que la comunicación es acción e interacción, no se puede dejar de considerar que también es “emoción, porque cualquier modalidad, tonalidad, cadencia, vehemencia, gestualidad con que se reviste un discurso está mediatizada en parte por los sentimientos” (Ceberio, 2006, p. 14).

De ahí es que gran parte de los valores que se le concede a la comunicación, es el hecho de que el ser humano pueda construir a entender y otorgar una representación social de la realidad.

Cabrera & Pelayo (2001) mencionan que “cualquier acto lingüístico puede ser estudiado como sistema de comunicación, y de este modo lo ha considerado, por ejemplo, la semiótica, al suponer detrás de todo proceso cultural procedimientos simbólicos con propósitos comunicativos” (p.10).

Esta manifestación de símbolos e íconos que conforman la semiótica se desenvuelven como una parte fundamental en la interacción humana en la actualidad, sobre todo a través del uso masivo de plataformas digitales que han hecho que el proceso comunicativo evolucione tanto que recaigamos en el intercambio arcaico de comunicarnos mediante imágenes. Un claro ejemplo de ello son los emoticonos, que han tenido una presencia fundamental en la comunicación digital que poco a poco ha derivado en creación de los llamados *stickers* para expresar distintos sentimientos, expresiones o emociones.

#### ***4.1.2. La Comunicación Digital***

En términos generales, “la comunicación es una actividad social que involucra la producción, la transmisión y la recepción de formas simbólicas. Y que tiene la necesidad del uso de una inmensa variedad de recursos” (Sánchez, 2008, p. 32). Con el avance tecnológico, estos recursos se han visto sumidos en una metamorfosis del lenguaje, que afecta a la forma en la que nos comunicamos. Así, la comunicación digital, pese a que tiene su origen en la comunicación misma, funciona de manera modificada, o más específicamente: evolucionada.

Para González (2016), la comunicación digital se refiere al intercambio de información y conocimiento que usa las herramientas digitales puestas a disposición para la investigación y desarrollo tecnológico.

La teoría de la comunicación digital establece que se trata de aquella que transmite la información a través de símbolos. En los últimos años, más del 80% de la comunicación ha pasado a ser digital. Es un fenómeno que incursiona en la vida cotidiana de la sociedad y surge como consecuencia inevitable de las nuevas tecnologías que se introducen de manera acelerada y despiadada en el mundo de la comunicación social.

La comunicación digital brinda múltiples fuentes de investigación: desde motores de búsqueda rápidos hasta fuentes editables, sin dejar de lado las redes. La tecnología crece vertiginosamente y obliga a los usuarios a estar activos y predispuestos a cualquier innovación, ya que, casi sin percatarse, cuando el usuario se acostumbra a una forma de comunicación, esta cambia; conformando así su constante evolución.

La llegada de la comunicación digital a nuestra vida, para Arango, G. (2018), supone que el satélite, la fibra óptica e Internet expandieron las propias fronteras de la industria informacional y declararon proscritas a las ciudades como centros de delimitación espacio temporal para el mercado de los mensajes. Y, sin duda, la semiótica es parte indispensable de la comunicación digital que conocemos y usamos hoy en día. Se trata de un tipo de comunicación no verbal que contiene una espesa información sobre distintos acontecimientos o situaciones.

Internet alteró los modelos tradicionales que hasta ese momento existían (televisión, radio y prensa) o comunicación de masas, para pasar a otra cadena de valor de la industria mediática a nivel de distribución, exhibición y exposición de contenidos. Esta revolución tecnológica, dinamizada por la web 2.0 (entendida como el fenómeno de las redes sociales) y el sistema de comunicación móvil, ha creado un escenario comunicativo claramente distinto al tradicional, conocido hasta el momento como el de los nuevos medios o multimedios.

#### ***4.1.3. Periodismo Digital***

Los sitios, plataformas o ecosistemas, si cabe el término, de redes sociales digitales se han convertido en un nuevo modelo y en el centro del sistema actual de medios de comunicación (Campos y Rúas, 2015). Las redes digitales, a través de Internet y del teléfono, se están convirtiendo en herramientas o plataformas multimedia hegemónicas de la mediación, relación e interacción social que han obligado a los medios tradicionales (prensa, radio y televisión) y a las organizaciones corporativas a buscar alternativas de convergencia que les permitan interconectarse con los usuarios en el nuevo ecosistema de la comunicación

El periodismo digital designa todo aquel periodismo que se practica con tecnología digital. La diferencia es sutil, pero relevante. Ampara todas las formas de periodismo que recurren a



recursos digitales; comprende, por tanto, no solo los medios de Internet y las redes móviles sino también, por ejemplo, la televisión y radio digital (aunque rara vez son considerados ciberperiodísticos) (Salaverría, 2019).

No es extraño adivinar entonces que, como menciona Aguado (2004), “prácticamente desde sus orígenes, el desarrollo tecnológico se halla asentado sobre la triple trayectoria de la colonización del espacio (transportes y comunicaciones), del tiempo (ritmos y desplazamientos) y de la memoria (registro, duración y acumulación)” (p. 221). Todos estos componentes (en los que se encuentran espacio, tiempo y memoria) conforman los principales ejes sobre los que se construirá la identidad de los individuos y la sociedad.

Cabe recalcar que ha sido la actualidad misma la que ha hecho que el periodismo digital sea tan importante. Las eventualidades que acontecen en nuestro entorno se cuentan, según la narrativa inmediata, en tiempo casi real. Así, las noticias pueden enriquecerse unas a otras mediante los hechos que las relacionan entre sí, atendiendo de esta manera a lo que mencionó Almirón (2002) “las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, y con Internet en particular, las versiones de los hechos en circulación se multiplican exponencialmente, generándose versiones infinitas de lo que llamamos realidad” (p. 3).

## **4.2.Redes Sociales**

La llegada de la tecnología ha dado un giro significativo al modo en el que concebimos la interacción humana. Esto abarca tanto los medios de comunicación masivos como las formas de comunicación entre individuos. Para Castro (2012), las redes sociales son comunidades virtuales donde los usuarios interactúan como personas y/o comunidades de todo el mundo, con quienes encuentran necesidades, inquietudes, intereses, expectativas, aspiraciones, los mismos que funcionan como una plataforma de comunicación que permite conectarse, les permite conocerse y centralizar recursos; en un lugar fácil de acceder y administrado por los mismos usuarios. En referencia a ello, cabe señalar que “el ciberespacio rompe con la unidad de interlocución (del uno-uno o uno-muchos al muchos-muchos) sin caer en el caos” (Castells, 1999, p. 387).

Bajo este panorama, las redes sociales adquieren una relevancia considerable. Estas nuevas plataformas se definen, en palabras de López (2013) como “sistemas de comunicación masivos encuadrados en el marco de la web 2.0 y que permiten la multiplicación de mensajes, relaciones e impactos a partir del desarrollo de las herramientas de comunicación” (p. 3311).

Tal y como afirman Cobo y Romaní (2003), las redes sociales son “todas aquellas herramientas diseñadas para la creación de espacios que promuevan o faciliten la con- formación de comunidades e instancias de intercambio social” (p.13).

Por otro lado, Orihuela (2008) las define como servicios basados en la web que permiten a sus usuarios interactuar, compartir información, coordinar acciones y, en general, establecer relaciones. “La era digital cambia nuestras vidas de forma imprevisible y hasta inimaginable con afectación a la salud y a la conducta de las personas” (Marañón, 2012, p.2)

Las redes sociales, consecuentemente, se han convertido en espacios cibernéticos en los que los usuarios pueden fácilmente exponer ideas, discutir temas de interés público, conocer gente, compartir su vida cotidiana y divulgar información sin importar dónde se encuentren. En definitiva, hoy en día es una de las formas más comunes de comunicarse.

Ahora, Laura García, en su análisis sobre los memes, no se equivocaba al afirmar que en esta era tecnológica el lenguaje ha sufrido ciertas modificaciones: ha evolucionado. Cada vez más se asimila el uso de códigos de escritura para comunicarse en este gran cuaderno virtual (las famosas y polémicas abreviaturas de los SMS). “Usamos la red para informarnos, para aprender, para comunicarnos con gente que no tenemos delante, para trabajar a distancia (...) Y en todas y cada una de estas actividades está involucrado el lenguaje.” (Laura García, 2016, p.13).

Camas, Valero y Vendrell (2018) concluyeron que las redes sociales han invertido los roles de producción de información y de cultura, de tal manera que los ciudadanos no se limitan a ser meros receptores y consumidores de información, sino que, además, gozan la oportunidad de crear contenido multimedia y participar, de este modo, en la vida pública y opinión de los individuos.

Las redes sociales, para Núñez (2013), son, además de un hábito para acceder a la información, una manera de mantener contacto social y ampliarlos al difundirlos con los usuarios. Esto quiere decir que, “como cada usuario tiene la capacidad de remitir los mensajes que ha recibido particularmente, pueden ser reproducidos o comentados por medios informativos de difusión de libre acceso al público” (p. 186).

#### **4.2.1. Facebook**

El rápido desarrollo de Internet ha permitido nuevas formas de interacción y socialización en la era de la información y la sociedad del conocimiento. Estas nuevas formas o herramientas se conocen como "redes sociales". Rissoan (2016) explica que las redes sociales son:

Formas de interacción social, como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones; un sistema abierto y en construcción continua que involucra a conjuntos de individuos que se identifican en las mismas necesidades o problemáticas, y además se organizan para potenciar sus recursos. (p.20)

Una vez entendida la definición de lo que son las redes sociales, debemos enfatizar en la red social Facebook, porque será el instrumento que dirija parte del estudio de esta investigación. Una forma de acercarse a la comprensión de lo que es Facebook, es iniciar un viaje por su historia desde la fecha y el lugar de su lanzamiento.

Según Cassidy (2006), en febrero de 2004, en la Universidad de Harvard en Estados Unidos, un grupo de estudiantes integrado por Mark Zuckerberg como figura principal y los cofundadores Dustin Moskovitz, Chris Hughes y Eduardo Saverin, lanzaron el sitio web thefacebook.com, con el propósito de crear una red que permita a otros estudiantes de esa universidad conectarse entre sí.

Fue un éxito tal que, en tan solo 24 horas, cerca de mil personas se hubieran sumado al proyecto y un mes después la mitad del alumnado había creado un perfil, haciendo que el servicio se extendiera a otras universidades de élite como Stanford, Columbia y Yale, y cerrara el año con un millón de usuarios activos.

Según Cassidy (2006), en 2005 Facebook incorporó escuelas intermedias de Estados Unidos y otras partes del mundo, las redes universitarias internacionales y adoptaron el nombre definitivo de Facebook. En diciembre alcanzó los 5,5 millones de usuarios activos y siguió expandiéndose con la incorporación de redes laborales.

Continuando con Ciuffoli (2012), 2008 y 2009 fueron años de expansión para Facebook, años marcados por tres acciones: la apertura de una herramienta para que el sitio pueda ser traducido por los usuarios, el lanzamiento de Facebook Connect y la creación del botón " Me gusta".

Durante los años posteriores a estos (y también hablando de los actuales), la evolución de Facebook ha estado orientada al desarrollo de una experiencia de navegación más social y personalizada, donde sus usuarios incluyen información cualitativa invaluable sobre sus gustos y preferencias. En otras palabras, el desarrollo de esta red social ha dado inicio a una nueva etapa en la evolución y transformación de las relaciones interpersonales, porque es aquí donde entran en juego el aprendizaje, el desarrollo de nuevas habilidades, nuevas formas de construcción del conocimiento y el desarrollo de capacidades creativas, comunicativas y de razonamiento.

Los usuarios, “en Facebook, articulan una narrativa en primera persona, abierta, dinámica, en proceso. Una narrativa en tiempo real, proferida en simultáneo a la “vida”, apoyada en los dispositivos de terminal móvil con acceso a Internet” (Gurévich, 2016, p.122).

Por ello, en las redes sociales, concretamente en Facebook, la imagen visual, más bien, los memes digitales representan una situación cotidiana o se denominan a la realidad de una comunidad determinada. Y en muchos casos, su construcción simbólica pretende ser un mecanismo de información que trasciende el tiempo. La presencia de esta red social es la más relevante, ya que en Ecuador lleva en auge desde hace más de una década. Tal como afirmó el diario El Comercio en 2015, “cerca de un 98% de personas que están sobre la franja de edad de los 12 años tiene una cuenta en Facebook” (El Comercio, 2015).

Ahora, en los últimos años el crecimiento de las distintas plataformas digitales de comunicación instantánea y redes sociales durante la pandemia ha llevado a la mayoría de los

ecuatorianos a estar conectados para enviar, revisar y compartir información de todo tipo.

En Ecuador se mantienen activos 14 millones de perfiles en redes sociales, lo que equivale al 78,8% de la población. Según datos del informe Ecuador Estado Digital 2021, entre 2020 y 2021 ha habido un incremento total de 2 millones de usuarios en comparación con el año anterior.

Del total de usuarios que utilizan las redes sociales el 98% acceden a través de sus dispositivos móviles, siendo Facebook, Instagram, TikTok y Twitter las más populares a nivel nacional.

Facebook sigue posicionándose como la red social más usada. El estudio reporta que un ecuatoriano pasa en promedio 18,50 minutos por día en Facebook y revisa 8,83 páginas por visita. Es la red social que más tiempo capta de los ecuatorianos, seguida, en segundo lugar, de Youtube.

El estudio menciona que Facebook tiene un alcance de 13 millones de usuarios ecuatorianos vía campañas publicitarias, lo que representa el 96% de la población activa en redes sociales mayor de 13 años.

Finalmente, la distribución de género muestra que su público está conformado por 48,9% mujeres y 51,1% hombres.

En estos datos recae el peso y la importancia que Facebook, como red social, tiene entre los jóvenes ecuatorianos y su manera de comunicarse. Desde su surgimiento no ha cesado de expandirse y, a pesar del tiempo, continúa posicionándose como la red social número uno entre la población ecuatoriana.

### **4.3.El Lenguaje**

Los signos se introducen en las estructuras y manifestaciones de sentidos que expresan los lenguajes. Lo dicho hasta ahora sobre el signo, entonces, también es aplicable al lenguaje, ya que constituye un sistema muy particular de signos. Como alude Comparán (2002), entonces, el lenguaje se entiende como "cualquier sistema de signos o señales que sirva como medio de comunicación" (p. 20). Pero esto no sería lo único que se podría decir sobre el lenguaje, porque también es una forma de pensar, de estructurar contenidos:

El lenguaje humano manifiesta que somos seres simbólicos, y que -en cierta medida- los símbolos guían nuestros comportamientos. Toda respuesta simbólica va articulada en sistemas de significaciones sociales, a menudo complejas y muy ajenas a la realidad natural. Esta función simbólica del lenguaje es la más destacada de todas las actividades culturales, porque, expresamente, condensa significados para manifestarlos y compartirlos, es decir, para producir comunicación. (Zecchetto, 2002, p.32)

Cabe tener en cuenta las referencias metodológicas sugeridas por las investigadoras Mata y Scarafía (1993) en el texto “Lo que dicen las radios”, cuya perspectiva de análisis se sustenta en los aportes teóricos de Eliseo Verón. Mata y Scarafía, en su libro sobre el Análisis del Discurso Radiofónico, proponen tres dimensiones de análisis: una dimensión referencial, una dimensión enunciativa y una dimensión estructural. La dimensión, en este sentido, es reconocida como “el enfoque especial desde el cual se observa mejor un objeto para poder describir mejor los elementos que lo componen y estudiar el modo en que ellos coexisten y se relacionan” (Mata y Scarafía, 1993, p. 32). Además, las mismas autoras afirman que todos los signos tienen un aspecto material que se puede percibir a través de los sentidos al que se denomina significante, y un aspecto conceptual que se refiere al significado.

De acuerdo con Ortiz (2019), la construcción simbólica de la que forma parte de un grupo de personas les permite formar una cultura con marcos de referencia articulados a sus comportamientos (p. 38). De esta forma, el conjunto de símbolos es común a una serie de intérpretes que son capaces de codificarlos. Al mismo tiempo, también pueden tener diversos grados de riqueza en la complejidad de su estructura, en la gama de cosas que designan y en los fines para los que son adecuados.

Por eso no es extraño ni sorprendente que los seres humanos, en su búsqueda por dominar la naturaleza, haya desarrollado ciertos lenguajes especiales como el braille, luces, banderas, humo, entre otros, todo con el fin de comunicarse.

Desde una perspectiva netamente lingüística, el lenguaje es un sistema que emplea uno o más signos: desde una palabra hasta una oración. Estos elementos pueden considerarse actos

lingüísticos, mismos que no siempre son idénticos, sino que varían de individuo a individuo o lo que es más curioso: pueden variar incluso en el mismo individuo dependiendo de la situación. No obstante, para que el proceso de comunicación –donde recae la funcionalidad del lenguaje- sea efectivo, es necesario que los signos y símbolos tengan más o menos el mismo significante y significado. Por este motivo y con cierto tino hablamos de que el lenguaje tiene identidad.

Es aquí donde interviene muy acertadamente el concepto de isoglosas, que, a definición de Coseriu (1983) son, en primer lugar “la línea ideal que abarca los actos lingüísticos comunes de un territorio (...) pero también en el tiempo, como línea ideal que abarca los actos lingüísticos de cierta época o de dos o más épocas” (p.15). Podemos concluir, pues, en que la lengua es un conjunto de isoglosas comprobados en determinada comunidad. Tal sistema no se presenta únicamente de ese modo, ya que podría afirmarse que también existe de forma virtual, en el subconsciente de cada hablante, como memoria de actos lingüísticos precedentes y la posibilidad de crear, según su modelo, nuevos actos lingüísticos más o menos comprensibles dentro de una misma comunidad.

#### ***4.3.1. Código Verbal***

La discursividad de un meme está delimitada por el uso de un lenguaje particular, un lenguaje que denota cierta intencionalidad de su emisor, o que a su vez representa ideas colectivas. Para explicar esto surge la categoría de estudio denominada código verbal, que, como el código visual, también tiene características de análisis semiótico. Esto es lo que menciona Itamar (2007) en su publicación *Conflicto lingüístico e identidad nacional*:

La ortografía, la pronunciación, las declinaciones gramaticales, el orden de las palabras y el vocabulario pueden llegar a ser portadores semióticos para uno u otro sentimiento de identidad promovida por un grupo y rechazada por el otro. Si no hay suficientes materiales lingüísticos disponibles inmediatamente como alternativos, pueden ser suplidos por otros recursos, cercanos o más alejados, o incluso tomados de una fuente parcial o totalmente inventada. (Itamar, 2007, p.2)

#### **4.4.La Semiótica**

El término moderno que se utiliza hoy en día proviene de Peirce, una de las figuras relevantes dentro de la semiótica, quien afirmó que la misma es equiparable a la lógica “La lógica, en su sentido general, es, como creo haberlo demostrado, otro nombre de la semiótica, la doctrina cuasi-necesaria, o formal, de los signos” (Vélez, 2015, p. 4).

A partir de esas alusiones, cabe decir que a lo largo del tiempo siempre ha existido un interés por parte de filósofos, semiólogos y grandes comunicadores, sobre los diversos fenómenos que tienen que ver con las implicaciones simbólicas a la hora de desarrollar modelos comunicacionales entre individuos. Y tal y como Ortiz (2019) señala, específicamente es en este diverso mundo de la comunicación social, propia del siglo XX, donde esta disciplina llamada “semiótica” comienza a tomar más relevancia, por interesarse en el estudio de las propiedades generales de sistemas de signos, como base para la comprensión de toda actividad humana.

En relación a todo lo planteado, podemos hacer una reflexión similar a la de Salgado (2020), afirmando que los memes son un género discursivo de gran complejidad y con diversos elementos y variantes, como consecuencia de su notorio uso en redes.

##### ***4.4.1. División de la Semiótica***

Para ahondar en el tema de los signos, del cual se hablará puntualmente más adelante, cabe decir que su existencia conlleva que la semiótica se divida en tres ramas, como lo propuso el experto Charles Morris (1985):



**Tabla 1***División de las dimensiones semióticas según Morris (1985)*

<b>Dimensión</b>	<b>Definición</b>
<b>Sintáctica</b>	La sintaxis se interesa por los sistemas formales llamados “gramáticas diseñadas para analizar los lenguajes” <sup>1</sup> . Es decir, muestra los signos desde un punto de vista objetivo, describiendo únicamente lo que se ve.
<b>Semántica</b>	Se encarga del estudio del significado de los signos, de los enunciados y de cualquier texto o discurso mediático y el orden en el que estos son colocados para brindar uno u otro significado del conjunto <sup>1</sup> .
<b>Pragmática</b>	Esta rama realiza un análisis de las formas y las estrategias concretas que tienen las expresiones comunicativas, “motivo por el cual, su interés es estudiar los diálogos conversacionales y los enunciados en sus diversos contextos, situaciones y circunstancias” <sup>2</sup> . Es la forma en la que los signos (y su orden) es percibido por el receptor.

*Nota.* <sup>1</sup>Zeccheto (2002). <sup>2</sup> Ortiz (2019).

Cada una de estas clasificaciones tiene objetivos y métodos específicos, que, por consiguiente, cuando uno llega a dominar cada una, se puede entender la propia naturaleza humana que, consecutivamente, tendrá lógica para poder explicar por qué el individuo es el creador de nuevas formas comunicacionales empapadas de códigos, o lenguajes relativamente inexplicables a simple vista.

#### **4.4.2. El Signo**

El signo permite al receptor hacer crítica o sentir a un objeto del mundo físico en ausencia del propio objeto. Y para tener una noción más exacta de lo qué es el signo Morris (1985) lo definió como: “algo que alude algo para alguien” (p.63).

Es decir, la esencia del signo radica en la relación de una cosa con otra, para que la persona logre crear sus propios paradigmas a partir de sus capacidades cognitivas. “De ahí que, al tener una interpretación convencional y personal según el contexto, los signos, en toda su rica variedad, son las herramientas utilizadas por la comunicación, desde los lenguajes cotidianos hasta los considerados no verbales” (Ortiz Rojas, 2019, p. 29).

Con lo anteriormente planteado, la aproximación semiótica al signo se puede definir como

aquella técnica de investigación que explica de manera bastante exacta cómo funciona la comunicación humana y su significación. No hay duda de que la semiótica estudia los signos en relación con códigos e integrados en unidades más vastas, tales como la imagen, la retórica de la imagen, la unión narrativa, el contexto, entre otros elementos (Ortiz Rojas, 2019, p. 30).

Por este motivo, es importante tener en cuenta cómo estos signos son clasificados en dos grandes grupos, puesto que en esta diferenciación residirá su decisión en cuanto al método de análisis:

<b>Tabla 2</b>	
<i>Clasificación de los signos</i>	
<b>Signos verbales</b>	<b>Signos no verbales</b>
Son los más usados en la vida humana ya que gracias a estos existe la posibilidad de que se puedan expresar ideas abstractas, situaciones anímicas interiores, etc. Por tal razón, toda actividad comunicativa, en su totalidad, depende del lenguaje verbal, donde la palabra es el vehículo más usado en cuanto se trata de transmisión de mensajes. Un ejemplo son las lenguas naturales <sup>3</sup> .	Los signos no verbales incluyen todos los demás signos que, en cierto modo, no necesitan del lenguaje verbal para ser comprendidos, por lo que para reforzar la palabra hacen uso de otros signos, como, por ejemplo: gestos, logotipos, señales de tráfico, imágenes de cualquier tipo, entre otros <sup>3</sup> .

*Nota.* <sup>3</sup> Zecchetto (2002)

#### **4.4.3. Sintagma y Paradigma, Formas de Lectura del Signo**

Hasta ahora se ha dicho que la identidad de los signos está presente en las relaciones que guarda con otros signos, o con diferentes elementos lingüísticos. Por tanto, el funcionamiento de una estructura de signos no depende de su entidad autónoma. El sintagma es una sucesión de signos en una misma cadena lineal. Ejemplo: las palabras, las oraciones y los elementos de un texto lingüístico. Sin embargo, dentro de un sintagma no todas las palabras que lo forman tienen la misma relevancia.

Al hablar del paradigma se dice que es un “modelo referencial que conecta en profundidad a grupos de signos o de fenómenos diversos (culturales, comunicativos, sociales, etc.)” como lo expresa (Zecchetto, 2002, p.84).

Por ende, cuando hablamos del lenguaje, no solo percibimos los grupos sintagmáticos, sino que también captamos las relaciones que los unen en cada caso. Es así como se crean distintas

series asociativas. Ejemplo: cuando escuchamos un poema, inmediatamente lo asociamos con las rimas de los párrafos.

Para Zecchetto (2001), el código es un sistema encargado de regular todas las formas de conexión y niveles de los lenguajes en todos sus sentidos, sea sintáctico, semántico y pragmático. Es decir, esta es la serie de reglas que permiten atribuir un significado a los elementos del mensaje y por tanto en su totalidad. Y en una situación de comunicación ideal, el remitente y el receptor deben tener el mismo código.

Ejemplo de ello son los anuncios, donde el significado que se les otorga están profundamente ligados a la imagen. En el caso del cine, esto se logra a través de las imágenes; mientras que, en la ópera, los gestos, la apropiación del espacio y la música son los códigos. Por lo tanto “el sentido de una frase enunciada depende de las condiciones espaciales precisas de su enunciación, conocidas entre los participantes” como lo expresa (Klinkenberg, 2006, p. 59,60).

Respecto a esto, Zecchetto (2002), advierte que “la excesiva rigidez de los códigos de comunicación sería la muerte de la comunicabilidad de los signos. Los códigos deben ser de naturaleza flexible para cumplir su función de forma dinámica y útil al servicio de la comunicación” (p. 72).

“A partir del rol tecnológico surgen nuevas prácticas comunicativas con géneros (e-mail, chat, página Web), estructuras (hipertexto, hipervínculo, multimodalidad, intertextualidad), registros y formas lingüísticas particulares” (Pahl y Bearne, 2009 citado en González, 2012, p.3), Esto provoca que algunos de los procesos cognitivos implicados en la interacción, la lectura y la escritura, evolucionan, mientras que paulatinamente se presentan cambios significativos en la cultura y las formas de pensamiento de la población.

Por último, cabe añadir que todo el universo de los signos se ve fuertemente vinculado a la cultura humana. El sistema es comprensible gracias a la existencia de la cultura, del mismo modo que la cultura es entendible gracias a los signos. Se trata de una relación inherente. Ya lo dijo Humberto Eco (2000) en su Tratado de Semiótica General: “desde el momento en que existe sociedad, todas las funciones se transforman automáticamente en signos de esa función. Eso es posible porque existe cultura. Pero existe cultura solo porque eso es posible” (p. 47).

#### ***4.4.4. La Imagen***

Para Ortiz (2019), una de las características fundamentales de la relación entre cualquier

tipo de lenguaje es su carácter comunicativo, de tal manera que, al hablar del uso de la imagen para comunicar, se considera que también puede entenderse como un mensaje, el cual se rige por un esquema convencional donde un remitente envía un mensaje codificado a un receptor a través de un canal, cuyo fin es recibir una respuesta del perceptor, en un proceso de retroalimentación del mensaje.

Por lo tanto, la imagen, al ser un fenómeno complejo, necesita ser entendido desde ángulos complementarios que abarcar diferentes dimensiones de la estructura global del iconismo, por lo que a continuación se menciona el origen de este concepto

#### ***4.4.5. El Iconismo***

Para Reyes y García (2019), la relación entre el ícono y su referencia que hace posible la comunicación entre ambos elementos, se llama iconismo o iconicidad; la semiótica de la imagen nace entonces del intento por definir el iconismo.

Al explicar qué son los signos icónicos, Pierce (1987) refiere que son los que tienen cierta semejanza innata con el objeto al que se refieren. O más concretamente: “una cosa cualquiera... es icono de algo, en la medida en que es semejante a esa cosa y es usada como signo de la misma” (Zecchetto, 2002, p.163).

Analizar un conjunto visual como una sola unidad, es para la semiótica un proceso cognitivo que para el ser humano equivale al descubrimiento del entorno que lo rodea, otorgando a cada elemento un significado diferente y sujeto a diversas interpretaciones. En este sentido, es necesario implementar el factor cultural y psicológico dentro de la concepción de los signos, para que cada elemento visual tenga una razón de su presencia.

Dentro de los memes, y teniendo en cuenta su sencillez comunicativa, muchos de estos elementos no están identificados, pero están presentes. Y la razón tiene un trasfondo, ya que su intención se determina a partir de su constitución o estructura, pero, en primer plano, lo que buscan los usuarios de las redes sociales cuando ven un meme no está en su uso, sino más bien en la representación discursiva que más adelante será analizada.

Morris (1985), en su libro Fundamentos de la Teoría de los Signos, propone el análisis de la imagen desde un caleidoscopio interesante que permite, de manera inductiva, entender los gráficos desde tres dimensiones principales: sintáctica, semántica y pragmática.

La dimensión sintáctica o de sintaxis se refiere al “estudio de las relaciones sintácticas de

los signos entre sí”. Así el orden de signos incide en el proceso de interpretación o proceso semiótico. Por cuanto al elaborar mensajes con estructuras trópicas-figurativas permitiría inferir que ya en su propio orden lograría un efecto o desviación en su interpretación.

La dimensión semántica se refiere al estudio que “se ocupa de la relación de los signos con sus designata y, por ello, con los objetos que pueden denotar o que, de hecho, denotan.” Lo anterior supone una especie de “sintaxis con un desarrollo relativamente alto. Hablar de la relación de los signos con los objetos que designan”, por cuanto se diferencia de la sintaxis ya que en la dimensión semántica “determina en qué condiciones: un signo es aplicable a un objeto o situación; tales reglas establecen correlaciones entre signos y situaciones denotables mediante signos”. Por cuanto la semántica se refiere a la significación de los signos ordenados de determinada manera.

Por último, la dimensión pragmática se refiere a la “relación de los signos con sus usuarios”. Lo cual implica que la pragmática debe entenderse como “la ciencia de la relación de los signos con sus intérpretes”, en donde sus intérpretes pueden manifiestan “fenómenos psicológicos, biológicos y sociológicos que se presentan en el funcionamiento de los signos”. El concepto de pragmática acuñado a esta dimensión del proceso de semiosis se debe a los logros de Peirce, James, Dewey y Mead. No obstante, según la literatura revisada, ya Aristóteles, en *De interpretatione*, hablaba de las palabras como signos convencionales de pensamientos que todos los hombres tienen en común. Sus palabras contienen la base de la teoría que se convirtió en tradicional: el intérprete del signo es la mente; el interpretante es un pensamiento o un concepto”. Desde entonces, “la teoría de los signos estuvo vinculada con una teoría del pensamiento y de la mente particular”.

Así, puede verse el complejo trasfondo que se descubre tras la comunicación de una imagen, y cómo desde las distintas dimensiones presentadas puede entenderse al meme como una figura comunicacional que precisa de un profundo análisis y del entendimiento sociológico para comprender no solo de qué manera son percibidas las realidades sociales, sino también aquello que denuncian o desean expresar mediante el humor.

#### **4.5.Retórica de la imagen**

Para objeto de la presente investigación, debemos acudir a la llamada Retórica de la Imagen, acuñada a mediados del siglo XX, concretamente por Roland Barthes, en referencia a los significados dentro del lenguaje visual que expresa una imagen.

En réplica de este estudio desarrollado por Barthes, nacen otros donde se profundiza la

retórica de la imagen en términos semióticos, aplicada no solo en los procesos de comunicación interpersonal, sino también en el diseño gráfico o publicitario. Así menciona Galluci (2006) a continuación:

La aplicación de la retórica en el campo de la comunicación visual se manifiesta de forma concisa en el diseño buscando maximizar el impacto entre emisor y receptor; ya sea por las vías del texto escrito gracias al novedoso uso de la tipografía o por el camino de la imagen a través de la fotografía y el dibujo [...] Sin embargo, la aplicación más novedosa de la retórica se está dando en Internet gracias a las metáforas visuales, que contribuyen a que aún el usuario más inexperto pueda navegar intuitivamente por los intrincados caminos de la web. (Galluci, 2006, p.3)

Refiriéndonos a la Semiótica dentro de la construcción del discurso, se asume como un conflicto mezclar lo puramente lingüístico con lo estrictamente visual, porque ambos criterios constituyen un todo, pero para su estudio presentan diferencias muy marcadas que requieren su separación para ser estudiadas.

Dentro de la retórica de la imagen, se pueden evidenciar dos niveles en el proceso de comunicación o transmisión de la idea, pues no solo está presente el sujeto emisor (que transmite la idea a través de códigos visuales), sino también el que recibe dicha idea y lo decodifica.

#### ***4.5.1. Figuras retóricas aplicadas a la imagen***

Las diferentes representaciones visuales en cuanto al diseño, constituyen un complejo sistema de significación donde cada uno de los elementos realiza una función comunicativa en los diferentes contextos en los que se ubican en la imagen (Caizaluisa Tapia, 2017, p.25). Ahora, en términos retóricos, la imagen de las redes sociales, en este caso los memes, no solo cumplen una función visual, sino también lingüística, debido al uso del lenguaje escrito para capturar el discurso.

Es de interés para esta investigación identificar dentro de los memes estos elementos, los cuales denotan la intencionalidad inmersa del discurso, pues el uso de figuras retóricas dentro de la producción de estos mecanismos de comunicación muestra una clara representación ideológica que representa el imaginario social del ser humano. Estas figuras podrían, entonces, definirse como una forma poco convencional del lenguaje que le otorgan belleza o expresividad a los enunciados. Las principales figuras que presencian los memes se explican a continuación:

#### **4.5.1.1. Metáfora visual**

La metáfora, en el plano lingüístico, representa un tipo de figura retórica que muestra una similitud o comparación entre la realidad y un concepto diferente que da cierta armonía y embellecimiento al uso de la palabra (Caizaluisa Tapia, 2017). Sin embargo, dentro del campo visual, el uso de la metáfora determina la intención comunicacional que su autor desea emitir, en el sentido de que el mensaje emerge como resultado de otro elemento presente en la imagen.

Según explica María Ortiz, (2011) en su publicación “La Metáfora Visual Corporeizada: Bases Cognitivas del Discurso Audiovisual”:

Del mismo modo que aparecen manifestaciones verbales de las metáforas primarias en lenguaje cotidiano. La Metáfora Visual Corporeizada: Bases Cognitivas del Discurso Audiovisual o en la literatura, tienen que existir manifestaciones visuales de las metáforas primarias. Estas manifestaciones visuales, como sucede con las verbales, a menudo pasan desapercibidas, o han sido tan utilizadas que ya se han convertido en clichés. (Ortiz, 2011, p.62-63)

Dentro de los memes, se puede identificar este recurso retórico en la relación que su autor establece entre la idea inmediata del discurso y las imágenes sobre las que se genera un solapamiento. Todo ello aplicando la semiótica de la imagen. Por ejemplo, al utilizar un dialecto propio de la identidad ecuatoriana y una imagen ligada a este factor, el receptor es capaz de interiorizar dicha información como una representación intrínseca de su imaginario social y de su cultura, partiendo de la primera idea que determina la diferencia de su realidad, frente al reflejo que emerge del meme.

#### **4.5.1.2. Hipérbole**

Se puede resumir, en pocas palabras, como la exageración de la realidad. Este tipo de recurso visual permite magnificar una especie de particular interés desde el ojo humano a un solo objeto o elemento de una imagen (Caizaluisa Tapia, 2017). Para identificar este tipo de figura dentro de un meme, es necesario identificar el contexto sobre el que se desarrolla, definiendo que la exageración de la presencia o dimensión de un elemento ocurre porque se quiere enfatizar o resaltar un solo hecho o tema general que enmarcar el meme.

### **4.5.1.3. Metonimia**

Siguiendo con las manifestaciones de Caizaluisa (2017), esta figura, dentro de la lingüística, requiere de una palabra central, que, al ser reemplazada por otra fuertemente ligada a ella, genera una relación causa-efecto; o símbolo-significado. Aplicando este mismo proceso dentro del lenguaje visual, la metonimia se cumple cuando un elemento se sustituye por otro con el que se genera cierta relación efecto-origen; objeto – lugar.

Así, la metonimia en los tratados clásicos de retórica es un recurso referido a la palabra al lenguaje verbal, que podría estar también en la retórica de imagen por el tomate o el ají o la cebolla puesta allí para significar la italianidad, por metonimia. (Zecchetto, 2013, p.185)

Para el análisis de los memes se identifica un solo elemento que representa su significación global, pero que se asocia directamente con la construcción del discurso, de tal manera que se le da mayor énfasis a la parte visual, y genera una referencia inmediata de importancia para quienes hacen uso de memes dentro de las redes sociales.

### **4.5.1.4. Símil**

Gallucci (2006) menciona que, en el caso de esta figura retórica en términos verbales, “hablamos de una comparación entre dos términos que guardan similitudes en cualidades físicas y simbólicas” (p.7). Es importante señalar que un símil, a diferencia de una metáfora, tiene una estructura gramatical ligeramente más extensa, debido al uso de conectores. Por ejemplo, en el caso de la metáfora, la característica dada al sustantivo (su lápiz labial) se usa directamente, mientras que el símil atribuye directamente la misma característica (su lápiz labial es rojo). Gallucci asegura que, para comprender el uso de esta figura en el plano visual, los símiles generan una relación entre un elemento y una característica que el receptor asocia con sus ideas o siente que lo representa. En otras palabras, se genera una similitud entre dos objetos.

## **4.5.2. Razón Dialéctica**

La razón dialéctica genera el vínculo entre la ideología que el ser humano desarrolla a partir de su imaginario social y la forma en que lo configura a través del uso del lenguaje, ya sea escrito o verbal. Espinoza (2008) afirma que el origen de los rasgos dialécticos de la sociedad ecuatoriana



se reduce a la expresión popular de la cultura, con un fuerte apego a las verdaderas raíces de los pueblos, pero con una dotación de elementos impuestos en un adoctrinamiento que según la historia los colonos españoles emprendieron en mucho de América Latina, donde aún persisten estos rasgos.

Espinosa (2008) realiza una especie de tipificación de los ecuatorianismos, lo cual se ve estrechamente vinculado a este análisis de memes: en primera instancia, señala la existencia de palabras mixtas o híbridas, de origen castellano y quichua (tripa-mishque tripa dulce); están también las palabras españolas resemantizadas, bajo conceptos estrictamente quichuas (el verbo “parar”, “pararse” no se usa en el sentido español de “detenerse”, sino en el sentido de “ponerse de pie”, traducción literal de la palabra quichua “shayanina”); palabras nuevas de posible raíz española, modificadas por el quichua (fanescas, jorga, tillo, o las interjecciones ¡fu!, ¡école!, ¡jele vé!)

Son precisamente estas expresiones las que hacen que los memes en Ecuador logren llegar masivamente a los usuarios, y se expanda el contenido en la web.

## **4.6.El Meme**

### **4.6.1. Introducción al Meme**

El término de meme fue concebido por primera vez por Richard Dawkins en el libro de *The Selfish Gene* (el gen egoísta) (1993) que, de acuerdo a la similitud fonética, señala su semejanza con memoria y mimesis. Según Dawkins, la peculiaridad de los genes es que son elementos replicantes. Por lo tanto, si en la biología se muestra como un gen replicante, así mismo se proyecta en la esfera cultural. Así, esta entidad replicante en la web tomó el nombre de meme.

Meme es un concepto análogo al de gen que utiliza en 1976 el etólogo Richard Dawkins para tratar de explicar cómo se transmite la información cultural. De hecho, esta palabra es a su vez una abreviatura de la palabra de raíz griega *mimeme*, que significa memoria. Así, los define como unidades de información cultural que saltan “de un cerebro a otro” de la misma manera que los genes se propagan de una generación a la otra. (Fernández & Gómez, 2013, p. 87)

Es decir, la información “puede concebirse casi como una enfermedad. Las ideas se extienden igual que las infecciones” (Malo et al. p. 17).

Dentro de este contexto, un meme en Internet puede calificarse como un producto intangible de carácter humorístico que se difunde de una persona a otra de manera masiva y que acaban formando parte de un patrimonio cultural. Sin embargo hay que tener en cuenta que existen memes más impactes que otros. Esta situación se da por tres factores primordiales: la longevidad, fecundidad y fidelidad (Holguín y Banchón, 2019, p. 9), por ello se manifiesta claramente que la mejora del éxito del Internet se debe a estos factores.

Si bien los denominados memes - a los que Blackmore (2000), se refiere como figuras que representan un acercamiento novedoso a la forma en que la cultura es transmitida en masas- han jugado un rol humorístico en la red, cabe pararnos a reflexionar sobre su potencial comunicativo.

John Z. Langrish (1999) en una de sus publicaciones señala que existen, según su estudio, tres tipos distintos de memes: “Recetas-Memes, Selectivos-Memes y Explicativos-Memes, tipificación basada en diferentes puntos de vista, desde el puramente biológico hasta el que involucra el tema cultural.

Por tanto, Langrish (1999) también añade que “la cultura, para Dawkins y otros, parece proveer el campo en el cual las partículas de meme cambian de sitio” (p. 5), es decir, la cultura es un factor que cambia según el paso del tiempo y el ser humano se ve sujeto a cambiar con ella, pero con el predominio y sin olvidar su origen, por lo que el autor reafirma que la cultura es “un campo biológico en el cual las cosas crecen y compiten” (p. 5).

Como señala Gómez (2014), los memes, como un gen, se replican instantáneamente, factor que también le atribuye características de adaptación en diferentes contextos, como señala el autor:

Se denomina meme a cualquier unidad de información cultural, puede tratarse de melodías, modas, frases pegajosas, chistes, jingles, chismes, marketing viral y la adopción de nuevas tecnologías, ideas, hábitos. Richard Brodie (1996) describe a los memes como los bloques de construcción elementales de la cultura. (Gómez, 2014, p. 3)

Para Caizaluisa (2017), los emoticonos son relevantes en el estudio de los memes:

Los emoticonos son la raíz de los primeros memes y, conceptualizándolos brevemente, no son más que una representación virtual de las facetas humanas en términos de carácter, estados de ánimo y rasgos de interacción personal o social, establecidos por el ser humano

en su vida diaria, y que, en este instrumento de comunicación, llamado meme, destaca según su intención. (Cazaluisa, 2017, p. 38)

Rushkoff (citado en Gómez 2014) considera que los emoticones lograron convertirse en memes gracias a su naturaleza icónica “mientras más simple sea el ícono, más universal se vuelve su utilización, lo que le permite ser compartido, usado, reutilizado, resignificado; un ícono con demasiados detalles se vuelve demasiado específico y, por lo tanto, tiene aplicaciones más limitadas.” (Rushkoff, 1997, citado en Gómez 2014, p. 5).

Pero en un contexto más actual, es donde interviene Villanueva (2016), cuya concepción del meme se basa en que nacen como parte de las comunidades a inicios de la década de los 2000, forjando un sentimiento de pertenencia a los usuarios, quienes tenían como requisito la comprensión de códigos en la web, tanto narrativos como culturales. Lo que queda claro, es que la capacidad replicante de los memes se explica a partir de los factores satisfactorios psico-sociales que este otorga a los usuarios, y, de este modo, cuanto mayor sea el peso emocional que recae en el receptor, más probabilidades existen de que sea compartido. Sin embargo, de acuerdo con Flores (2014), “el actor social como ente consciente, es el elemento central en este proceso de transmisión cultural (...). El meme no se auto-replica. sino que requiere de un grupo de sujetos que lleven a cabo su retransmisión”. (p. 116). Es decir, la información “puede concebirse casi como como una enfermedad. Las ideas se extienden igual que las infecciones” (Malo et al, 2010, p. 17). Esto va de acuerdo a lo señalado por Echeverría y González (2019), cuando afirman que los memes son uno de los contenidos característicos de la comunicación en las redes sociales digitales.

#### ***4.6.2. La Caricatura Como Antecedente del Meme***

Romero (2015) aseguraba que la caricatura es una de las formas de imágenes noticiosas más antiguas del mundo. Mencionó también que las caricaturas ecuatorianas han encontrado su propio espacio en la cultura, especialmente en el ámbito político.

El humor y en concreto el chiste son un acercamiento sociológico hacia las preocupaciones y problemas sociales (Berger, 1999), y es termómetro social (Schmidt, 2008), y otro tanto podemos decir de la caricatura y el meme, que son elementos que reflejan ideas, pensamientos y sentires de la cultura popular. (p. 8)

Por su parte, Fernández (2020), concretó su opinión de los memes y la caricatura política como

estrategia de marketing que permite a los candidatos conectar con las personas de forma tan orgánica, que es imprescindible que, en épocas de elecciones, no fluctúen en la red memes políticos:

Hoy en día, a la caricatura política de siempre y a los memes anónimos de los últimos tiempos, se suma como algo nuevo “El chiste, la parodia y la sátira son ahora la parte medular de las nuevas estrategias del marketing político digital. (p. 24)

En Ecuador, tanto la caricatura como el meme juegan un papel fundamental en épocas electorales, pues generan humor de una realidad más bien triste, lo que lleva a las personas a difundir contenido con el que se sienten identificadas. A decir de Collado, (2020), en la era digital, los memes pueden verse como caricaturas políticas, que sirven como replicadores sociales para difundir "de pared a pared" e informar la realidad en segundos. Una semana, un día o un minuto. En los memes políticos, "el humor se utiliza como forma de protesta". Sin embargo, los memes sociales no se quedan atrás.

#### ***4.6.3. Los memes y la Comunicación Digital***

Para analizar los memes como un producto cultural y comunicacional, es preciso ahondar en el concepto de cultura, los medios digitales y nuestro objeto de estudio: los memes. Partiendo de la teorización de Bolívar Echeverría (2001), estos elementos se apegan a su concepción de la cultura, que se basa de una definición material, epistémica y dialéctica. La cultura, para Bolívar Echeverría es profundamente material, por lo tanto, física, tangible vinculada con la necesidad humana, (bienes materiales) por otra parte, es intangible, con dimensión espiritual, artística, racional, filosófica, simbólica, creativa, y transformadora (bienes simbólicos). El autor concluye en el concepto de cultura “es el momento autocrítico de la reproducción (producción y disfrute de bienes materiales y simbólicos) que un grupo humano determinado, en una circunstancia histórica determinada, hace de su singularidad concreta, es el momento dialéctico del cultivo de la identidad”.

A partir del gran consumo de redes sociales virtuales se comparten contenidos multimedia con significantes replicables y transformadores. A medida que los cibernautas reciben contenidos, también son reproductores de contenido; es decir: ejecutan simultáneamente el rol de emisor y receptor. En ese sentido, Arango (2015), menciona:

La interactividad implica un diálogo con y a través de tecnologías, pero quizá lo más importante es que los nuevos medios se abren para admitir las exigencias del usuario y

satisfacerlas. Esto implica no sólo mayor participación del usuario en la selección de contenidos, sino en su creación y transmisión. (p.110).

Trejo (2006), en su obra *Viviendo en el Aleph: la sociedad de la información y sus laberintos*, habla de las características de la etapa de la sociedad mediática de que vivimos. Entre estas se pueden destacar algunas que ayudan a identificar a los memes como parte fundamental de la comunicación en las redes sociales:

Existe libertad del usuario para diseñar o compartir esos memes y dotarlos del sentido que quiera; heterogeneidad porque se trata de un cúmulo de datos de múltiples formas y significados aleteando y recorriendo los caminos de la red; velocidad por la rapidez con que son propagados (más tarda en terminar algún hecho importante que en aparecer un meme alusivo); volatilidad por los cambios constantes que van sufriendo y que van determinando la vida de un meme (hoy es, mañana quién sabe); multilateralidad por venir e ir hacia todas direcciones, ya que no hay un único foco de irradiación. (p. 121)

Frascara (2011) establece algunos principios de diseño que permiten la comprensión de algunos requerimientos básicos para un óptimo entendimiento; la estética juega un papel preponderante: debido a su capacidad de generar atracción o rechazo, tiene el papel de comunicar, permite recordar el mensaje y contribuye a la calidad, ya sea cultural o sensorial del ambiente.

Pérez (2017) mencionaba que la naturaleza digital del meme en Internet plantea un escenario donde, además de que se incrementa la facilidad con que estos signos circulan a través de una amplia variedad de plataformas y nodos, existen las condiciones para que, desde su capacidad de agencia, los usuarios puedan modificarlos y relanzarlos a este espacio de interacción.

En definitiva, no nos equivocamos al mencionar que los memes de Internet son producto de una socialización dada en entornos digitales específicos y, en palabras de Collado (2020), parten de “discursos oficiales ya contruidos para resignificarlos y hacerlos circular en una adaptación de los discursos con un necesario toque humorístico y satírico que se encarga de desmentir y ridiculizar las versiones oficiales de los medios” (p.4).

Antón (2020) plantea que los memes pueden estudiarse desde la semiótica (las imágenes como sistema de comunicación y producción e interpretación de significado), la

sociopsicológica (las causas y efectos de su contenido) y la sociocultural (la reproducción de patrones socioculturales).

#### **4.6.4. Clasificación de los Memes**

Los memes pueden clasificarse desde dos perspectivas: según el formato y según el tema.

Según el formato, se presentan los memes en imagen, *Internet faces*, video y texto.

**Memes de imágenes.** Este tipo de memes utiliza la asociación de imágenes y texto. La interrelación entre todos estos elementos genera un nuevo significado.

**Internet Faces.** Son aquellos memes de imágenes que asocian un rostro expresivo a alguna sentencia o razonamiento. Por norma, estos rostros están tipificados: Poker Face, Forever Alone, Troll face, Okay, LOL Face, entre otros.

**Memes en texto.** Son aquellos que solo utilizan texto. Muchas veces son una captura de pantalla tomada de alguna aplicación como Twitter.

**Memes de vídeo.** Son memes que usan vídeos editados, ya sea en la secuencia visual o sea con la introducción de un nuevo doblaje.

Según el tema, se presentan cuatro categorías:

**Memes sociales.** Buscan crear conciencia en torno a los problemas sociales. Pueden referir temas políticos, económicos, religiosos, etc.

**Memes reflexivos.** Son aquellos orientados a brindar consejos de superación personal y frases inspiradoras.

**Memes humorísticos.** Utilizan el humor como forma de entretenimiento. Con frecuencia acuden a la ironía. Muchas veces son también vehículo para la transmisión de opiniones.

**Memes de situación.** Son aquellos que representan una situación que se manifiesta con frecuencia en la vida diaria, y que de alguna manera refleja los problemas con los que se debe lidiar.

#### **4.6.5. La Semiótica de los Memes**

En la constitución de los memes se define la parte discursiva, por diversos factores lingüísticos y de significación, que dotan a este recurso de un complemento que acompaña la parte

visual. Para referirnos a los lugares comunes, o frases elaboradas de uso reiterado en los memes, es importante partir desde la semiótica, que no solo establece el uso socio- comunicacional de dichas frases, sino también su representación simbólica, expresada a través de un significado.

“El sentido —captado por los presupuestos y sobrentendidos— irónico y burlesco de los memes, construye discursos humorísticos de oposición, revuelta y resistencia” (Laene, 2018, p.80)

No obstante, hay opiniones que señalan lo contrario. Castañeda (2015) afirma que los aspectos sintácticos de la imagen y sus textos (en relación al meme) no tienen importancia alguna porque “su discurso se basa en la potencia analógica de la imagen y sus caracteres tipográficos, y no en sus funciones estéticas o simbólicas” (p.15), afirmación que deja muchas aristas en las que discrepar, ya que debido a que el meme es un producto simbólico en sí mismo, no puede descartarse la relevancia de su propio simbolismo.

En la praxis de ello, surge el término de imágenes macro, a las que García (2014) define de la siguiente manera:

Dentro de estos memes o fenómenos de Internet, existe uno en particular que se ha vuelto el ícono -en ocasiones es utilizado como sinónimo- de lo que son estas manifestaciones, las “imágenes macro”. Imagen macro es un término usado para describir ilustraciones con un texto sobrepuesto. Normalmente consisten en una imagen -puede ser un dibujo o una fotografía- y un mensaje -ingenioso, irónico o humorístico. (García, 2014, p.4)

Imagen 1



Fuente: <https://n9.cl/olbgx>

El problema que presenta esta definición es que es tan amplia que deja de tener utilidad analítica porque cualquier forma de circulación cultural podría ser interpretada como un meme. Por eso, una de las preguntas que recorre el trabajo es “¿Cuál es la unidad mínima que nos permite hablar de un meme?” (Racioppe y Párraga, 2020).

Lo que es indudable, y de acuerdo a la opinión que merece a Castañeda (2015), es que los memes proporcionan evidencias para elaborar reflexiones que sirvan para hacer aportes al diseño de comunicación visual. Una hipótesis que conduce la discusión indica que los memes son mensajes visuales que dialogan con las personas de manera directa. “El sentido —captado por los presupuestos y sobrentendidos— irónico y burlesco de los memes, construye discursos humorísticos de oposición, revuelta y resistencia” (Laene, 2018, p.80)

En este sentido, es interesante lo que apunta Cortazar (2014), sobre la semiótica empleada por los memes, porque tienen una gran relevancia las imágenes, que, utilizadas con un tono de ironía, no son sino puro entretenimiento. Y el entretenimiento es necesario en la sociedad. Así, expresan la inmediatez del momento, pero también distanciamiento y cansancio con la realidad profunda: una sátira de la actualidad presentada de manera simple, que hace que la gente que lo vea, se identifique casi al instante. Ahora bien, este sentido de pertenecer viene dado por una segmentación generacional, también. Wincour añadió con respecto a ello lo siguiente:

No compartir los códigos lingüísticos y dialectales, no tener cultura de memes, anime o videojuegos, no manejar ciertas aplicaciones o desconocer los símbolos de cada cultura y/o subculturas juveniles en Internet, deja a muchos automáticamente afuera, por ejemplo, a la mayoría de los adultos de más de 40 años (Wincour, 2019, p.6)

Esto quiere decir que irremediamente, existe una tendencia de las nuevas generaciones para compartir y difundir contenido humorístico en Internet, muchas veces porque forma parte de su identidad virtual y su cultura digital, por forjar una serie de comportamientos que se basan en una naturaleza muy normal del ser humano: la necesidad de pertenecer y relacionarse.

#### ***4.6.6. Cultura de la Reproducción***

Las culturas virtuales, en concordancia con lo manifestado por Hopenhayn (2003) se entienden como un conjunto de sistemas de intercambio simbólico en redes virtuales, mediante los cuales se configuran sentidos colectivos, formas de representarse lo real y nuevas sensibilidades.

La razón por la que los memes se incrementan en Internet es gracias a la mentalidad y comportamiento de los consumidores, ya que ellos están dispuestos a crear contenidos para viralizarlos en la red sin importar demasiado cuál es el objetivo. Lo importante es la cantidad de reproducciones que se realizan al diario (Holguín & Banchón, 2019, p. 11). En un proyecto



investigativo realizado por la Universidad de Chile se sostiene que la reproducción caracteriza la naturaleza de la sociedad moderna. Teniendo en cuenta tal reflexión, esto puede entrever que la producción de memes es una acción y señal de modernidad, que es un proceso que se ha venido dando desde mucho antes de la presencia de la Web en el mundo (Stange y Peña 2014, p. 78).

Son diversas las formas en las que se presentan los memes, muchos responden a patrones generados desde creencias o tendencias marcadas en un contexto determinado según lo menciona Santibáñez (2001):

[...] a través de chistes los memes se transfieren; mediante de las melodías que evocan emociones; los eslóganes y las frases impactantes al ser concisas puede repetirse continuamente y pasar de cerebro a cerebro: revolución científica, impactante. En sentido amplio, los memes se reproducen a través de estilos de vestir tendencias de lenguaje, normas culturales populares, diseños arquitectónicos, formas de arte, expresiones religiosas, modelos económicos, principios morales, etc. como he sostenido, los memes son patrones de información replicables que se propagan a traes de las ecologías de la mente. (Santibáñez, 2001, p. 8)

En las redes sociales este proceso es muy notorio, basta con identificar la tendencia que un evento puede marcar en un período de tiempo determinado, y luego asociarlo con la generación de los memes más cercanos a este tema, si la difusión es masiva y ha La necesaria aceptación de los usuarios este cumplirá su misión. por el contrario, si no se da, el meme no será reconocido como tal. En concordancia con ello, cabe mencionar lo que en su día dijo José Van Dijck:

El ecosistema de los medios conectivos no reproduce las normas sociales; las plataformas interconectadas producen la socialidad, tomando procesos de comportamiento normativo de la vida real (la presión de pares) como modelos a seguir y objeto de manipulación (mediante las listas de popularidad) (p.177).

Es decir, un individuo abandona su rol pasivo para colaborar en la distribución de contenidos o en su creación o replicación: se convierte en prosumidor de contenido en redes (Martínez, 2017).

Atarama y Rivera (2017) puntualizaron que una correcta información cultural funciona como transmisora del patrimonio cultural y conlleva siempre aspectos educativos y pedagógicos

que contribuyen con la formación de los lectores. En este caso, de los usuarios de Facebook.

Facebook ofrece dentro de sus funciones varias opciones que permiten al usuario establecer una interfaz entre los administradores de determinadas páginas y sus seguidores. "Me gusta" hoy con su variedad (me encanta, me divierte, me entristece, me da rabia), "Compartir" y "Comentar" son las alternativas que ofrece esta red social para rechazar, asimilar o medir el interés de los usuarios sobre el contenido que se publica diariamente.

Respecto a esto, también existe el llamado "envío" de contenido, esta función en Facebook permite al internauta gestionar sus publicaciones a través de otras que ya están en la red, es decir, compartiendo memes o contenidos que otros.

Winclker (2019) ya insinuaba que los memes no rebajan su funcionalidad "a un mero artilugio de entretenimiento que "encanta" o "coloniza" a quien los observa", sino que se recuperará una tradición particular que sirve para entender a los memes como artefactos culturales, con los que la gente se identifica.

Ahora bien, no hay que olvidar que esta interacción para conocer más de los demás y nosotros mismos obedece a un principio filosófico de la comunicación. Tal y como afirmó Buen Abad (2006), "la comunicación bien puede ser surtidor que avance sobre una búsqueda del otro, los otros, que son su estrella orientadora de párpados abiertos, sin deslumbramientos y de fulgor dinámico". (p.20), otro motivo de peso para considerar que estemos hablando de una parte fundamental de la cultura colectiva.

#### ***4.6.7. Memes en Ecuador***

En este estudio se han abordado los procesos de comunicación más simples del ser humano, pasando por el desarrollo de estos y descubriendo el origen de un nuevo mecanismo denominado meme, cuyo uso es importante como herramienta de comunicación teniendo en cuenta la realidad tecnológica que atraviesa la humanidad.

En la simplicidad de un meme se pueden evidenciar diversos factores en la construcción de su trasfondo y forma y previamente se abordaron las categorías necesarias que la Semiótica propone para su análisis. A partir de que se establece que la representación ideológica es un atributo preponderante en todos los procesos. de interacción social y memes se encuentran dentro de estos procesos hoy en día.

Ruiz (2018) no se equivocaba al decir que, generalmente, los memes son indiferentes a la

veracidad o falsedad de la información que transmiten. No buscan otra cosa que llegar a un número cada vez mayor de usuarios. Pero junto con esa frivolidad, también son un escaparate para exhibir abusos y excesos. A no pocos personajes les han otorgado sus «cinco minutos de fama» con etiquetas (o hashtags, en inglés) que de manera irónica llaman #Ladies y #Gentlemen o #Lords a ciertos personajes no gratos que protagonizan desplantes e improperios, o simplemente hechos ridículos con los que «muestran el cobre» y exponen sus prejuicios, su ignorancia o su incompetencia.

En este sentido, el tema de la identidad también se constituye como una variable de estudio, específicamente la que los ecuatorianos han desarrollado en su imaginario social, y que, particularmente por rasgos característicos propiamente acuñados desde la cultura popular, hoy se afirman como la representación de la ecuatoriana. frente al mundo.

Y es que en este punto es menester estar en concordancia con lo dicho por Rivano (2014):

No tiene asidero o tiene muy poco asidero defender una bandera como un valor, como un símbolo, como orgullo patrio o cosas así; pero sí lo tiene y muy claro cuando se la identifica como un meme de cohesión, solidaridad, con gran efecto sobre la determinación defensiva o agresiva de un grupo. Tal vez la bandera patria sea una excelente indicación sobre nuestra relación con los memes. ¡Se ve tan claro que nosotros no estamos en control de la bandera sino al revés! (Rivano, 2014, p.23)

León (2002) ya atisbaba que, con el pasar del tiempo, las personas van absorbiendo, poco a poco, cogniciones que, a fuerza de repetirse, se transforman lentamente en actitudes y, muy a largo plazo, propician ciertas conductas.

Es normal señalar que el concepto de identidad cultural “encierra un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias” (Molano, 2007, p.73). En consecuencia, se presentan una diversidad de manifestaciones culturales que expresan con mayor intensidad que otras su sentido de identidad, hecho que las diferencias de otras actividades que son parte común de la vida cotidiana, de ahí la importancia de las redes sociales.

A pesar del paso del tiempo y el desarrollo tecnológico, Ecuador aún tiene una sociedad arraigada en sus orígenes, donde la representación social y cultural de sus ciudadanos ejerce una

lucha por preservar la ideología de la verdadera identidad ecuatoriana, huella de los ancestros que habitaron estas tierras, frente a lo que quieren imponer las nuevas generaciones y la tecnología.

Como Ecuador es un país marcado por el mestizaje desde la época colonial, todo lo cultural tiene su raíz en este factor. Diversos estudiosos de la Antropología cultural abordan el tema de la identidad desde una base de origen de la sociedad actual y del grupo "yo" que adopta y se adapta a cualquier cambio generado por el paso del tiempo, pero con claros rasgos culturales ancestrales.

## 5. Metodología

En el campo de las ciencias sociales, en el que la realidad es cambiante e incierta, producto del contexto complejo en la cual se encuentra inmerso, surge el enfoque mixto (cuali-cuantitativo) como vía para que el investigador pueda acercarse a su objeto de estudio y obtener el conocimiento requerido de la realidad social según sus necesidades y expectativas; este enfoque tiene su sustento filosófico y metodológico en el pragmatismo, el cual se basa en utilizar el método más apropiado para un estudio en específico.

El presente trabajo aplica, bajo el marco del paradigma interpretativo, un método de investigación cuali-cuantitativo: por un lado, cabe señalar que el objetivo de la investigación cualitativa es el de proporcionar una metodología de investigación que permita comprender el complejo mundo de la experiencia vivida desde el punto de vista de sus protagonistas. (Taylor y Bogdan, 1984). Sin embargo, para compensar la subjetividad de este método, la parte numérica y estadística es necesaria y complementaria, motivo por el cual se ha decidido compaginar todo este proceso metodológico con el cuantitativo.

El método cuantitativo se centra en los hechos o causas del fenómeno social, con escaso interés por los estados subjetivos del individuo. Este método utiliza los cuestionarios, inventarios y análisis demográficos que producen números, los cuales pueden ser analizados estadísticamente para verificar, aprobar o rechazar las relaciones entre las variables definidas operacionalmente (Rodríguez Peñuelas 2010, p. 32), En otras palabras: comprobar con cifras si realmente los memes gozan de un contenido exquisito en cuanto a semiótica y retórica, para determinar la calidad enunciativa de los mismos.

El motivo de este proceso investigativo que engloba ambos aspectos es precisamente el de combinar la calidad de los resultados numéricos con una interpretación empírica y subjetiva de las personas para el estudio social que se presenta.

Cabe señalar que el estudio de los memes precisa de un proceso de recopilación de datos, historia, conceptos y fechas que ayuden a la comprensión y futuro análisis del tema. Por ello, se puntualiza en la aplicación de un método bibliográfico, el cual es definido por el Manual de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (2016) como la “integración, organización y evaluación de la información teórica y empírica ya existente sobre un problema en particular” (p.32).

Esta metodología de investigación se caracteriza, entre otras cosas, por hacer una revisión exhaustiva de documentos para conocer el estado en el que se encuentra el objeto de estudio, análisis y deducción de conceptos.

Existen dos tipos de investigación bibliográfica, pero el presente estudio se centra en la de tipo expositiva, que no busca objetar la teoría, sino recrear el contexto teórico de la investigación, sirviéndose para ese fin, de fuentes confiables y verídicas.

Se utilizará, asimismo, el método Inductivo. Este método se caracteriza por facilitar organizar la revisión de la teoría científica, construir los objetivos, plantear y aplicar la propuesta de intervención la misma que será parte fundamental del trabajo, además se lo empleará para expresar las conclusiones y recomendaciones del estudio. Con referencia a lo anterior, Bernal (2010) expone que “este método utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones cuya aplicación sea de carácter general” (p. 60). Es decir, que, para comprender el producto del meme como tal, se pretende partir de las partes al todo.

## **Técnicas e Instrumentos**

### ***Entrevista***

Esta herramienta ayuda a obtener información mediante el diálogo directo con el entrevistado. El motivo de aplicar este instrumento en el estudio es precisamente conocer ciertos lineamientos que los creadores de memes tienen en cuenta para la comunicación con su público; en otras palabras, nos ayudará a determinar cómo desde la creación del meme, tanto su retórica como su imagen pretenden desde un inicio comunicar. Además, ayudará a determinar algunos lineamientos que contribuyan a mejorar y entender los memes culturales que se difunden en el Ecuador.

Haciendo una observación de las páginas de memes ecuatorianos de mayor renombre entre la población joven ecuatoriana, se identificó como punto fuerte la página llamada *Ecuadorean Wave* (ola ecuatoriana). Dicha página está bajo la creación de Francisco Hidrobo, con quien se dialogará sobre el fenómeno de su página y la influencia que ha tenido su contenido visual y la dinámica que contiene para otras tantas páginas como Memes con Chifle y Pan.

Aunado a ello, se entrevistará a uno de los principales creadores de contenido de la página *Ecuadorean Wave*, Cristian Santillán.

También, y reconociendo que es preciso conocer la opinión y criterios de expertos en el tema, se prevé entrevistar a un docente de la UNAE y especialista en memes, Diego Apolo, quien ha impartido varias charlas, conferencias virtuales y *webinars* sobre la comunicación digital y se halla realizando un estudio sobre los memes y su impacto en el proceso de enseñanza. En relación a sus investigaciones, se considera oportuno realizarle preguntas relacionadas al contenido informativo de los memes y su interacción con la comunidad virtual ecuatoriana.

Otro experto en el área, de cuya perspectiva no queremos prescindir, es Pablo Escandón, especialista en Comunicación Digital de la Universidad Andina Simón Bolívar (Sede Ecuador), quien ha dedicado su vida profesional a la investigación exhaustiva para comprender el funcionamiento de los cibermedios, las ciberculturas y transmedialidad, entre otros aspectos.

Finalmente, se dialogará con un docente de la Universidad Nacional de Loja, Eduardo Henríquez, quien, como antropólogo audiovisual, brinda una cosmovisión antropológica de la situación cibernética del estudio en cuestión. Toda la planificación del cuestionario de cada entrevistado se encuentra en el Anexo No. 3.

### ***Encuesta***

La importancia de aplicar este instrumento va en concordancia al objetivo de determinar en qué medida los memes de Facebook sirven como medio de información a los usuarios, pues, mediante determinadas preguntas, se pretende obtener información sobre cuáles son los componentes que más influyen en la transmisión del mensaje de cada meme hacia los usuarios y qué reacción causan en ellos.

La encuesta se realizará estrictamente al público consumidor de contenido presente en la ciudad de Loja, el cual se calcula mediante la fórmula de universo finito. Teniendo en consideración que la población de Loja es de 190.000 habitantes, de los cuales la gente joven que consume redes sociales (y por lo tanto memes) es de 119.220, se aplica de la siguiente manera:

$$n = \frac{o^2 \times q \times p \times N}{E^2(N - 1) + o^2 \times p \times q}$$

Donde:

n: tamaño de la muestra

o: nivel de confianza

N: población bajo estudio

p: probabilidad de que ocurra el evento estudiado 50%

q: probabilidad de que no ocurra en evento estudiado 50%

E: margen de error 5%

$$n = \frac{2^2 \times 50 \times 50 \times 119,220}{5^2(119,220 - 1) + 2^2 \times 50 \times 50}$$

$$n = \frac{1,192,200,000}{2,990,475}$$

$$n = 411$$

Una vez resuelta la fórmula, se determina que el número de encuestas a realizar es de 411 personas.

El modelo de las mismas, se encuentra adjunto en el Anexo No. 4.

### ***Fichas de observación no participante***

Como observador se debe hacer todo lo posible para mantenerse al margen de la conducta que se está observando para no estorbar ni interferirla (Salkind, 1999). Para ello, sin necesarias las fichas de observación no participantes.

Esta técnica sintetiza y ayuda a poner orden en los datos. Se emplean de acuerdo a los objetivos de cada investigación. En este caso, se usarán para recolección de datos semióticos (cualitativos) y escritos del contenido de las publicaciones objeto de estudio. (Anexo No. 5). Este instrumento es de suma relevancia para la investigación, pues permitirá analizar específicamente el contenido semiótico de los memes en Facebook y su impacto con los usuarios. En el caso de la ficha para el análisis semiótico y retórico de los memes, se ha tomado como referencia a diversos autores, Entre ellos, la propuesta realizada por Mata y Scarafía en su libro del discurso radiofónico, que consiste en explicar la lógica discursiva de la imagen desde el punto de vista de tres elementos: Dimensión referencia, estructural y enunciativa. Este modo de clasificación y desglose de los componentes gráficos ayudará a entender el contenido semiótico del objeto de estudio. Sin embargo, adjunto a ello se considera más sencilla de entender la propuesta analítica de Morris, que divide el análisis de la imagen en las dimensiones: sintáctica, semántica y pragmática. Haciendo una recopilación de los elementos más relevantes, se ideó una ficha de autoría propia para poder entender la complejidad de los memes.



## 6. Resultados

### Tabulación de los resultados- encuestas.

Código: CCS/KM/OE3

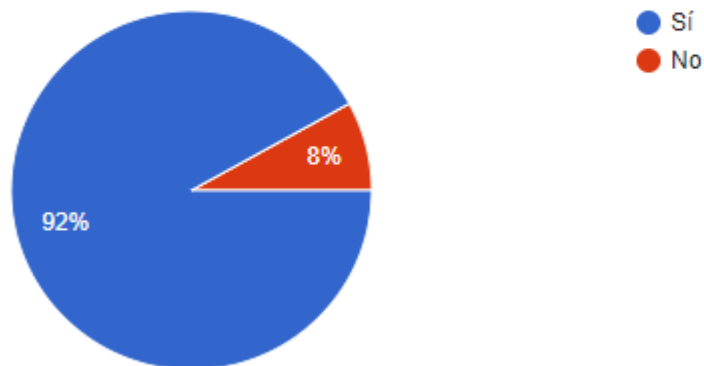
Luego de la aplicación de 411 encuestas a usuarios de Facebook, en Loja, se desglosan a continuación los resultados obtenidos cuantitativa y cualitativamente:

Pregunta 1: Consumo de memes en Facebook

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Sí	378	92%
No	32	8%
<b>Total</b>	<b>411</b>	<b>100%</b>

1. ¿Mira memes en Facebook?

411 respuestas



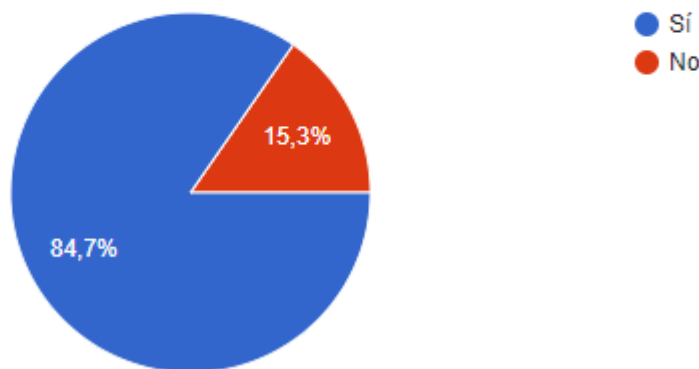
**Análisis:** Se evidencia que, de un total de 411 encuestados en la ciudad de Loja, 378 personas realizan un consumo de memes en *Facebook*, correspondiendo así al 92% de la muestra total. Esta cifra marca una mayoría contundente que concuerda muy adecuadamente con las cifras estadísticas del INEC (2019), que señalaron que esta red social es la más usada en Ecuador, alcanzando el 55,4% de población nacional. El presente estudio deja, por el contrario, la constancia de que tan solo el 8% de la población encuestada no ven memes en la plataforma. Así, vemos que, en Loja, y más concretamente entre los jóvenes, es una red donde por excelencia se difunde contenido humorístico.

Pregunta 2: Seguimiento de páginas de memes ecuatorianas en Facebook

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Sí	348	84.7%
No	63	15.3%
<b>Total</b>	<b>411</b>	<b>100%</b>

## 2. ¿Sigues a páginas de memes ecuatorianas?

411 respuestas



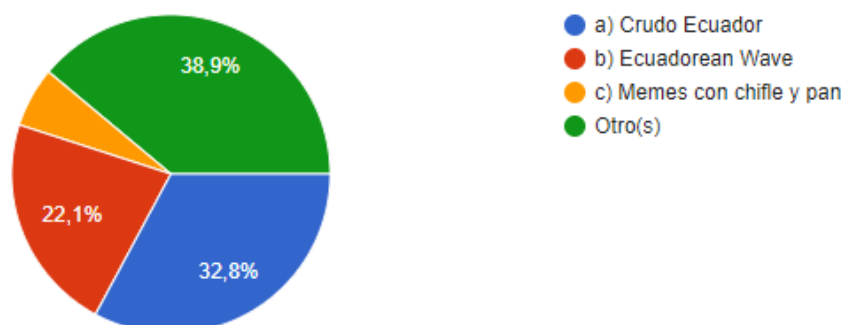
**Análisis:** Los datos obtenidos demuestran que del 92% de población encuestada que mira memes en *Facebook*, solo el 15.3% no sigue páginas de memes ecuatorianas. Por el contrario, el 84.7% restante alega que el contenido que siguen tiene que ver con su nacionalidad, dejando en claro que el consumo de páginas ecuatorianas tiene un gran peso en la cibercultura local. Winclker (2019) ya insinuaba que los memes no rebajan su funcionalidad “a un mero artificio de entretenimiento que “encanta” o “coloniza” a aquellos que los observan, sino que se recupera con ellos una tradición particular que sirve para entender a los memes como artefactos culturales, con los que la gente se identifica. Es decir: Los memes son capaces de crear cierto sentido de pertenencia que hace que la gente se identifique y, consecuentemente, los comparta.

Pregunta 3: Páginas ecuatorianas que siguen

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Crudo Ecuador	135	32.8%
Ecuadorean Wave	91	22.1%
Memes con Chifle y pan	25	6.1%
Otros	160	38.9%
<b>Total</b>	<b>411</b>	<b>100%</b>

### 3. ¿Qué páginas ecuatorianas sigue?

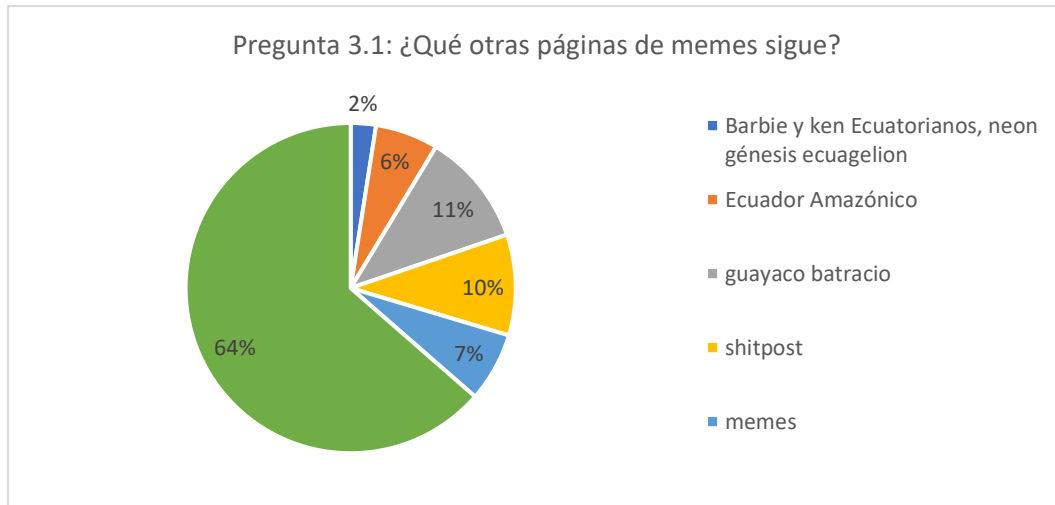
411 respuestas



**Análisis:** Dentro de las páginas con contenido ecuatoriano (ya sea de actualidad, cultural o político) las más consumidas por los encuestados fueron Crudo Ecuador, con un 32.8% de consumo, seguido por *Ecuadorean Wave*, con un 22.1%; y finalmente Memes con Chifle y Pan, cuyo porcentaje de popularidad corresponde a tan solo un 6.1%. Sin embargo, El mayor número de encuestados (38.9%) manifestó que las páginas que siguen son otras, cuyos detalles se explican en la siguiente pregunta.

#### Pregunta 3.1: Consumo de otras páginas

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Barbie y Ken ecuatorianos, Neon Génesis Ecuagelion	4	2,5%
Ecuador Amazónico	10	6,2%
Guayaco batracio	18	11,1%
shitposting	16	9,9%
Memes	11	6,8%
Memes relacionados con Ecuador	103	63,5%
<b>Total</b>	<b>162</b>	<b>100%</b>



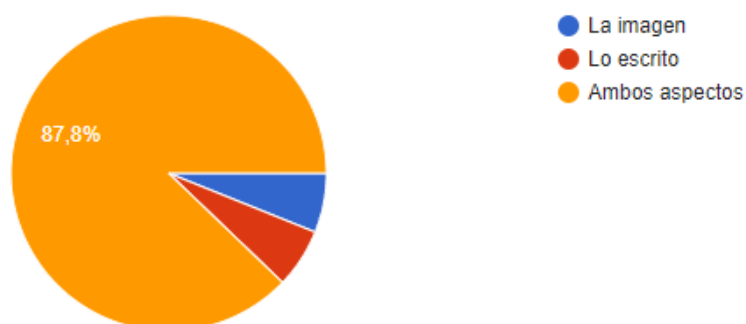
**Análisis:** Los datos obtenidos manifiestan que las personas que siguen otras páginas de memes tienen una gran inclinación sobre memes ecuatorianos en general, cumpliendo así con el 64% de encuestados fanáticos de este tipo de páginas. Seguidamente, encontramos la página de Guayaco Batracio, cuyo porcentaje corresponde al 11% de los usuarios encuestados. Siguen las páginas de *shitposting*, a modo de Ecuadorean Wave, que son muy populares entre la gente joven y constan de un 9.1% en relación a las encuestas. Las páginas restantes fueron diversas y poco comunes: Memes con un porcentaje del 6.8%; Ecuador Amazónico con un 6.2%; y finalmente, en última posición, Barbie y Ken ecuatorianos y Neon Génesis Ecuagelion, con un irrisorio 2.5%. Estas páginas corresponden a las más comunes dentro del consumo de memes en la plataforma de estudio.

Pregunta 4: fijación de los usuarios en un meme

Variables	Frecuencia	Porcentaje
La imagen	25	6.1%
Lo escrito	25	6.1%
Ambos aspectos	361	87.8%
<b>Total</b>	<b>411</b>	<b>100%</b>

#### 4. Cuando ve un meme, ¿en qué se fija más?

411 respuestas



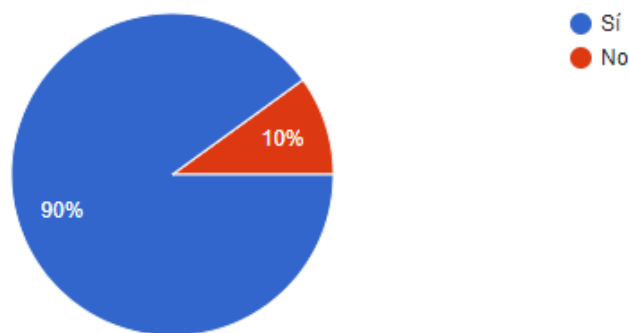
**Análisis:** Enfocándonos en una perspectiva referencial (entendiéndose este término como la percepción del mensaje por parte del receptor), se preguntó cuál es la fijación de los usuarios al momento de consumir este contenido tan complejo como es un meme. Los resultados señalan algo curioso: el 87.8% de la población encuestada dijo considerar que tanto la parte gráfica (semiótica) como la parte escrita (retórica) de un meme son de vital importancia para llamar la atención y eventualmente ser compartido. No obstante, si nos fijamos en las dos alternativas restantes que descomponían la imagen y el texto, se puede evidenciar que el 6.1% siente una fijación superior por la imagen, mientras que exactamente la misma cantidad de personas sienten la misma fijación por lo escrito, concluyendo en el 100% de la población cree que ambos aspectos tienen un peso de mucha relevancia en el contenido que observan. Es importante recordar lo que Cortazar (2014), decía sobre la semiótica empleada por los memes, porque tienen una gran relevancia las imágenes, que, utilizadas con un tono de ironía, no son sino puro entretenimiento. Y el entretenimiento es necesario en la sociedad. Sin embargo, los resultados presentes distan un poco de esta afirmación, porque esta sátira que provoca que la gente se identifique no se logra simplemente con una imagen, es necesario un contexto clave, algo que los jóvenes en Internet llamarían POV (point of view) o contexto y que tiene que ver precisamente con la información escrita, corta pero relevante, que tienen los memes. De ahí que resulte que ambos aspectos tienen exactamente la misma importancia.

### Pregunta 5: Descubrimiento de eventos noticiosos por medio de memes

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Sí	370	90%
No	41	10%
<b>Total</b>	<b>411</b>	<b>100%</b>

5. ¿Alguna vez se ha enterado de un evento noticioso o de actualidad mediante una página de memes?

411 respuestas



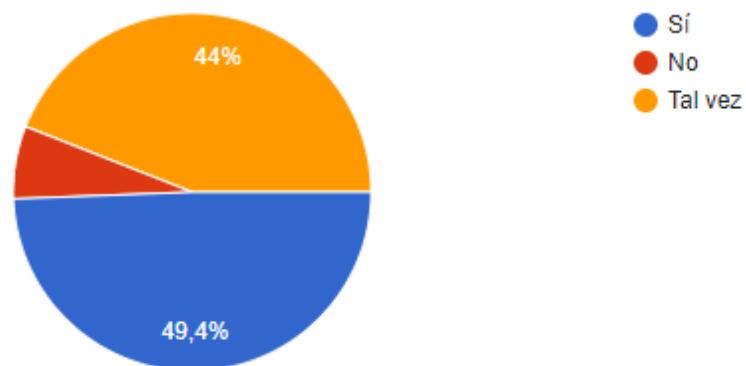
**Análisis:** En esta sección, un total de 370 personas, que corresponden al 90% de la población, dijeron haberse enterado de algunas noticias de actualidad por medio de memes. Esto concuerda con lo manifestado por algunos prosumidores de memes como Francisco Hidrobo (2021) o Max Moreno (2021), participantes de la entrevista interpersonal realizada en esta investigación, cuando aseguraban que, como creadores, están actualizándose constantemente sobre lo que sucede a su alrededor, en su realidad más inmediata, para rápidamente compartir de forma satírica lo que acontece en Ecuador. Así, desde el ojo del creador hasta lo percibido por el usuario, podemos ver cómo los memes pretenden, desde un principio y en honor a la instantaneidad de la red, comunicar distintos sucesos. Por ello, el porcentaje de aquellos que no han descubierto un evento actual por medio de memes se reduce a tan solo un 10%.

Pregunta 6: Consideración de los memes como informantes

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Sí	203	49.4%
No	27	6.6%
Tal vez	181	44%
<b>Total</b>	<b>411</b>	<b>100%</b>

6. ¿Considera que los memes informan?

411 respuestas



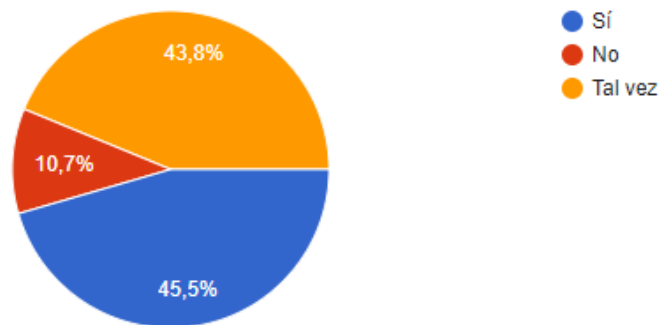
**Análisis:** Las respuestas obtenidas en la presente pregunta son favorables con respecto a la hipótesis planteada de la investigación. Los memes son percibidos como productos informativos con un sí rotundo por un 49.9% de la población encuestada, que casi llega a ser la mayoría. A este dato, le siguen las personas con una postura más agnóstica, indecisa si se quiere, afirman que tal vez los memes informan (no lo aseguran, probablemente por desconocimiento, pero tampoco lo niegan). Ellos corresponden al 44% de los encuestados. Por último, se observa que tan solo el 6.6% de la población niegan el potencial comunicativo de los memes. A propósito de estos resultados, queda añadir lo que Ruiz (2018) puntualizaba en relación a la veracidad de los memes: son indiferentes a la veracidad o falsedad de la información que transmiten. Estos no buscan otra cosa que llegar a un número cada vez mayor de usuarios. Pero junto con esa frivolidad, también son un escaparate para exhibir abusos y excesos, sirven como un instinto de crítica social y de expresión no solo de hechos, sino también de sentimientos que muchas más personas comparten.

Pregunta 7: Utilidad de los memes en los medios de comunicación para informar

<b>Variables</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí	187	45.5%
No	44	10.7%
Tal vez	180	43.8%
<b>Total</b>	<b>411</b>	<b>100%</b>

7. ¿Cree que los memes podrían ser de utilidad a los medios de comunicación para informar?

411 respuestas



**Análisis:** en este apartado del cuestionario, se preguntó sobre la utilidad de los memes como replicadores de información. Los datos concluyentes son similares a los del ítem anterior. Un gran número de personas (45.5%) considera que los memes sí informan; un 43.8%, completa la información afirmando que tal vez tengan un uso relevante para informar a los internautas; dejando tan solo un 10.7% de encuestados que discrepan de esta aseveración.

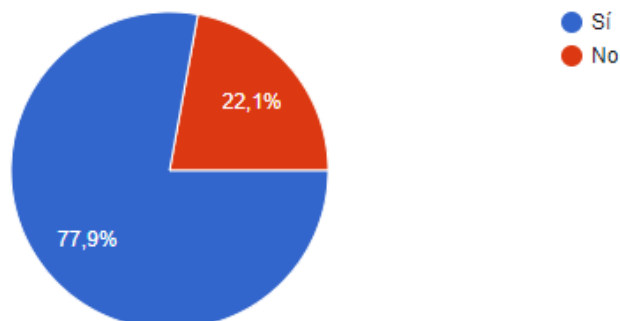
Pregunta 8: Alcance de las noticias mejorado con la implementación de memes

<b>Variables</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí	320	77.9%
No	91	22.1%
<b>Total</b>	<b>411</b>	<b>100%</b>



8. ¿Cree que, si las noticias se presentasen en formato de memes, tendrían más alcance de la audiencia?

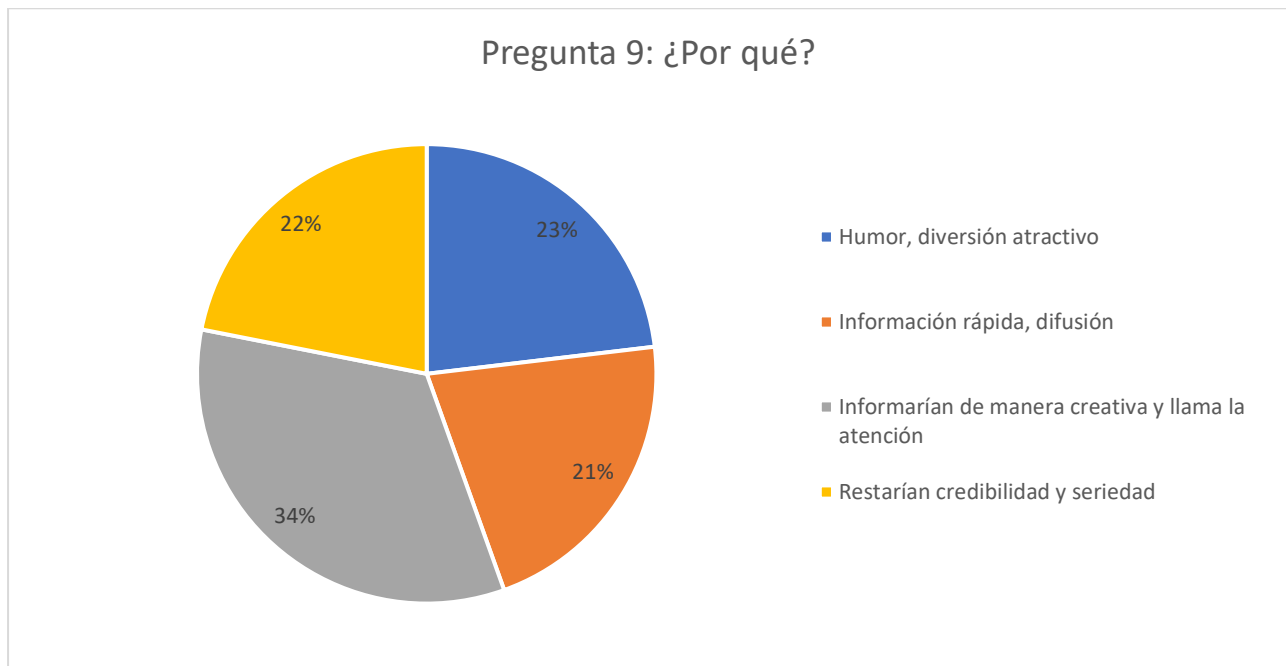
411 respuestas



**Análisis:** La mayor parte de la muestra poblacional consumidora de memes afirma que, si las noticias se presentasen en formato de memes, serían mejor recibidas por el público, teniendo así un mayor alcance en la web. Este porcentaje equivale al 77.9%; mientras que, del otro lado, existen personas que opinan que los memes no tendrían una mayor difusión si fuesen presentados con un tinte humorístico. Al respecto, algunos autores señalan que los memes son mero entretenimiento, y que la información que transmiten (si bien la transmiten) es efímera. Este tipo de teorías concuerdan con lo expresado por Eduardo Henríquez (2021), quien mencionaba que los memes surgieron y se proliferaron en un contexto muy especial: el tiempo de la inmediatez y la sobre información (sin obviar las *fake news*). Este fenómeno de los memes, conlleva, por ende, una serie de sucesos, porque la información que transmiten es efímera, tiene fecha de caducidad, y esa fecha de caducidad no sobrepasa el lapso de unas horas. De ahí esta contraposición de ideas en la población.

Pregunta 9: porqué las noticias tendrían un mayor alcance si se presentaran en un formato de memes

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Humor, diversión atractivo	95	23,1%
Información rápida, difusión	88	21,4%
Informarían de manera creativa y llama la atención	138	33,6%
Restarían credibilidad y seriedad	90	21,9%
<b>Total</b>	<b>411</b>	<b>100%</b>



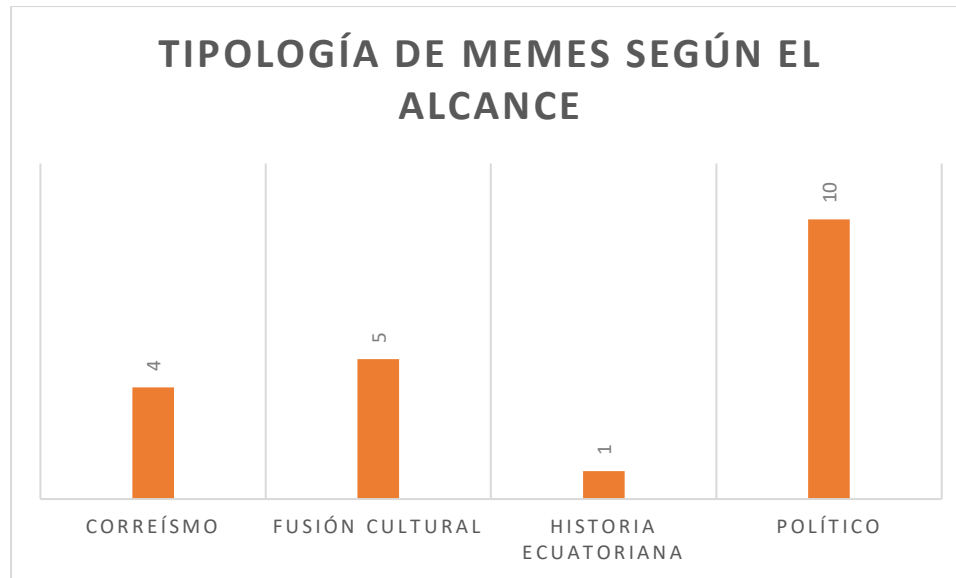
**Análisis:** en relación a la utilidad y eficacia difusiva del meme para los medios de información, se obtienen las razones que llevan a tener una postura u otra en la sociedad: aquellas personas que respondieron que sí, manifestaron en un 34% que el motivo por el cual los memes funcionan es porque informarían de manera creativa, llamando la atención de los usuarios. Con ello, se crea un sentido de pertenencia a una comunidad, a un pueblo, a una noticia misma, lo que hace que sea compartido masivamente en poco tiempo. Seguidamente, el 23% de las respuestas coincidieron en que los memes serían de utilidad porque consideran que poseen las características de ser divertido, humorístico, satírico y demás sinónimos, que llevan a la ciudadanía a tener una visión satírica de la realidad que les rodea y por ello iba a conectar con la gente y, como mínimo, incitar a que compartan para que más personas se diviertan. Siguiendo con la premisa y con las respuestas afirmativas, un 21% de la población manifestó que los memes son rápidos y se difunden orgánicamente a través de Internet, y que por ello serían de mucha utilidad tanto para los medios como para los internautas. Finalmente, queda la contraposición de ideas de quienes apuntaron que no se podría considerar los memes como una posibilidad de los medios, argumentando muy acertadamente que restarían cierta seriedad y credibilidad por parte de los medios. Estas posiciones tienen algo de realidad en ambos casos. Expertos y comunicólogos ya atisbaron a decir que los memes no son una solución a la inmediatez, puesto que deslegitiman el oficio del periodismo por completo. Sin embargo, las nuevas generaciones ven en ellos una forma de instantaneidad que,

hasta el momento, no ha podido ser reemplazada. Los medios de comunicación, según algunos académicos y comunicadores como Diego Apolo (2021) están de acuerdo con que esa realidad que vemos tan lejana es, en realidad, parte de nuestro presente. Algunos de los entrevistados compartieron la idea también de que varios medios ya están utilizando estos elementos para sus publicaciones, y que su alcance es considerable.

## Resultados fichas de observación no participantes

Código: CCS/KM/OE1


### FICHA 1: PARA OBSERVAR LAS PUBLICACIONES CON MAYOR INTERACCIÓN EN LAS DISTINTAS PÁGINAS DE FACEBOOK



En el gráfico que se presenta puede observarse qué memes tuvieron mayor relevancia durante el periodo de estudio, comprendido entre los meses de enero a mayo del año 2021. Los resultados evidencian la importancia del contexto (la dimensión pragmática del mensaje) para la interacción del contenido con los usuarios. De este modo, los memes con temáticas relacionados a la política son los más vistos, comentados y reaccionados por el público. Esta eventualidad que se presenta tiene mucho que ver con el periodo de elecciones presidenciales que Ecuador manifestó durante los meses de estudio. Por ello, las tipologías de memes que quedan en plano secundario corresponden justamente con la fusión cultural, mayoritariamente con Estados Unidos, donde se crea una comparación entre empresas o se combina el inglés con el español, y también los memes que tienen que ver con la historia ecuatoriana. Es importante considerar este aspecto del contexto, debido a que los resultados de las siguientes tablas se ven influenciadas por ello. La información de las tablas a detalle puede observarse en el Anexo No. 6.

## FICHA 2: PARA EL ANÁLISIS SEMIÓTICO Y RETÓRICO DE LOS MEMES

### FICHA 2.1-ECUADOREAN WAVE

<p><b>Meme en imagen o video</b></p>		
<p><b>Fecha y año de publicación</b></p>	<p>Fuente: Ecuadoreanwave 8 de abril de 2021</p>	
<p><b>Categoría</b></p>	<p>Meme en imagen/meme de humor</p>	
<p><b>Fecha de consulta</b></p>	<p>7 de julio de 2021</p>	

<b>Análisis breve del contenido visual</b>	<b>Dimensión Sintáctica</b>	<b>Dimensión Semántica</b>	<b>Dimensión Pragmática</b>
	<p>Se muestra al expresidente de la república de Ecuador, Rafael Correa, abrazando a un chico adolescente en la calle durante la noche. El joven tiene una expresión afligida y se cubre la cara.</p>	<p>El claro montaje visual de la imagen muestra a la izquierda a una persona joven, de expresión triste, sentado en la calle. A su lado izquierdo, Rafael Correa le abraza a modo de consuelo, vistiendo la camiseta de su partido político, Alianza país, con sus característicos colores que resaltan y dejan entrever una clara posición política.</p>	<p>El meme hace referencia a un video que se hizo viral en aquel entonces, de un chico colombiano que grababa cómo acudía a la casa de su novia para llevarle unos mariachis, pero la descubre teniendo relaciones sexuales con otro sujeto. Justo cuando los músicos estaban comenzando a tocar, se alcanza a ver – a través de las sombras reflejadas en las cortinas de una habitación en un segundo piso –, a su enamorada siéndole infiel. Esto destruye emocionalmente al sujeto que, traicionado, se sienta en la acera a llorar.</p> <p>Pese a que la naturaleza del video que viralizó la web era colombiano, se hace una referencia a Rafael y su supuesta empatía con el pueblo, los más necesitados, como un amigo que apoya y consuela a los débiles, a la gente que sufre.</p> <p>Más tarde se comprobó que el meme fue todo un montaje de la abuela del novio, que tiene miles de seguidores en las redes y que acostumbra a subir contenido de carácter humorístico. Posterior a esto, subió un video donde se veía el tras cámaras. El meme abrió un debate en Internet sobre quiénes eran más infieles: si los hombres o las mujeres.</p>
<b>Contenido escrito</b>	(Copy: Humildad, Mashi)		
<b>Análisis breve del contenido escrito</b>	<p>El meme es un claro ejemplo de que a veces una imagen dice más que mil palabras. Al haber nacido en un momento en el que todo el mundo hablaba del video del “soldado caído”, quizá los creadores vieron innecesario decir algo en la imagen. Sin embargo, en el copy puede observarse cómo tratan con cierto cariño al expresidente, refiriéndose a él como “Mashi”, y haciendo énfasis en su humildad. Así, este meme refleja el sentimiento de los adolescentes y el apoyo que encuentran en alguien que se preocupa por los necesitados hasta tal punto de brindarles apoyo en una ruptura amorosa, aunque poco o nada tenga que ver con su rol político.</p>		

FICHA 2.2-ECUADOREAN WAVE

**Meme en imagen o video**



Fuente: Ecuadoreanwave

**Fecha y año de publicación**

12 de abril de 2021

**Categoría**

Meme en video/meme de situación

**Fecha de consulta**

7 de julio de 2021

<b>Análisis breve del contenido visual</b>	<b>Dimensión Sintáctica</b>	<b>Dimensión Semántica</b>	<b>Dimensión Pragmática</b>
	Al presentarse un meme en formato video, se evidencian muchos elementos, que se conjugan con una música nostálgica, todo en concordancia con el partido político famosamente conocido en Ecuador como Alianza País.	El orden en que las imágenes son colocadas están bien pensadas, pues cada elemento constituye un orden de acuerdo a la canción, lo que acompaña directamente al significado y a la función enunciativa del mensaje que pretende comunicar	El contexto bajo el que esta publicación es emitido ronda lo político, pues se posteó en un momento próximo a las elecciones políticas de Ecuador, país en el que claramente hay bandos muy diferenciados entre la derecha y la izquierda. En este meme, se realiza una sátira a la época de gobierno de la revolución ciudadana (extrema izquierda) a manos de Rafael Correa. El video está acompañado de imágenes tristes al principio de un meme de un chico absorto en la nostalgia que roza lo depresivo, con el tono musical de <i>Little Dark Age</i> (pequeña edad oscura), canción muy popular también de la escena underground. Las imágenes irónicamente melancólicas de Correa empiezan con la letra, que se analiza posteriormente en la parte escrita del meme.
<b>Contenido escrito</b>	(Copy: *Gana Lasso* Tu pana el nostálgico de la revolución ciudadana: )		
<b>Análisis breve del contenido escrito</b>	El <i>copy</i> cobra vital importancia. Lasso, principal candidato del partido socialcristiano CREO, estaba próximo a ganar las elecciones presidenciales. De ahí, que se comparen polos tan opuestos de la política y sea inevitable para los jóvenes ecuatorianos que crecieron en un estado donde gobernó desde 2006 el mismo partido (alianza país) recordar la época del correísmo con una “falsa nostalgia”. Se determina entre comillas debido a que la intencionalidad del post se acerca más a querer hacer una burla del falso sentimiento que acompaña a esa época oscura, “ <i>Little Dark Age</i> ”, puesto que a pesar que formó parte de la infancia de muchos, en realidad existieron cosas tanto buenas como malas. El lenguaje empleado, “tu pana el nostálgico de la revolución ciudadana” vendría a ser un arquetipo de ciudadano joven que va en contra de los ideales de Lasso y adula ciegamente a su antítesis, Correa. Asimismo, la canción es sumamente importante de analizar: <p style="text-align: center;">Los policías juran por Dios,  El amor se filtra de las armas.  Sé que mis amigos y yo  Probablemente giraríamos y correríamos</p>		



Si te levantas de la cama,  
Ven a buscarnos rumbo al puente.  
Trae una piedra  
Toda la rabia  
Mi pequeña era oscura.

(traducido al español) Todo este mensaje recrea el sentimiento de aquellos usuarios que siguen anhelando aquella revolución ciudadana que probablemente les hacía recordar momentos mejores. Sin embargo, al hablar de una página de *shitposting*, es inevitable que no sea el humor negro el que maneje en el verdadero mensaje del meme. No se encuentran figuras más que en la metáfora de la canción.

### FICHA 2.2-ECUADOREAN WAVE

Meme en imagen o video




Fuente: Ecuadoreanwave

<b>Fecha y año de publicación</b>	12 de abril de 2021		
<b>Categoría</b>	Meme en imagen/meme de situación		
<b>Fecha de consulta</b>	7 de julio de 2021		
<b>Análisis breve del contenido visual</b>	<p><b>Dimensión Sintáctica</b></p> <p>Se muestra a una persona probablemente de la zona de la costa de Ecuador, vistiendo una camiseta del equipo de Barcelona.</p>	<p><b>Dimensión Semántica</b></p> <p>A la izquierda se aprecia el símbolo de la plata; a la derecha, el del plomo. La persona se ubica en el centro.</p>	<p><b>Dimensión Pragmática</b></p> <p>No se hace alusión directamente a los elementos químicos presentados, sino a lo que representan. Así, plata vendría a representar el dinero y el plomo a un disparo, haciendo sátira del sicariato y la violencia propia de la región costa, la cual comúnmente trata a los hinchas de Barcelona como delincuentes, por los crímenes que se comenten día a día. Todo ello forma parte de un pensamiento colectivo y social, y una clara referencia a la sociedad costeña. Junto a ello, se hace alusión también a Pablo Escobar, con su mítica frase “plata o plomo”. Así, tráfico de drogas y crímenes son lo que se manifiesta. Este meme no tiene un origen viral; se trata de una imagen perdible en la red, ya que es tan particular y de una comunidad tan pequeña que difícilmente será replicada y viralizada.</p>
<b>Contenido escrito</b>	<p>TRADDE OFFER I RECEIVE: / YOU RECEIVE (Copy: stonks)</p>		
<b>Análisis breve del contenido escrito</b>	<p>El texto, anunciado en inglés como “Oferta comercial”, refleja el humor negro con el que es manejada la situación. En cuanto a las figuras retóricas que se presentan, destaca la anáfora, la cual se caracteriza por la repetición de una misma estructura gramatical al inicio de cada oración. Se hace un juego de palabras a través de un pronombre personal (YO/TÚ) seguido del verbo recibir. La significación de cada oración cambia con el último elemento: un sustantivo, en este caso, elementos químicos con interpretación muy evidente (plomo y plata):</p> <p>Pronombre personal (YO)+ verbo (RECIBO)+Complemento (PLATA) Pronombre personal (TÚ)+ verbo (RECIBES)+Complemento (PLOMO)</p>		

	<p>En cuanto al copy, cabe destacar que solitariamente también se trata de un meme, cuyo uso aplica cuando se quiere hacer una burla de un negocio supuestamente factible, pero que en realidad no lo es.</p>
--	---

El meme nació para reírse del mercado estadounidense y criticar al mercado de valores. De este modo, el meme se utiliza usualmente para representar asuntos comerciales difíciles de digerir. En este caso, su presencia es muy oportuna, ya que la delincuencia y el sicariato es obviamente un negocio de factibilidad muy cuestionable. El humor, inteligente y bilingüe – que es tan complejo que incrusta un meme dentro de otro- hace toda una reflexión con motivo de criticar a las personas que deciden matar por dinero en la región costa del país.

FICHA 2.4-ECUADOREAN WAVE

<p><b>Meme en imagen o video</b></p>	 <p>Fuente: Ecuadoreanwave</p>		
<p><b>Fecha y año de publicación</b></p>	<p>12 de abril de 2021</p>		
<p><b>Categoría</b></p>	<p>Meme en imagen/meme social</p>		
<p><b>Fecha de consulta</b></p>	<p>7 de julio de 2021</p>		
<p><b>Análisis breve del contenido visual</b></p>	<p><b>Dimensión Sintáctica</b></p> <p>Se visualiza un chico joven con aspecto extranjero sentado en un cuarto desordenado y sosteniendo en su mano una leche de cartón pequeña con</p>	<p><b>Dimensión Semántica</b></p> <p>A la izquierda superior puede apreciarse que está una persona a la que solo se le ven los pies. El cuarto tiene un desorden notorio, una</p>	<p><b>Dimensión Pragmática</b></p> <p>El meme hace alusión al famoso vocalista de Nirvana, Kurt Cobain, cuyo rostro es famoso en la cultura popular y entre la juventud que sigue esta página debido a la conexión de gustos musicales. La leche, que podría afirmarse que es el elemento clave en la imagen, se trata de una leche reconocida a primera vista por todos los jóvenes ecuatorianos, pues se trata de la colación que el Gobierno ofrece a los estudiantes</p>

	expresión inocente y feliz.	guitarra, libros, ubicándonos así en un ambiente rockero y de juventud. El chico se muestra a la derecha, con la leche en el foco de atención, respetando la ley de tercios.	ecuatorianos. Así, se hace una conexión de la subcultura oscura y rockera de los años 90 (kurt se suicidó), que justamente conecta con los jóvenes que crecieron en esa época.
<b>Contenido escrito</b>	(Copy: Kurt Humilde)		
<b>Análisis breve del contenido escrito</b>	El meme que se presenta no contiene texto, lo cual es otro reflejo más de que a veces la imagen comunica muchas cosas por sí misma. En cuanto al <i>copy</i> “Kurt humilde”, son dos palabras que reflejan la esencia del mensaje que se transmite: cómo una persona tan oscura, deprimida y con todas las características del <i>grunge</i> puede identificarse perfectamente con cualquier persona ecuatoriana nacida en los años 90, que tomaba leche del gobierno y disfrutaba las tardes con amigos. Esa “humildad” es el concepto que se transmite y genera, en este caso, sentido de pertenencia con los usuarios.		

FICHA 2.5-ECUADOREAN WAVE

<p><b>Meme en imagen o video</b></p>	<p> was invented in 2006</p> <p>Ecuador in 2005:</p>  <p>Fuente: Ecuadoreanwave</p>		
<p><b>Fecha y año de publicación</b></p>	<p>14 abril 2021</p>		
<p><b>Categoría</b></p>	<p>Meme en imagen/meme social</p>		
<p><b>Fecha de consulta</b></p>	<p>7 de julio de 2021</p>		
<p><b>Análisis breve del contenido visual</b></p>	<p><b>Dimensión Sintáctica</b></p> <p>Se aprecia una ciudad con una arquitectura futurista y una persona paseando un perro con tranquilidad</p>	<p><b>Dimensión Semántica</b></p> <p>A la izquierda se visualiza una zona verde en una ciudad repleta de grandes edificaciones modernas que evocan un lugar desarrollado con</p>	<p><b>Dimensión Pragmática</b></p> <p>La imagen trata de mostrar una realidad alternativa para el pueblo ecuatoriano, una supuesta realidad que se hubiese podido presenciar si el partido político Alianza País, el cual se menciona explícitamente, no hubiese ascendido al poder por 14 años. El meme hace así una crítica a la política (o politiquero) que existe en Ecuador desde que el partido liderado en un principio por Rafael Correa cambió el panorama nacional .</p>

		una economía sostenible. Arriba de la imagen se muestra el logo del partido político de izquierdas, Alianza País	
<b>Contenido escrito</b>	(Copy: r o b o l u c i ó n . j p g)		
<b>Análisis breve del contenido escrito</b>	Una vez más, el texto se presenta en inglés, alegando en la primera oración “Alianza País se creó en 2006”, y seguidamente “Ecuador en 2005:”, dando a entender que previo a la existencia del partido izquierdista todo estaba bien. El meme, una vez entendida la parte escrita y la visual, enfoca su gracia en “lo que hubiera podido ser”; sin embargo, cualquier ecuatoriano conoce también que, antes del mandato correísta, Ecuador tampoco gozaba de estabilidad alguna, y mucho menos verse como en la imagen. La parte humorística recae así en una burla al pasado, presente y futuro de un país que al parecer nunca se verá desarrollado. Esta capacidad, sobre todo en la sociedad latinoamericana, de burlarse de sus propias desgracias conforman parte del sentido cultural de los individuos y genera humor y sentido de pertenencia en los jóvenes.		

FICHA 2.6-ECUADOREAN WAVE

**Meme en imagen o video**



Fuente: Ecuadoreanwave

**Fecha y año de publicación**

19 abril 2021


**Categoría**

Meme en imagen/meme social


**Fecha de consulta**

7 julio de 2021





<p><b>Análisis breve del contenido visual</b></p>	<p><b>Dimensión Sintáctica</b> Se visualizan tres cartas de un juego</p>	<p><b>Dimensión Semántica</b> La posición en la que son colocados los elementos es de suma relevancia en este caso, ya que puede observarse una persona en la parte superior a la que le faltan las piernas y, debajo, dos cartas que representan las piernas que le faltan.</p>	<p><b>Dimensión Pragmática</b> Las cartas hacen alusión directa a un juego japonés (Yu-Gi-Oh) en la que hay que completar el cuerpo completo para conseguir fortaleza. El humor de este meme reside en que la persona representada en la parte superior se trata del expresidente de la república del Ecuador, Lenin Moreno, quien sufre de una discapacidad. Así, las cartas inferiores cobran sentido porque “solucionan” su incapacidad de moverse. Aunado a ello, cabe destacar que hay cierto tono que relaciona su incapacidad con la incapacidad de gobernar. De ahí que en el <i>copy</i> reflejen que el problema está resuelto, pues, “al completarse las piernas, se completa su capacidad como ser humano”.</p>
<p><b>Contenido escrito</b></p>	<p>(Copy: p r o b l e m s o l v e d )</p>		
<p><b>Análisis breve del contenido escrito</b></p>	<p>Una vez más, el texto de este meme corresponde solo al <i>copy</i>, que se presenta en inglés. La traducción menciona que significa “problema resuelto”. Alentando a pensar a los internautas que, si la vida se tratase de un juego, sería más fácil transformar al presidente y con ello al país. Sin embargo, hay algo de tristeza en este humor, pues la vida no es tan sencilla como en los memes.</p>		

FICHA 2.7-ECUADOREAN WAVE

<p><b>Meme en imagen o video</b></p>	 <p>Fuente: Ecuadoreanwave</p>		
<p><b>Fecha y año de publicación</b></p>	<p>19 abril de 2021</p>		
<p><b>Categoría</b></p>	<p>Meme en imagen/meme social</p>		
<p><b>Fecha de consulta</b></p>	<p>7 julio de 2021</p>		
<p><b>Análisis breve del contenido visual</b></p>	<p><b>Dimensión Sintáctica</b> Se visualiza una famosa marca de comida rápida</p>	<p><b>Dimensión Semántica</b> En este meme se toma en cuenta la ubicación de los elementos, pero, sobre todo, del elemento reemplazado, que es el creador original de la marca de comida rápida KFC por Álvaro</p>	<p><b>Dimensión Pragmática</b> En el meme, cuyo texto se reduce al nombre de la marca de comida rápida, tiene la función principal de hacer un símil. Se ve claramente reflejada la figura retórica aplicada a la imagen de símil (o comparación), donde justamente se coloca de forma explícita un símbolo que representa a otro totalmente similar, que incluso podría confundirse. El humor de este meme recae, entonces, en que hay que verlo con detenimiento para percatarse de que el hombre que aparece no es el real, sino una figura política y pública muy querida por la ciudadanía en general debido a su caridad con el pueblo pese a su</p>

		<p>Noboa, quien fue Alcalde de Guayaquil. La ubicación solo reemplaza al personaje, lo que, en el imaginario colectivo, hace que los usuarios relacionen inmediatamente a Álvaro con la marca.</p>	<p>posición social de clase alta. Se trata de un meme social que, sin ninguna palabra, logra reflejar cariño, ternura y risa hacia los usuarios.</p>
<b>Contenido escrito</b>	<p>Copy:  <b>C o r o n e l N o b o a</b> 🍗🍟          Autor: Montalvo Kevin</p>		
<b>Análisis breve del contenido escrito</b>	<p>En cuanto al copy, se presenta otra figura de símil, debido a que el fundador Original de KFC es conocido como Coronel Sanders, de ahí devienen otros apodos a la marca como Coronel Chicken. Así, se hace una clara referencia que compara al fundador de KFC (Coronel Sanders) con Coronel Noboa, quizá debido también a todas las empresas que este último tiene a lo largo de Ecuador y de todo el mundo.</p>		

FICHA 2.8-ECUADOREAN WAVE

<p>Meme en imagen o video</p>	<p><b>Paro en Colombia</b></p> 		<p><b>Paro en Ecuador</b></p> 	
<p>Fecha y año de publicación</p>	<p>4 mayo 2021</p>			
<p>Categoría</p>	<p>Meme en imagen/meme social</p>			
<p>Fecha de consulta</p>	<p>7 julio de 2021</p>			
<p>Análisis breve del contenido visual</p>	<p><b>Dimensión Sintáctica</b></p> <p>Se ve al mismo hombre con dos expresiones distintas junto son unos logos en su frente</p>	<p><b>Dimensión Semántica</b></p> <p>El orden en el que es colocada la imagen en concordancia con el texto hace que el mensaje sea claro y enlace ideas.</p>	<p><b>Dimensión Pragmática</b></p> <p>El meme de la cara del famoso personaje de Breaking bad Hank, interpretado por Dean Norris, a pesar de que naciera en 2014 durante una sesión de fotos enfocada a enfatizar en distintas expresiones faciales del actor, fue por esas fechas que cobró popularidad en facebook. La plantilla demuestra una clara antítesis, contraponiendo los sentimientos de felicidad y enfado. El meme era</p>	

			<p>utilizado para mostrar felicidad con cierta cosa y enojo con otra similar. Es decir, se realiza una clara comparación. Este meme en especial, surge durante las manifestaciones que sucedieron en Colombia. De ahí que haya tenido tantas reacciones por parte de los usuarios. Se comparte cómo reaccionaron los principales medios ante los altercados que sucedieron en Colombia y en Ecuador. Para poner en contexto la situación, cabe mencionar que unos meses antes ocurrió una serie de manifestaciones similares en Ecuador, debido al alza del precio de combustible. La forma en la que los medios reaccionaron con los manifestantes era negativa: los posicionaban como los villanos de una guerrilla, bandidos que solo buscaban alterar la tranquilidad ciudadana. Sin embargo, cuando se trató de Colombia, los medios defendían al pueblo. Así, el meme hace una crítica a la hipocresía de los medios y su actitud a escenarios iguales con distintos personajes.</p>
<b>Contenido escrito</b>	(Copy: 4 r e a l)		
<b>Análisis breve del contenido escrito</b>	<p>El copy, presentado en inglés, hace un juego con los fonemas de for y four (cuatro), aprovechando que suenan igual para sustituir la palabra por un número y la palabra “real”, dando a entender que la clara posición de los creadores es que están de acuerdo con lo que el meme manifiesta, y no lo dicen de forma irónica, principalmente porque el meme ya es irónico por sí mismo. Aunado a ello, analizando lo escrito dentro del meme, observamos la comparación: paro en Colombia (cara de felicidad) / paro en Ecuador (cara de disgusto exagerado). Por lo tanto, la figura retórica que se muestra corresponde al símil.</p>		

FICHA 2.9-ECUADOREAN WAVE

**Meme en imagen o video**

omg blonde billie eilish 🥰🥰🥰



Fuente: Ecuadoreanwave

**Fecha y año de publicación**

5 mayo 2021

**Categoría**


Meme en imagen/meme social

**Fecha de consulta**

7 julio de 2021

<p><b>Análisis breve del contenido visual</b></p>	<p><b>Dimensión Sintáctica</b></p> <p>Se ve cuatro imágenes diferentes, aparentemente de la misma persona, porque comparten características físicas similares</p>	<p><b>Dimensión Semántica</b></p> <p>El orden de colocación de las imágenes es importante, porque a primera vista sugiere que en todas las fotos aparece la misma persona. sin embargo, al ver una segunda vez, el usuario se percata de que la tercera imagen es una figura pública de Ecuador</p>	<p><b>Dimensión Pragmática</b></p> <p>Esta estructura de meme se viralizó durante el mes en el que se posteó, de ahí que sea el meme con más alcance de todos los analizados, a pesar de que no sea tan divertido. La subcultura ecuatoriana veía a diario memes con la estructura de imágenes de Billie Elish, en comparación con otras mujeres de cabello similar. En este caso, se presenta otra figura retórica correspondiente a la de símil, porque compara a esta famosa cantante estadounidense con la actual Alcaldesa de Guayaquil, Cinthya Viteri, quien cabe destacar que es una de las mujeres más sexis consideradas por la ciudadanía.</p>
<p><b>Contenido escrito</b></p>	<p>OMG blonde Billie Elish</p>		
<p><b>Análisis breve del contenido escrito</b></p>	<p>El contenido escrito reitera lo que muestra la imagen. Una vez más, combinan la cultura pop con frases en inglés. No se presentan figuras retóricas, pese a que podría considerarse una figura de repetición, porque tanto el copy como el meme contienen OMG (Oh my God / Oh Dios mío) como elemento que enfatiza la sorpresa.</p>		

FICHA 2.10-ECUADOREAN WAVE

<p>Meme en imagen o video</p>	 <p>Fuente: Ecuadorwave</p>		
<p>Fecha y año de publicación</p>	<p>8 abril de 2021</p>		
<p>Categoría</p>	<p>Meme en imagen/meme situación</p>		
<p>Fecha de consulta</p>	<p>7 julio de 2021</p>		
<p>Análisis breve del contenido visual</p>	<p><b>Dimensión Sintáctica</b> Se muestra un texto colorido sobre un fondo de montañas y tonos azules y verdes muy intensos</p>	<p><b>Dimensión Semántica</b> El orden de la colocación de los escudos de equipos de fútbol representa una clara competición. El orden de los</p>	<p><b>Dimensión Pragmática</b> el meme muestra una frase típica de la cultura popular ecuatoriana que hace referencia al fútbol y la rivalidad constante que hay entre los equipos de Barcelona y Emelec. “5-0 coqueta” surgió tras el épico e inolvidable partido que se suscitó, cuando Barcelona ganó por goleada a Emelec en 2016. Esa frase es comúnmente repetida (como un meme) hasta la actualidad entre</p>




		elementos retóricos también están ordenados de una forma específica para transmitir el mensaje	hinchas de ambos equipos.
<b>Contenido escrito</b>	(Copy: s i n k o a s e r o k o k e t a . j p g)		
<b>Análisis breve del contenido escrito</b>	El <i>copy</i> hace alusión a lo dicho por los barcelonistas al ganar por goleada a sus rivales. El término “coqueta” es empleado comúnmente en la cultura popular para referirse a los emelccistas, a los que se los juzga de delicados y coquetos, como mujeres, reafirmando de manera machista el sentimiento de masculinidad de los barcelonistas. Dejando de lado la cuestionable moralidad de ello, se evidencia el humor negro que manejan unas pocas palabras del meme: ¿cómo que mete gol gana mmv, si vamos 5-0? Teniendo en cuenta que un meme es la replicación de elementos (ya sea en frases o imágenes), podemos concluir que es una oración que de hecho ya es un meme en la subcultura ecuatoriana.		

FICHA 2.1- CRUDO ECUADOR

<p>Meme en imagen o video</p>	 <p>Fuente: Crudo Ecuador</p>		
<p>Fecha y año de publicación</p>	<p>11 enero de 2021</p>		
<p>Categoría</p>	<p>Meme en video/meme social</p>		
<p>Fecha de consulta</p>	<p>7 julio de 2021</p>		
<p>Análisis breve del contenido visual</p>	<p><b>Dimensión Sintáctica</b> Se muestra a un candidato presidencial</p>	<p><b>Dimensión Semántica</b> El orden de los elementos del video tiene significado gramatical</p>	<p><b>Dimensión Pragmática</b> Lo que el meme representa es un segmento del testimonio de la propuesta de Andrés Arauz, en el que, con motivo de fomentar el turismo, afirmaba que se debe poner en frente del proyecto a la gente joven del país. La polémica de estos comentarios se debe a la época del año en el que lo dijo, pues cabe mencionar</p>

			que el mundo se encontraba en plena pandemia por Covid-19, y pese a las altas cifras de fallecidos de todas las edades, él mencionó con seguridad que “y a la vez logramos fomentar con turismo interno, con jóvenes que aunque se contagien casi no les pasa nada -me refiero al coronavirus, ¿no?” . Así, el meme tuvo gran repercusión social debido a que era un tema de actualidad que representaba un mensaje ofensivo para la salud de las personas, especialmente hacia la gente joven, que es justamente el público objetivo tanto de las campañas como de las páginas de Facebook de estudio.
<b>Contenido escrito</b>	Que salgan los jóvenes a pasearse, si se contagian o luego regresan a contagiar a su familia no importa. Att: El Lelo		
<b>Análisis breve del contenido escrito</b>	La parte escrita de este <i>post</i> refleja un pensamiento colectivo de la sociedad ecuatoriana en pleno auge de contagios por coronavirus. Teniendo en cuenta que nos encontrábamos ante un Ecuador que trataba de lidiar con distintas problemáticas económicas, sanitarias y, sobre todo, políticas, el comentario emitido por uno de los candidatos fue tema de discusión en varias redes sociales. Emitir una afirmación de tal magnitud siendo una figura política, desató muchos comentarios negativos sobre el pésimo conocimiento del candidato sobre la situación y los verdaderos problemas a nivel nacional, además de una pésima empatía para con el pueblo, anteponiendo el turismo a la salud de las personas, restándole importancia a la situación. Tanto el <i>copy</i> como el texto interno del meme acompañan la idea que se posiciona totalmente en contra de lo dicho por Arauz, puesto que era una “solución” que no solo no soluciona nada, sino que da más problemas.		

FICHA 2.2- CRUDO ECUADOR

<p><b>Meme en imagen o video</b></p>	<p>Sé que estás ahí Borrego cojudo Te encontraré y te haré creer que Te voy a dar 1000 dólares para que me des tu voto</p>  <p>Fuente: Crudo Ecuador</p>
<p><b>Fecha y año de publicación</b></p>	<p>26 enero de 2021</p>
<p><b>Categoría</b></p>	<p>Meme en imagen/meme social</p>
<p><b>Fecha de consulta</b></p>	<p>7 julio de 2021</p>

<p><b>Análisis breve del contenido visual</b></p>	<p><b>Dimensión Sintáctica</b></p> <p>Se ve a un hombre de una caricatura observando una ciudad</p>	<p><b>Dimensión Semántica</b></p> <p>El orden de los íconos corresponde a un plano general y consta de un hombre posicionado en la parte izquierda, respetando la ley de tercios, pues se trata de una serie de televisión que cumple con la estética de los planos. El montaje, claramente evidente, muestra la cara de una persona real.</p>	<p><b>Dimensión Pragmática</b></p> <p>El meme remonta en la temporada de elecciones, donde Andrés Arauz prometió, como parte de su campaña política, regalar 1000 dólares a cada ciudadano. Esta situación es aplicada al meme de “Sé que estás ahí y te voy a encontrar” de los <i>Simpsons</i>. Se sustituye el personaje del policía que busca por la ciudad con Arauz, buscando así a los posibles electores que puedan votar por él gracias a su cebo.</p>
<p><b>Contenido escrito</b></p>	<p>Sé que estás ahí, borrego cojudo. Te encontraré y te haré creer que te voy a dar mil dólares para que me des tu voto</p>		
<p><b>Análisis breve del contenido escrito</b></p>	<p>La parte retórica conjuga muy bien con la parte gráfica del meme. Haciendo un análisis, podemos percatarnos de que se establece una metáfora visual desde el momento de la sustitución de los personajes. Ese cambio de significantes con significados nos proporciona otra manera de entender la plantilla del meme, cambiando por completo el original de los <i>Simpsons</i> con la realidad ecuatoriana que vivían las personas ecuatorianas en esa época de elecciones. Por otro lado, el lenguaje empleado es casual, compagina con el vocabulario común de los ciudadanos y es entendible para el público objetivo. Esto, junto con la agudeza de publicarlo en el momento preciso, hizo que la gente reaccionase mucho a la imagen en especial, y comentase sobre la veracidad de las promesas electorales. Todo ello, causa un sentido de pertenencia en los usuarios, quienes pasan a asentirse parte de un grupo.</p>		

FICHA 2.3- CRUDO ECUADOR

<p><b>Meme en imagen o video</b></p>	 <p>Fuente: Crudo Ecuador</p>		
<p><b>Fecha y año de publicación</b></p>	<p>4 febrero de 2021</p>		
<p><b>Categoría</b></p>	<p>Meme en imagen/meme social</p>		
<p><b>Fecha de consulta</b></p>	<p>7 julio de 2021</p>		
<p><b>Análisis breve del contenido visual</b></p>	<p><b>Dimensión Sintáctica</b></p> <p>Se observa 4 personas y una oculta, cuyo rostro se desconoce</p>	<p><b>Dimensión Semántica</b></p> <p>El orden en el que se coloca a cada persona es muy importante, porque se trata de una encuesta en la que cada reacción tiene</p>	<p><b>Dimensión Pragmática</b></p> <p>El meme, que data de la época electoral 2021, se trata de una encuesta para medir, en cierta manera, la opinión pública de la gente con respecto a las elecciones. Quizá sea por eso una de las imágenes con más reacciones de la página, pues se trata de una lucha de reacciones por ver quién tiene más apoyo. Se presentan los principales candidatos de diferentes partidos. Empezando por la</p>

		su respectivo <i>emoji</i> .	izquierda: Andrés Arauz, seguido por Xavier Hervas, Yaku Pérez, Guillermo Lasso, y por último voto nulo, que no hace referencia a nadie, sino a la inconformidad que representa el voto nulo. Este meme tiene un carácter más bien social, pues sirve como medio para ver y entender qué opina la gente y por qué motivo.
<b>Contenido escrito</b>	¿Por quién votaría?		
<b>Análisis breve del contenido escrito</b>	El texto que se presenta dentro de la imagen es una pregunta muy concreta, que acompaña a la parte gráfica pero que poco o nada tiene que ver con el humor. En esta página de memes, puede observarse que los administradores a menudo se alejan un poco del humor para cumplir un rol social en la red. Así, esta encuesta, de carácter serio, no presenta figuras retóricas.		

FICHA 2.4- CRUDO ECUADOR

Meme en imagen o video



Fuente: Crudo Ecuador

Fecha y año de publicación

4 febrero de 2021

Categoría

Meme en imagen/meme social

Fecha de consulta

7 julio de 2021



<p><b>Análisis breve del contenido visual</b></p>	<p><b>Dimensión Sintáctica</b></p> <p>Se ven cuatro personas con semejanzas faciales muy marcadas</p>	<p><b>Dimensión Semántica</b></p> <p>El orden en el que las personas son colocadas es de suma relevancia en este meme, puesto que, si algún elemento fuese cambiado de su posición, la imagen no se entendería en su totalidad. Los elementos están colocados de manera que se note una clara comparación física de las personas y personajes presentados. (uno arriba del otro)</p>	<p><b>Dimensión Pragmática</b></p> <p>Durante la época electoral, se tiene muy en cuenta la opinión de las personas, pues son los responsables del futuro del país. En este caso, se presenta una encuesta que fue lanzada durante la votación de la primera vuelta, en la que Yaku Pérez y Andrés Arauz parecían ser los preferidos (más tarde Yaku quedaría fuera de la segunda vuelta, debido a que Guillermo Lasso fue el segundo candidato más votado en el país). En la encuesta, se mostraba qué opinaba la gente en cuanto a los que pensaban que iban a ser los dos candidatos de la segunda vuelta. Se hizo una comparación entre ellos y unos personajes famosos de la película Shrek, comparando la similitud física de ambos candidatos con los personajes. Lo gracioso de ello, es que, en la película, ambos también son rivales.</p>
<p><b>Contenido escrito</b></p>	<p>encuestas Dreamworks</p>		
<p><b>Análisis breve del contenido escrito</b></p>	<p>El texto de la imagen reafirma lo evidente en la imagen: se hace una alusión directa a la película de Dreamworks. La figura que se presenta en la discursividad de este meme, recae fuertemente en la parte gráfica que compara la similitud física y rivalidad entre los personajes: unos luchando por el amor de una princesa, y otros por el amor de una nación para poder ganar las elecciones.</p>		

## FICHA 2.5- CRUDO ECUADOR

Meme en imagen o video



Fuente: Crudo Ecuador

Fecha y año de publicación

6 febrero de 2021

Categoría


Meme en imagen/meme social

Fecha de consulta

7 julio de 2021

<p><b>Análisis breve del contenido visual</b></p>	<p><b>Dimensión Sintáctica</b> Se observan unas estadísticas</p>	<p><b>Dimensión Semántica</b> El orden de los resultados de la encuesta se muestra de izquierda a derecha, poniendo en primer lugar al candidato con mayor votación</p>	<p><b>Dimensión Pragmática</b> Lo que muestra la imagen -cuyo factor humorístico no se presenta por ser un tema de carácter serio- son los resultados del meme anterior, que corresponde a ser una encuesta realizada con el fin de obtener un muestreo de la opinión pública. Este tipo de información que es difundida dista del principal cometido del resto de memes, pero es una imagen que representa un concepto similar debido a sus características semióticas. Es por ello que esta fue una de las imágenes con más interacción de la página objeto de estudio, pues, al ser difundidas en una fecha tan precisa, provocó, de manera indudable que los usuarios conectaran inmediatamente con el mensaje transmitido y lo que ello representa.</p>
<p><b>Contenido escrito</b></p>	<p>Aunque en esta página la mayoría son Lassitas y Correístas... Estos son los resultados de la encuesta que publiqué el 4 de febrero. Link de la encuesta: <a href="https://bit.ly/3oRcfhH">https://bit.ly/3oRcfhH</a></p>		
<p><b>Análisis breve del contenido escrito</b></p>	<p>El texto menciona “resultados de la encuesta crudo ecuador”, dando un mensaje directo y sintetizado de los resultados que obtuvieron. El candidato con mayores votos es Hervas, seguido de Lasso, Arauz, Yaku Pérez y el voto nulo. Esto sirve a los administradores de la página para interactuar con sus seguidores y tener un mayor alcance, pues toman temas de actualidad e importancia social para llegar a ellos.</p>		

FICHA 2.6- CRUDO ECUADOR

<p><b>Meme en imagen o video</b></p>	 <p>Fuente: Crudo Ecuador</p>		
<p><b>Fecha y año de publicación</b></p>	<p>9 febrero de 2021</p>		
<p><b>Categoría</b></p>	<p>Meme en imagen/meme social</p>		
<p><b>Fecha de consulta</b></p>	<p>7 julio de 2021</p>		
<p><b>Análisis breve del contenido visual</b></p>	<p><b>Dimensión Sintáctica</b></p> <p>Se muestra a dos personajes</p>	<p><b>Dimensión Semántica</b></p> <p>Uno de los hombres, de aspecto indígena, está posicionado en la parte izquierda del meme. A la derecha, se encuentra un hombre trajeado sonriendo</p>	<p><b>Dimensión Pragmática</b></p> <p>La dimensión semántica, en este caso, toma un papel importante por lo que representa: el hecho de colocar en la parte izquierda a Yaku, candidato de izquierda y a Guillermo Lasso, candidato de derecha hace que la imagen cobre fuerza. Se observa, así, una clara contraposición de ideas políticas y, con ello, una comparación visual que vendría a ser la figura retórica de símil.</p>

<b>Contenido escrito</b>	¿Quién está en realidad en capacidad de ganarle al correísmo?
<b>Análisis breve del contenido escrito</b>	En el meme se plantea la interrogante: ¿quién podrá ganarle al correísmo? El partido correísta corresponde al de Alianza País, un partido que ha cobrado mucha fuerza en todo el siglo XXI. Al ser encabezado por el economista Rafael Correa, lo que transmite es un mensaje con cierto tono de odio, pero en parte esperanza por la sed de cambio del pueblo ecuatoriano. Los partidos que se comparan son dos de los más fuertes para posicionarse en la presidencia. De ahí que se pregunten (y pregunten a la audiencia) a quién preferirían para lograr ese cambio. El hecho de que la página interactúe de ese modo con la audiencia, es beneficioso para crear una comunidad que se sienta cercana. Ese es uno de los motivos por los cuales la imagen tuvo tanto alcance durante el periodo de estudio

FICHA 2.7- CRUDO ECUADOR

Meme en imagen o video



Fuente: Crudo Ecuador

Fecha y año de publicación

11 marzo de 2021

Categoría


Meme en imagen/meme social

Fecha de consulta

7 julio de 2021

<p><b>Análisis breve del contenido visual</b></p>	<p><b>Dimensión Sintáctica</b></p> <p>Se muestra a un grupo de personas, tanto reales como en caricatura.</p>	<p><b>Dimensión Semántica</b></p> <p>El orden de las imágenes posiciona a una sobre la otra, resaltando sus claras semejanzas.</p>	<p><b>Dimensión Pragmática</b></p> <p>El contexto bajo el que es emitido este meme confronta las elecciones presidenciales del 2021. Podríamos afirmar que la página tiene un gran interés por los temas políticos, y que tienen una clara posición política que tratan de defender mediante el humor. La audiencia responde favorablemente ante estos mensajes, porque además de reflejar su realidad, lo conjugan con una serie que todo el mundo disfruta. Esos dos elementos provocan que la gente conecte con el meme, y sienta que es comprendida en una microsociedad que la misma página ha creado, en la que todos se entienden y comparten ideas sobre la realidad que están viviendo. En esta ocasión, los <i>Simpsons</i> predijeron, según el creador del meme, lo que sucedía con el gabinete presidencial y la clara comparación con la reunión de una mafia. Al fin y al cabo, lo que representan de manera indirecta, es la corrupción política.</p>
<p><b>Contenido escrito</b></p>	<p>Los Simpsons lo vuelven a hacer <a href="#">#ElGabineteDeArauz</a></p>		
<p><b>Análisis breve del contenido escrito</b></p>	<p>El texto del <i>copy</i> “los Simpsons lo vuelven a hacer” es una frase comúnmente escuchada en la web y entre los usuarios, debido a que su significado reside en el hecho de que la famosa serie de televisión parece haber previsto muchos sucesos históricos antes de que ocurriesen, como si los creadores de la serie tuvieran un sexto sentido para predecir el futuro a nivel mundial. Este efecto se reproduce en varias situaciones de la vida diaria de las personas, en este caso, se hace una comparación de un fotograma con el Gabinete de Arauz, correspondiendo así a la figura retórica del símil.</p>		


FICHA 2.8- CRUDO ECUADOR

<p><b>Meme en imagen o video</b></p>	 <p>Fuente: Crudo Ecuador</p>		
<p><b>Fecha y año de publicación</b></p>	<p>21 marzo de 2021</p>		
<p><b>Categoría</b></p>	<p>Meme en video/meme social</p>		
<p><b>Fecha de consulta</b></p>	<p>7 julio de 2021</p>		
<p><b>Análisis breve del contenido visual</b></p>	<p><b>Dimensión Sintáctica</b> Se evidencia un meme en formato video</p>	<p><b>Dimensión Semántica</b> El video está ordenado de tal manera que se presenta una conexión entre sus</p>	<p><b>Dimensión Pragmática</b> El meme en formato de video es una burla al discurso que emite Andrés Arauz, desmintiendo sus propuestas pobres con clips de sí mismo. Así, en la primera parte, donde el personaje político alardea de que es un candidato joven y preparado y lo desmienten a sí mismo</p>



		partes. Es decir, se presenta un ejemplo de cada frase emitida, todo en relación al panorama político de Andrés Arauz.	colocando convenientemente un clip de una entrevista donde le preguntan el cuál es el primer párrafo del Himno Nacional del Ecuador, y el responde que eso no se lo sabe pero que nunca ha copiado. Seguidamente, se vuelve al clip de video en el que él menciona que “presenta ideas innovadoras”, seguido de su idea de juntar 35 celulares viejos para poder sacar oro y minerales. Posteriormente, afirma que da opciones para encontrar trabajo – insertando una parte de un debate en el que dijo que los jóvenes tienen que fomentar el turismo porque a ellos casi no les afecta el covid-19- y finalmente concluye con que sabe que está en juego el futuro del país -y se inserta una parte en la que menciona que la dolarización de Ecuador fue un error, como si mantener el sucre hubiese sido la mejor opción para la economía del país-
<b>Contenido escrito</b>	Bueno, lo importante es que por lo menos nos hará reír 😄		
<b>Análisis breve del contenido escrito</b>	<p>Todo el discurso emitido está expuesto casi en un formato de pregunta-respuesta, en la que el candidato se responde y desmiente a sí mismo. el humor de su discurso reside en las contradicciones tan reiteradas y evidentes que mantiene Arauz, haciéndolo ver como una persona que difícilmente podría sacar adelante a una nación, cuestionando así los votos y la opinión pública que le gente tiene sobre él.</p> <p>El <i>copy</i>, además, reafirma la posición de la página para creer que el meme aquí es su figura, puesto que se ríen de una desgracia propia y aceptan la realidad de una forma en la que el humor destaca por encima de todo “lo importante es que por lo menos nos hará reír”. En una época en la que todas las noticias parecieran ser terribles, hacer mofas y memes de lo que sucede a nivel nacional es una señal de calma para los usuarios. Este texto no presenta figuras retóricas.</p>		

FICHA 2.9- CRUDO ECUADOR

<p><b>Meme en imagen o video</b></p>	 <p>Fuente: Crudo Ecuador</p>		
<p><b>Fecha y año de publicación</b></p>	<p>25 marzo de 2021</p>		
<p><b>Categoría</b></p>	<p>Meme en video/meme social</p>		
<p><b>Fecha de consulta</b></p>	<p>7 julio de 2021</p>		
<p><b>Análisis breve del contenido visual</b></p>	<p><b>Dimensión Sintáctica</b></p> <p>Se observa un meme en formato video</p>	<p><b>Dimensión Semántica</b></p> <p>Las imágenes presentadas son un compendio de información en la que se destaca la reiteración de una frase en específico</p>	<p><b>Dimensión Pragmática</b></p> <p>El meme es un video que hace una burla de la frase que se hizo viral tanto en Facebook como en Twitter “Andrés, no mientas otra vez”. Juntando imágenes que lo ridiculizan con clips de sus entrevistas y propuestas, que carecen de fundamentos. El meme, es una sátira del panorama político de izquierdas, que se vio en decadencia en el año 2021. El impacto y repercusión de la imagen, cabe recalcar, es producto de que fue emitido tras el debate presidencial, cuya estrategia -propuesta</p>

			<p>por el mismo creador de la página de Crudo Ecuador fue que Guillermo Lasso repitiera varias veces la famosa frase, haciendo ver que su oponencia era alguien que miente constantemente. La repetición masiva en la red de esta frase, la convierte por sí misma en un meme. Se trata de una figura de repetición.</p>
<b>Contenido escrito</b>	Jajajaja #AndresNoMientrasOtraVez		
<b>Análisis breve del contenido escrito</b>	<p>La frase, repetida varias veces tanto en el video como en el meme y en el <i>copy</i>, es un claro ejemplo de figura de repetición, porque se reitera constantemente en una misma idea. La importancia que esto tuvo a nivel nacional fue tanta, que probablemente fue un motivo de gran peso para que las elecciones tuvieran el fin que conocemos. En esta frase se refleja la cultura ecuatoriana, y se repite, una vez más, el comportamiento tan latino de reírse de la realidad insatisfactoria que se vive día a día.</p>		

FICHA 2.10- CRUDO ECUADOR

Meme en imagen o video



Fuente: Crudo Ecuador

Fecha y año de

11 abril de 2021

<b>publicación</b>			
<b>Categoría</b>	Meme en video/meme social		
<b>Fecha de consulta</b>	7 julio de 2021		
<b>Análisis breve del contenido visual</b>	<p><b>Dimensión Sintáctica</b></p> <p>Se muestra un texto y una foto de dos personas</p>	<p><b>Dimensión Semántica</b></p> <p>El orden de los componentes de la imagen posiciona al texto por encima de la imagen.</p>	<p><b>Dimensión Pragmática</b></p> <p>El contexto bajo el que es posteada esta imagen es tras el momento en el que Guillermo Lasso, candidato a quien el administrador de Crudo Ecuador, Gabriel González llevó la campaña política por redes sociales, ganó las elecciones presidenciales. Este evento hizo que el administrador recordase la disputa que había tenido con el expresidente de la República, Rafael Correa, quien quiso perseguirlos a él y a su familia. años más tarde de que a Gabriel le tocara agachar la cabeza frente a Correa, y admitir su victoria, pudo alardear de una victoria conjunta que derrotó al correísmo, diciendo alto y claro “#YoGané”. Este meme fue de gran impacto para su audiencia, pues todos estaban al tanto de lo ocurrido entre Gabriel y Rafael. Es una figura que corresponde al símil.</p>
<b>Contenido escrito</b>	Primera derrota de Correa en 14 años. 😊		
<b>Análisis breve del contenido escrito</b>	<p>El texto insertado dentro del meme corresponde a una figura de repetición y símil al mismo tiempo. Es decir, una anáfora y una comparación, debido a la repetición de estructura gramatical:</p> <p style="text-align: center;">Usted Ganó Yo gané</p> <p>Así, se hace una repetición de un pronombre sumado a un verbo (ganar): PP+VERBO</p>		

## Resultados Entrevistas

**Código: CCS/KM/OE4**

**CÓDIGO DE COLOR (RESPUESTAS DE LOS ENTREVISTADOS):**

**ROSA:** Pablo Escandón, Docente e investigador de la Universidad Andina

**AZUL:** Diego Apolo, Docente e investigador de la UNAE

**AMARILLO:** Cristian Santillán, creador de contenido en Facebook

**ROJO:** Francisco Hidrobo, Fundador de *Ecuadorean Wave*

**VERDE:** Max Moreno, prosumidor de memes

**LILA:** Eduardo Henríquez, Docente y antropólogo de la UNL

RETÓRICA MÁS ALLÁ DEL HUMOR: MEMES COMO NUEVOS TRANSMISORES DE INFORMACIÓN EN FACEBOOK					
OBJETIVO	PREGUNTAS	RESPUESTA CODIFICADA	TEMÁTICAS		
Determinar en qué medida los memes de Facebook sirven como medio de información para los usuarios.	¿considera usted que esta cuestión del meme podría suponer una fuente de información que incluso pueda ser más efectiva que los medios tradicionales de información?	Es mucho más efectiva porque los memes. La lógica del meme, su gramática la están utilizando los medios de comunicación. Al ser completamente más gráfico y ponerlo en redes esta frase y ponen de fondo la fotografía. Es la misma lógica del meme. Entonces lo estamos haciendo, estamos. Memetizando la información.	Redes Sociales  1. Facebook 2. Origen del consumo de memes 3. Hiperconectividad 4. Inmediatez 5. Meme como forma de vida  6. Twitter:el inicio del inicio	Memes  1. Transmisión de mensajes 2. Transmisión de acontecimientos actuales 3. Difusión de noticias 4. Crítica Social 5. Actualidad como punto de anclaje 6. Sentido de pertenencia en los usuarios 7. Subculturas cibernéticas	Democratización de la información  1. Generación Z 2. Virtualización de contenidos 3. Adaptación de los medios tradicionales de comunicación 4. Deslegitimación del ejercicio periodístico
	¿cómo definiría el fenómeno de memes en Internet?	Puedo comentarte que no es nuevo, viene ya dándose desde hace muchos años, inclusive muchas décadas antes de que por la proliferación del Internet se masifica. Si bien es cierto, la hiperconectividad ha hecho que las cosas e inmediatez ha hecho que las cosas tiendan a difundirse de una manera mucho más rápida. Y sobre todo, no, no da el chance o non nos permite tener tiempo de procesar la			

		<p>información, sino tener un enfoque principalmente desde el entretenimiento.</p> <p>Entonces, el fenómeno de memes en Internet está bastante ligado hacia un enfoque de entretenimiento ocio. Pero cabe destacar que esto también está trascendiendo diferentes espacios desde hacia otras áreas. Por ejemplo, se ha usado y han existido campañas en otros lugares que usan el meme con un medio de Educomunicación.</p>			
	<p><b>¿Cómo y cuándo empezó para ti el consumo de memes?</b></p>	<p>Todo empezó desde que creé Facebook, desde el año 2012, empecé a seguir páginas de lo que más me gustaba en ese tiempo: Los Simpsons, Futurama, WWE, Nemo, entonces ahí como que ya subían memes aplicando ese estilo, pero no tan avanzados como los que vemos actualmente. Eran los típicos de las caritas, no sé si recuerdas, de las caritas medias raras del LOL, WTF, esas caras a blanco y negro que eran famosísimas en ese tiempo. También de los <i>youtubers</i> que en ese tiempo estaban creciendo como Soy Germán, eso era prácticamente a diario que veía memes y como que me empezó a gustar ese contenido, el mensaje de un meme que es prácticamente darte gracia</p>			
	<p><b>¿Cómo este consumo derivó a que tú</b></p>	<p>Verás, yo pienso que, aplicando a la situación actual, es lo que te pasa día a día. Por ejemplo, Tú no puedes crear un</p>			

<p><b>empezaras a crear contenido humorístico?</b></p>	<p>meme si no lo viviste antes, o no te puedes sentir identificado de un meme si es que tú no lo sentiste antes. Para que te dé ese gusto por el meme o por hacer memes es prácticamente aceptar que la vida es graciosa, reírte de ti mismo, eso es indispensable.</p>			
<p><b>¿te has enterado alguna vez de alguna noticia por medio exclusivamente de un meme?</b></p>	<p>Sí. Hay casos en los que uno primero ve el meme y luego piensa que quiere saber más. Entonteces vas a la fuente. Por ejemplo, cuando sucede cualquier catástrofe, como temblores, que en Ecuador es muy común. Entonces ves el meme y luego vas a la fuente oficial. De lo que me he dado cuenta es que actualmente hay muchos medios que sacan sus noticias y ponen un meme acerca de la noticia. Eso es un avance clave, porque ya no hay necesidad de ir a otras fuentes, sino que en la misma página te informas y te ríes un poco.</p>			
<p><b>¿crees que a raíz de esto se pudiera entender al meme como transmisores de información noticioso?</b></p>	<p>Yo pienso que los memes no pueden suplantar a los medios tradicionales de información, pero en este mundo virtualizado, puede que los memes puedan funcionar para hacer replantearse las cosas a la generación Z. Pienso que esta nueva generación que viene, generación de los memes, creo que va a estar más orientada a ver un meme que a ver una noticia, por eso los medios tradicionales se van a adaptar a estas nuevas formas para hacer noticias.</p>			



	<p><b>¿Antes de ser parte del equipo de Ecuadorean wave tuviste alguna experiencia creando otro tipo de memes?</b></p>	<p>Yo creo que mi experiencia, digamos, creando otro tipo de memes, no fue precisamente en Facebook ni con Ecuadorean wave, sino alrededor, te puedo decir del 2011, 12 cuando Twitter estaba, digamos, en su punto más álgido, donde las noticias pululaban de forma muy masiva, si es que se puede decir así. Podría decirse que toda la información contenida en general de la ola tuitera, era como un nicho, la mayoría de cosas salieron de ahí. Lo que yo veía en ese tiempo, pues yo tenía una cuenta. Y entiendo que la movida era muy fuerte, con bastantes seguidores se hacían, digamos, los memes entre comillas eran en 140 caracteres. Y luego veía que páginas como que en ese tiempo que sí eran creadores de contenido en Facebook como Crudo Ecuador, O como páginas como el guayaco. Tomaban como base estos textos que nosotros hacíamos y luego los lo pasaban a imágenes.</p>			
	<p><b>¿consideras que los memes son los principales transmisores de información hoy en día?</b></p>	<p>trasmisores como medio de difusión. Si. Si es que por ahí digamos. Te entiendo yo. Yo creo que un meme ha logrado de cierta manera unificar muchas cosas no la cuestión este de noticias aspectos, también de las ciencias, incluso en psicología, ¿no? La gente de ahora está usando los memes para cualquier cosa, no para tanto,</p>			

		<p>digamos, para hacer reír, para... Para reírnos de un toque sarcástico, de un tono mordaz, como también para crear conciencias, la difusión y la transmisión, creo que creo que es un sinónimo de memes como uno publica o sucede un hecho histórico. Bueno, digo no, no histórico. Sucede algo, digamos en el mundo que. Como éste canciller, si no me equivoco del Estados Unidos, que he estado como que cruzado de manos y ya eso ya se se volvió viral. Se hicieron memes incluso ya se lo utilizó para muchísimas cosas. Sobre todo, para difundir información o mala información, tenemos información errada. Quiero decir, pero de que se transmite y muchísimo. Pues sí, eso es. Creo que un sinónimo del meme</p>			
	<p><b>¿cómo definiría usted, desde un punto de vista sociológico, este fenómeno del meme en Internet?</b></p>	<p>Yo pienso que él meme hace parte de estas herramientas de comunicación y el meme llegó en un momento- bueno ha existido siempre pero no- pero no lo conocíamos como meme sino como una caricatura que había personas especializadas para compartirlas y estaban en unos espacios específicos, que era la prensa escrita. Pienso que eso era un tipo de características. Vienen siendo como los tataranietos de los memes que conocemos hoy día. ¿Por qué? porque tenían una imagen que transmiten un mensaje y además tenía un mensaje escrito textualmente, entonces hoy día el meme evolucionó</p>			

		<p>simplemente porque hay la herramienta instantánea. Ya no está en prensa escrita y ya no solamente unos pocos privilegiados que compraban la prensa podían verlos, sino que ya democratizó por las redes sociales y cualquiera puede hacer un meme tomando la tendencia lo que esté de tendencia la imagen que esté de tendencia colocarle cuatro palabras y darle el color o el tono cultural político social económico que quieran darle. Entonces sociológicamente el meme, para mí simplemente cambió de forma más no de contenido. el contenido siempre ha existido ¿no? es esa capacidad que ha tenido que tiene el ser humano de transmitir mensajes que muevan y que muevan los sentimientos de los otros seres humanos. Los memes todos los memes tienen fecha de caducidad, algunos perduran por un mes, otros no duran ni dos horas y los que se vuelven tendencias son aquellos que se conectan directamente con una población que pueden entenderlo ampliamente</p>			
	<p><b>¿considera que el meme pudiera evolucionar o sea pudiera convertirse en un género periodístico</b></p>	<p>Lo que pasa es que un meme es de uso masivo y cuando es una herramienta de uso masivo y popular deslegítima el mismo oficio, ya no se puede convertir en una para mí yo doy una opinión muy personal no se puede convertir en una herramienta periodística mientras que el periodismo el periodismo tenga sus</p>			

	<p><b>como tal?</b></p>	<p>propias reglas y sus propias formas. Para que el periodismo sea periodismo se establece bajo unos parámetros sí y esos parámetros están ya como consagrados y en esos parámetros puede caber todo, pero no todo trasciende. Un periodista puede utilizar el meme para comunicarse. Hoy día el meme es masivo porque la mayoría de las personas que construyen los memes son personas del común e individuos de la sociedad 1 2 o son colectivos sociales para denunciar un tipo de problemática social 3 o para manifestar una forma de comunicación de manifestación inmediata en un contexto dado Hay información con mayor relevancia que me interesa y que la consumo y es esto de la hiperinformación que hay en las redes y el estar conectado todo el tiempo que por esa sed y esa necesidad de consumir información porque lo que hacemos es consumir información y poco procesarla porque no nos da tiempo de procesarla. Simplemente la consumimos y en eso no tenemos de una información poco procesamos simplemente nos reímos y la compartimos en menos de un minuto uno comparte el meme porque uno le da un incomodidad tenerlo en su whatsapp o en el facebook y no compartirlo no hacerlo masivo entonces ahí el problema de si es o no es periodístico para mí no para mí sigue</p>			
--	-------------------------	--	--	--	--

		siendo una herramienta que va a tener un bar tener una fecha de caducidad como han tenido varias herramientas de comunicación			
	<b>¿consideras que es imprescindible estar al tanto de los eventos noticiosos de Ecuador para poder llegar de forma más eficiente a los seguidores?</b>	Sí, la verdad es que totalmente de acuerdo, así como que desde que ya bueno, en un principio no estaba tan consciente como que hacía meme sobre historia contigo digo cosas que me enseñaron en el cole así, pero O sea, poco a poco fui sintiendo la necesidad de que tengo que realmente estar actualizado, de que pasa, porque sobre todo en la materia de primera mano, digamos del mundo, cosa que pasa, algún político se va preso, algo es como que es el que el primero que hizo el meme y es como que ya lo logró.			
Analizar el contenido semiótico y retórico de los memes y su función en la transmisión de un mensaje.	<b>¿en qué consiste la memética?</b>	Fundamentalmente, este es una aplicación híbrida que conjuga el tema de e incluir una imagen, ponerle un texto, pero siempre con una lógica narrativa que tiene relación con E, con el chiste, con el humor, con el sarcasmo, con la ironía. Es una. Es un género. Se puede decir, es un género digital o un género de la narrativa digital. El más breve, así como el chiste o el aforismo. El chiste, más bien dicho, sería el género más breve del humor en él. En lo verbal, en lo. En lo contado. El meme sería este género más breve dentro de la	Semiótica  1. Imágenes 2. Comunicación gráfica 3. Narrativa digital 4. Memes como viñetas vectoriales	Retórica  1. Inicios de la comunicación 2. Inicios de la escritura 3. Figuras 4. Memes y su discursividad	Importancia de la conjugación de ambos aspectos para una comprensión completa del mensaje  Muy importante incluir el aspecto contextualizador, la cultura

		narrativa, de lo humorístico, en lo digital.			
	¿qué consideradas indispensable para que un meme se difunda? (semiótica o retórica)	Eso es un tanto complicado. Creo que dependen una de otra. Hay casos en los que tú subes una imagen épica, brutal, pero si no pones una descripción propicia para esa reacción, no va a tener el alcance que tú quieres que tenga. En cambio, si tú pones una imagen bien hecha, ya sea editada o puesta con letras bonitas, grandes, bien diseñada, con una breve descripción, va a tener un gran alcance. Inclusive esto se puede ver en los videos. Yo he visto que va dependiendo A veces yo veo un video y digo “qué video para más turro”, pero sin embargo se ha compartido más de mil veces. Entonces yo creo que eso es un poco subjetivo, de lo que a la gente le guste o no. Gustos de cada quien. En tiktok, por ejemplo, cualquier cosa se hace viral			
	¿consideras que a raíz de todo esto la parte escrita del meme fue lo que primero circuló en redes, antes incluso de que fusionarlo con toda esta parte	Sí, por supuesto. Es que antes había estos memes clásicos que eran como pequeñas viñetas vectoriales que la gente usaba. Luego ya se empezó a usar imágenes reales o imágenes de hechos que bueno, ya le dieron otra forma de comunicar al meme y otra forma de ser. Pero yo creo que digamos una parte fundamental fue digamos la difusión por twitter que siempre tuvo mucha fuerza y por supuesto Facebook, que			

<p><b>gráfica que ayuda a entrar en contexto?</b></p>	<p>Facebook en ese entonces pues bueno, ya venía marcando cierto hito, cierto reconocimiento, hasta que luego ya eh, los memes propiamente dichos gráficos se pasaron a Facebook como tal. Y bueno, ya creo que sería la casa del meme ahora</p>			
<p><b>¿Cuál consideras que ha sido la clave para que un meme sea divertido y que también con eso consiga llegar? ¿Crees que es más importante la parte gráfica o la parte escrita? ¿O van de la mano?</b></p>	<p>Yo creo que, en algunos casos, bueno, en la mayoría yo creo que van de la mano, es algo que sucede a la par. En otros que pueden ser algunos memes que son de guiño, un poco más culteranos, otros que son, muy, muy gráficos. Podría decirse como el shitpost. Yo creo que son casos aislados o casos especiales, pero en general yo creo que van muy de la mano. Te pongo un ejemplo, Ahorita muy gráfico, por ejemplo, un país futurístico, si es que a Roldós no hubiera, no lo hubieran asesinado, ¿no? Entonces sólo con ponerte la imagen y ponerte el texto, conjuga, muy bien lo que quiero decir. El hecho de la imagen y del texto. Yo creo que con esto te digo todo.</p>			
<p><b>¿eres consciente de la complejidad retórica y semiótica que hay tras el contenido humorístico en</b></p>	<p>sí, en un principio como que, si como tú dices, le atiné realmente, porque nunca había estudiado nada de esto ni nada por el estilo de comunicación, nada, entonces fue netamente como experimental. Igual en el camino fui aprendiendo un montón de cosas, como que de lo que era la página</p>			

	<b>Internet o simplemente como que no estudiaste eso y sólo como que le atinaste?</b>	cuando le abría lo que es ahora y lo que se ha sido fue la experimentación, cambios, cosas, pero ahora yo creo que soy consciente del impacto y de la importancia que tiene un meme que quizá uno diría que no es solo un meme o algo gracioso, ahora más que nunca si puedo sentir el peso que tiene como que culturalmente. Yo comencé a notar que todos estaban con Mexicanismos, con “wey”, con esto, con el otro y es tan denso ver cómo cuando empezamos éramos tres Páginas y ahora tú ves en Facebook como mil páginas de shit post ecuatoriano y todos son como que. O sea, fue algo mucho más grande de lo que quizá me imaginé.			
Encaminar una metodología que contribuya a mejorar y entender los memes culturales que se difunden en el Ecuador.	<b>¿cuál cree que sería un procedimiento metodológico idóneo para estudiar la retórica de meme?, es decir, la parte escrita y la parte gráfica</b>	La parte meramente estilística de lo que sería el trabajo con el lenguaje escrito. Ahí lo que lo que funciona es también buscar los elementos de quién es el enunciador, cómo funciona, hacia quién está orientado, cuál es del contexto. Porque no hay que olvidar que el texto funciona dentro del contexto gráfico. Sin el contexto gráfico no se puede comprender el texto en sí, o sea, pierde completamente su efecto. Entonces el meme es un híbrido, es un multimedio. Por eso es que es el género más pequeño, más corto, porque tenemos gráfica y tenemos texto el uno sin el otro pierden esa esa comprensión.	Analizar el mensaje escrito: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Emisor, receptor, código, canal, contexto gráfico y cultural</li> <li>2. Memes como híbridos de información multimedia</li> <li>3. Construcción estructural</li> </ol> Gramática Sintáctica Paradigmática	La imagen: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Resolución</li> <li>2. Figuras intrínsecas (anáfora, metáfora, símil) que hace que la gente se identifique y replique la información</li> </ol>	El contexto de la reproducción <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Satirizar la realidad</li> <li>2. Cultura</li> <li>3. Actualidad</li> <li>4. Identificación con los usuarios</li> </ol>



		<p>Entonces cada uno de los elementos tiene que ser analizados primero en su contexto y luego sí en su construcción estructural, en su gramática mucho más e en sus sintagmas, en su sintáctica fundamentalmente, pero que tenga relación con el paradigma en el cual está inserto ese texto</p>	<p>4. Dimensiones del discurso:          Dimensión referencial          Dimensión estructural          Dimensión enunciativa</p>		
	<p><b>¿cree usted que se puede aplicar la misma metodología de estudio a cualquier meme?</b></p>	<p>Claro, porque incluso los textos que no tienen relación con la imagen o la imagen, que no guardan relación con el texto, necesariamente están hechos para eso. Entonces su gramática es de esa disrupción, de no tener la lógica secuencial o de contexto, sino que es completamente disparatada. Y eso es lo que genera el gag. Eso es lo que genera el humor y e incluso eso es lo que se quiere generar con que el receptor se pierda y digan no entiendo que realmente es esto. Entonces de esa manera sí. Si no se aplica esa misma lógica, no va a poder ser entendida la estructura del meme.</p>			
	<p><b>¿qué componentes considera usted que debe tener un contenido para poder considerarse meme?</b></p>	<p>Fundamentalmente el texto y la imagen, pero que texto e imagen tengan relación de contar esta narrativa que tiene relación con el elemento de quién es el personaje y ahí siempre está contándose en los memes una relación entre personaje y una situación. Una situación que es entendida por una comunidad determinada. Entonces de esa manera funciona dentro de las plataformas,</p>			

		<p>como como decíamos, porque las comunidades son las que se envían esas. Esos. Esos memes y son las que se entienden. Entonces el chiste de qué se yo, un chiste argentino no lo vamos a entender bien porque utiliza unas palabras, pero funciona el contexto completo porque tiene la imagen, entonces ahí se complementa o se comprende mejor. Entonces las comunidades son las que le dotan de sentido a ese meme y de esa manera también el meme empieza a tener su sentido de significación aunar con las con las comunidades. Es decir, es una retroalimentación constante entre meme, significado que genera el significado que le doy como comunidad, lo que vuelve a resignificar ese entonces. Ahí viene una. Una forma de. De bola de nieve.</p>			
	<p><b>¿Cómo es el proceso que ustedes siguieron para la publicación de los memes? ¿Seguían algún tipo de metodología para publicar?</b></p>	<p>Bueno, podría decirse que nuestra metodología se basaba en un grupo que teníamos en el cual yo era moderador y uno de los principales e autores de contenido generadores, quiero decir generadores de contenido para para el Ecu wave. O sea, lo eran, digamos, teníamos diferentes consignas, vale aclarar. El lunes era como que de cosas entre comillas shitposting, el martes era como martes político, memes con antecedentes, con cierta historia política y los otros días era eran igual de pintorescos. No, pero los que</p>			

		<p>recuerdo claramente eran esos. O también había otros memes, sino mal recuerdo. Era miércoles y jueves que tenían un toque regionalista. Bueno, ya a la final eran memes, no? Entonces bueno, ahí como moderador y del cual digamos éramos un equipo de unas 4 o 5 personas con Cisco a la cabeza tomábamos los memes que, de cierta manera, eran muy buenos o muy vistosos y tenían la acogida del resto que formaban parte del grupo de Facebook. Por lo general lo tomábamos, ¿no? O sea, también tomábamos en cuenta algunos detalles que pedíamos, por ejemplo, tener la marca de agua, porque como te digo, ahí hace unos dos años publicábamos y ya se robaban los memes o había gente tan infiltrada que robaba los otros memes que no tomábamos en cuenta para el Ecuawave y ya veíamos que ya estaban subidos en otra página. Entonces teníamos ese proceso, pero también teníamos el otro proceso, digamos, de ser cuidadosos con la gente que entraba al grupo de que estén activos. Y, sobre todo, esta cuestión de que ya si suben un meme o si alguien logra ver estas fallas, el meme ya se corregía y se le ponía marca de agua para que ya esté listo para su publicación o eventual publicación. Porque como te digo, buscábamos seleccionar los mejores.</p>		
--	--	--	--	--

	<p><b>¿existe una necesidad humana de compartir información y opiniones masivamente? y ¿a qué se debe este actuar cibernético?</b></p>	<p>El ser humano desde sus principios, desde que comenzó a comunicarse con símbolos y señas, antes de que existiera el habla obtuvo la necesidad básica de comunicarse simplemente para ponerse de acuerdo en cazar y eso está retratado en las cuevas de Altamira, España con las pinturas rupestres que conocemos hoy en día del paleolítico, aunque en Colombia hace poco también descubrimos que tienen la Amazonía unas pinturas que pertenecen a la era glacial, antes del paleolítico. Estamos hablando de más de 45 mil millones de años perdón 45 mil años atrás. Entonces siempre es la necesidad básica que ha tenido el hombre de comunicarse y esto lo he hecho para enfrentar y vencer diversas dificultades; una de ellas, son las distancias para ponerse de acuerdo con las ideas, con los pensamientos para lograr establecer sociedades y desde esas sociedades avanzar. Recuerdo que son tres estadios o cuatro estadios por decirlo así que ha pasado el ser humano primero la barbarie, después un tipo de desde la barbarie y el salvajismo, después vino como el primitivismo de ahí ya el ser humano decidió dio un paso adelante y comenzó a vivir en grupo y ahí comenzó ya la una se estableció una comunicación y luego de eso, desde ese estadio primitivo, el ser humano dio otros pasos que fue cuando comenzó a desarrollar su</p>			
--	--	---	--	--	--

		<p>sistema de habla en el sentido genéricamente hablando y esa es las cuerdas vocales apareció el habla y del habla para acá apareció una diversidad de sistemas de comunicación desde la escritura pintura de hoy día para llegar a lo que tú preguntas: ¿a qué se debe este actuar cibernético? a toda la era cibernética ¿no? hubo una ya no una explosión porque sí teníamos una gran variedad de sistemas para comunicarnos y por eso hemos llegado a donde hemos llegado. Simplemente diría que lo que hay es una globalización de la comunicación sin fronteras, como hace sin fronteras que tú hoy día puedes comunicarte con otro tipo de lenguas simplemente con traductores online y establecer un tipo de comunicación y de intercambio cultural, científico y ¿por qué no? de aprendizaje.</p>			
	<p><b>¿por qué el meme se presenta con un tono más satírico de demostrar la realidad?</b></p>	<p>Los latinos tenemos la capacidad de burlarnos de nuestras desgracias, y de allí parte de esto del humor en el meme. Siempre nos vamos a vamos a mofar de una situación incómoda por medio de la caricatura de tipo y eso genera empatía, el humor siempre va a generar empatía porque te viste ríes de lo que te incomoda entonces y eso te relaja y lo que relaja el ser humano siempre va a ser bienvenido. En lo que conozco del norte Europa, el meme ahí lo utilizan más como una denuncia política y en Rusia hay un grupo de chicos que</p>			

		<p>hacen un meme, pero sí tienen un trabajo muy interesante que van colocando a todos los políticos en forma de meme y caricatura donde encuentran un hueco en la calle parten del hueco para dibujar la boca del político y hacen como que la figura y colocan un mensaje ¿sí? entonces esto es un tipo de meme más de la calle, un tipo de meme más urbano, pensado, que no está en redes sociales pero se convierte en redes sociales cuando el actor le toma una foto y comienza a compartirlo porque así lo he conocido. En Suecia lo vi que funcionaba con el rey y entonces hacen un tipo de burla que yo no entendí mucho porque no conozco el humor sueco al 100%, pero a ellos sí les parecía que era gracioso, pero nosotros que ya estamos en Latinoamérica ya podemos comparar a por ejemplo el presidente Nicolás Maduro con el burro de cher. Hacemos como que este tipo de vinculación porque siempre le dicen que es una persona que tiene pocas capacidades, aunque no los tenga, pero siempre vamos a decir que vamos como que mezclando las situaciones y políticas culturales con este humor.</p> <p>Esa es la capacidad de transmisión de una comunicación que impacta directamente al lóbulo frontal para cambiarte el momento de amargura por 1 2 3 ó 4 segundos de felicidad con esta caricatura.</p>			
--	--	--	--	--	--

## 7. Discusión

De acuerdo a la hipótesis planteada, se determina que los memes son percibidos por los usuarios como un elemento que informa en la red, y que tanto su contenido semiótico como retórico conforman un complejo sistema de lenguaje que es capaz de decir mucho con pocos componentes del habla verbal. Todo ello se comprobó mediante la aplicación de los diferentes instrumentos (entrevistas, encuestas y fichas de observación), que cumplieron satisfactoriamente los objetivos de esta investigación. A continuación, se plantean los resultados más relevantes de este estudio.

**Objetivo general:** Analizar la retórica y la semiótica de los memes con mayor interacción en Ecuador en las *fanpage* más populares de Facebook, durante el periodo enero-mayo 2021.

El objetivo general se cumplió satisfactoriamente tras la aplicación de fichas de observación a los memes con mayor interacción de las páginas de estudio, con las que se obtuvieron los resultados de que tanto el contenido gráfico como escrito pueden analizarse por separado en honor a las figuras retóricas o el análisis del discurso en las dimensiones: semántica, sintáctica y pragmática. Sin embargo, todo ello adquiere un verdadero significado para el receptor solo si es consciente del contexto sociocultural que envuelve ese mensaje. En la cultura ecuatoriana, y más específicamente en las páginas de estudio, que comparten contenido netamente ecuatoriano, muy nacionalista y de situaciones muy particulares de la cultura –a menudo tan específica como la división geográfica que separa la costa de la sierra- hacen que el mensaje difundido sea solo entendible para una población muy específica: jóvenes ecuatorianos. Al hablar de la semiótica, se pudo concretar que las imágenes presentadas corresponden a figuras o situaciones de la cultura ecuatoriana, comúnmente influenciadas por las elecciones presidenciales. Esto permitió la presencia de varias figuras, entre las cuales destaca el símil y la anáfora. Por otro lado, la retórica corresponde a expresiones también muy ecuatorianas, creando un sentido de pertenencia en los internautas que logra empatizar con ellos.

### **Objetivos específicos:**

- Identificar los memes con mayor interacción con los usuarios de las páginas: Crudo Ecuador y *Ecuadorean Wave*.

Este planteamiento se cumplió mediante la aplicación de fichas de observación no

participantes en los 10 memes con mayor interacción de las páginas de estudio. Primero, se realizó una base de datos para calcular la interacción de los memes de enero a junio de cada página. Posteriormente, se aplicó una serie de fórmulas que ayudaron a determinar cuáles fueron las 10 publicaciones que más impacto tuvieron con los usuarios. En ellas, se identificaban los comentarios, las reacciones de la población en la web y las veces que los memes habían sido compartidos, con el fin de comprender qué es lo que más impacta a los usuarios y por qué. Se resolvió que ambas páginas, tanto *Ecuadorean Wave* como Crudo Ecuador, se vieron influenciadas por las elecciones presidenciales 2021, en la que el humor y la cultura nacional provocaban hacer sátira de los eventos políticos que acontecían al país. Estos memes son precisamente los que obtuvieron mayor alcance, dejando claro que el contexto sociocultural y la dimensión referencial del meme son aspectos claves a tener en cuenta para su difusión.

- Analizar el contenido semiótico y retórico de los memes y su función en la transmisión de un mensaje.

Este objetivo se verificó gracias a la segunda ficha de observación no participante, en las cuales se analizaron las funciones del lenguaje semiótico establecidas por Morris: dimensión sintáctica, semántica y pragmática. Aunado a ello, se analizó la retórica del texto tomando en cuenta las principales figuras aplicadas al meme, de las cuales cabe destacar la anáfora y el símil, ambas figuras literarias de repetición cuya lógica proviene de la replicación masiva de los mismos. Los resultados obtenidos, señalan que tanto el contenido escrito como el gráfico son complementarios y dependientes el uno del otro cuando hablamos de los memes de tipo imagen.

Además, se evidenció una fuerte influencia de la cultura ecuatoriana, destacando la diferenciación costa-sierra y situaciones de humor negro en la sociedad ecuatoriana. Sin duda, el componente contextual y sociocultural que envuelve a cada meme de estudio, fue fundamental para su propagación masiva en Facebook.

- Determinar en qué medida los memes de Facebook sirven como medio de información para los usuarios.

El tercer objetivo específico se comprobó a través de la aplicación de encuestas a 411 usuarios de la ciudad de Loja, los cuales manifestaron, en síntesis, que el 92 % de los encuestados son consumidores de memes diarios, seguidores de páginas ecuatorianas, entre la que destaca una de las páginas de Estudio, Crudo Ecuador. Los resultados fueron que estos cibernautas consideran que los memes son potenciales productos comunicacionales, complejos



en significativo y significado y que, si las noticias se presentasen en formato de memes, serían mejor recibidas por el público, teniendo así un mayor alcance en la web. Mientras que, del otro lado, existen personas que opinaron que los memes no tendrían una mayor difusión si fuesen presentados con un tinte humorístico, debido a que este mismo factor supondría una percepción poco seria de los eventos que acontezcan.

Los hallazgos que vieron luz, fueron que: los memes son un producto que ellos consideran comunicacional (alegando que tanto las imágenes como el texto son formas del lenguaje, y que expresan una idea de actualidad), y que bien podría significar una pauta para que los medios comunicacionales consigan un mayor alcance de la audiencia. Ejemplo de ellos, la Posta o BN periodismo, que informan desde el humor hoy en día y son páginas populares entre los jóvenes por su capacidad de adaptarse a las exigencias del público. Por otro lado, es importante resaltar la importancia del contexto y la cultura ecuatoriana para entender estos mensajes que son transmitidos. De nada sirve ver la imagen y el texto de un meme si no hay un contexto que el receptor domine para entender el concepto. En síntesis, podría afirmarse que los memes son un fenómeno humorístico en la web que, apelando a las emociones y situaciones diarias de los usuarios, consiguen un impacto en su vida diaria hasta tal punto que sirven como herramienta comunicativa.

- Proponer lineamientos alternativos que contribuyan a mejorar y entender el estudio de los memes como generadores de mensajes – guía sobre cómo estudiar y analizar los memes.

El último objetivo planteado se pudo lograr gracias a la aplicación de entrevistas a distintos investigadores expertos en redes y memética, los cuales manifestaron que es un tema muy complejo que debe analizarse de forma profunda y subjetiva, aplicando la observación, conociendo antecedentes y entendiendo la retórica y semiótica, sin dejar de lado la importancia del contexto para la comprensión de un mensaje. Así, las distintas recomendaciones en el ámbito investigativo de Pablo Escandón junto con Diego Apolo, brindaron pautas precisas para elaborar una guía que permita a las futuras investigaciones analizar un meme, comprendiendo su naturaleza replicante y su contenido gráfico y escrito.

## 8. Conclusiones

Tras haber cumplido con el análisis de los resultados obtenidos en relación a los memes y su potencial informativo en Facebook, se concluye que:

- Tanto la semiótica como la retórica empleada en los memes tiene una razón de ser y una compleja funcionalidad que les conduce a transmitir mensajes por medio del humor. Para analizar un meme no basta con fijarse en los elementos que lo componen, es muy necesario tomar en cuenta los elementos contextuales intangibles para su entendimiento y difusión. Las figuras retóricas más empleadas en los memes tanto literarias como semióticas son la anáfora y el símil.
- Los memes funcionan, a opinión y experiencia de los usuarios, como fuente informativa de diversos eventos de actualidad. Ecuador es un país donde la sátira evoca una forma de expresión, por lo que los memes con mayor interacción correspondieron a memes políticos y culturales. El sentido de pertenencia generado por los memes hace que los usuarios se sientan parte de una comunidad, motivo por el cual son difundidos de manera masiva. Además, los memes estudiados son entendidos solo por una parte de la población: jóvenes ecuatorianos.
- Los memes podrían funcionar como fuertes transmisores de información, puesto que, casi por mayoría absoluta, los encuestados resolvieron que las noticias tendrían un mayor alcance si su formato evolucionara.

## **9. Recomendaciones**

- Se recomienda la realización constante de estudios en relación a los memes, ya que, debido a la actualidad del fenómeno en la web, existe información muy limitada al respecto que dificulta el entendimiento a cabalidad de los mismos.
- Es necesaria la implementación de un manual que muestre una manera profunda de análisis para un elemento complejo en cuanto a semiótica y retórica.
- Se recomienda, asimismo, para futuras investigaciones, tener en cuenta una muestra poblacional mayor, con la finalidad de que los datos representen el verdadero pensamiento colectivo.
- Se sugiere, a los medios digitales, empezar a barajar la posibilidad de la implementación de memes para cierto tipo de noticias, ya que supondría un alcance mayor en sus redes sociales.
- Se cree debería realizar un focus group con expertos en el tema para conocer, desde una perspectiva académica, la naturaleza y funcionalidad de los memes.

## 10. Bibliografía

- Abad, F.B. (2006). *Filosofía de la comunicación*. Venezuela, Caracas: Ministerio de Comunicación e Información.
- Aguado, J. (2004). *Introducción a las teorías de la información y la comunicación*. Murcia, España: Universidad de Murcia.
- Antón, A. (2020). Los memes: comunicación y cultura política para una ciudadanía digital. *Centennials. Comrado*, 16 (75), 1-14.  
[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1990-86442020000400159&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442020000400159&lng=es&tlng=es)
- Almirón, N. (2006). *Revista Latina de Comunicación Social*, nº 61.
- Arango, L. (2015). Una aproximación al fenómeno de los memes en Internet: claves para su comprensión y su posible integración pedagógica. São Paulo: Comun. Mídia Consumo.
- Atarama y Rivera. (2017). La banalización del periodismo cultural. Show mediático y contenidos culturales en la prensa escrita. *Correspondencias & Análisis*, (7). 97-115.  
<file:///D:/Usuario/Downloads/Dialnet-LaBanalizacionDelPeriodismoCulturalShowMediaticoYC-6211702.pdf>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Pearson Educación: Colombia.
- Blackmore, S. (2000). *La máquina de los memes*. Barcelona, España: Ediciones Paidós
- Cabrera, A., & Pelayo, N. (2001). *Lenguaje y Comunicación: Aspectos Teóricos Generales*. Caracas: El Nacional.
- Caizaluisa, E. (2017). "Los Memes Como Herramienta De Comunicación Alternativa. Universidad Técnica De Cotopaxi.
- Camas, L., Valero, A., y Vendrell, M. (2018). "Hackeando memes": Cultura democrática, redes sociales y educación. *Espiral. Cuadernos del Profesorado*, 11(23), 120-129.
- Campos, F y Rúas, J. (2015), *Las redes sociales digitales en el ecosistema mediático*. Tenerife, España: Sociedad Latina de Comunicación Social.
- Cassidy, J. (2006). *Me media: How hanging out on the Internet became big business*. The New York.
- Castañeda, Walter. (2015). LOS MEMES COMO MODELO COMUNICATIVO VERBAL DE MENSAJES VISUALES. *Researchgate*, (7)1-1610.13140/RG.2.2.15809.86883.
- Castells, M. (1999). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Madrid, España: Alianza Editorial.
- Castro, L. (2012). ¿Qué es una red social? <http://aprenderInternet.about.com/od/Redes>

- Ceberio, M. (2006). *La buena comunicación: Las posibilidades de la interacción humana*. Barcelona: Grupo Planeta.
- Ciuffoli, G. (2012). *Facebook es el mensaje*. Buenos Aires: La crujia.
- Collado, A. (2020). LA RESIGNIFICACIÓN DEL DISCURSO POLÍTICO POR MEDIO DE MEMES: EL CASO DE ENRIQUE PEÑA NIETO. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 13 (2). 1-23:. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=511563779014>
- Comunicación y Sociedad. 1-22 . Recuperado de:  
<http://www.comunicacionysociedad.cucsh.udg.mx/index.php/comsoc/article/view/e7906/6253>
- Cortazar, F. (2014). Imágenes rumorales, memes y selfies: elementos comunes y significados. *Iztapalapa, Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, (77), 191-214. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39348246009>
- Coseriu, E. (1983). *Introducción a la lingüística*. México: Centro de Lingüística Hispánica
- Dawkins, R. (1993). *El gen egoísta*. Las bases biológicas de nuestra conducta. Barcelona: Salvat Editores.
- Echeverría, B. (2001). *Definición de la Cultura*. México: Editorial Itaca,
- Echeverría, M y González, Rubén. (2019). Los memes como entretenimiento político. Recepción, usos y significados. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, (27), 117-133. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=487460959007>
- Eco, U. (2000). *Tratado de Semiótica General*. Barcelona, España: Ediciones Lumen.
- Espinosa, M. (2008). *Los mestizos ecuatorianos: colección Bicentenario*. Editorial Ecuador. ISBN 978-9978-92-633.8.
- Fajardo Uribe, Luz Amparo (2009). A PROPÓSITO DE LA COMUNICACIÓN VERBAL. *Forma y Función*, 22 (2), 121-142. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21916691006>
- Fernández, A., y Gómez, A. (2013). *Memes, Rage-comics y Memenautas*.
- Flores, S. (2014). *Redes sociales digitales: nuevas prácticas para la construcción cultural*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- Frascara, J. (2011). *El diseño de la comunicación*. Argentina: Infinito
- Galluci, L. (2006) *Las figuras retóricas como técnica de creación publicitaria (Trabajo proyectual guiado)*: Universidad Abierta Interamericana
- García, D. (2014). Las imágenes macro y los memes de Internet: posibilidades de estudio desde las teorías de la comunicación. *Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad*, 4(6), 1-

8. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=499051555007>

- García, L. (2016). *#Enredados - Las redes sociales más allá de los memes*. Madrid, España: Ediciones SM.
- González, J. (2012). Intertextualidad y desarrollo de competencias comunicativas y narrativas. *Revista Iberoamericana de Educación*, 60 (3). 1-12. Recuperado de: <https://rieoei.org/historico/deloslectores/5086Glez.pdf>
- González, P. (2016). Las estrategias de comunicación institucional del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Loja y la participación ciudadana en la obra pública municipal, periodo marzo-julio de 2015: Tesis de Grado. Universidad Nacional de Loja. Loja-Ecuador.
- Gurevich, A. (2016). EL TIEMPO TODO EN FACEBOOK. Aposta. *Revista de Ciencias Sociales*, (69), 217-238. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495952431008>
- Holguín, G., & Banchón, S. (2019). Nuevas Formas de comunicar, memes. Ecuador: Universidad Estatal de Milagro
- Hopenhayn, M. (2003). Educación, comunicación y cultura en la sociedad de la información: una perspectiva latinoamericana. *Santiago de Chile, Chile: Publicación de las Naciones Unidas*.
- <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/132534/Viralizacion+de+contenidos+y+memes+en+Internet+Javier+Andres+Chamorro+Bernal.pdf;sequence=1>
- Klinkenberg, J.-M. (2006). Manual de Semiótica general. Bogotá: U. Jorge Tadeo Lozano.
- Langrish, J. Z. (1999). Different Types of Memes: Recipemes, Selectemes and Explanemes. *Journal of Memetics - Evolutionary Models of Information Transmission*.
- Langrish, J. Z. (1999). Different Types of Memes: Recipemes, Selectemes and Explanemes. *Journal of Memetics - Evolutionary Models of Information Transmission*. México: Modelos Evolutivos
- León, G. (2002). Teorías e Investigación de la Comunicación en América Latina. Situación Actual. *Ámbitos*, (7), 19 - 47. Recuperado de: [file:///D:/Usuario/Downloads/revista-comunicacion-ambitos-07-08\\_18-46.pdf](file:///D:/Usuario/Downloads/revista-comunicacion-ambitos-07-08_18-46.pdf)
- López, A. (2013). Reputación online y política 2.0 a través de las redes sociales y personales. *Comunicación, Cultura e Esferas de Poder*. Santiago de Compostela, España: Assibercom, Ibercom.
- M. W. C. (2015). Los memes y el diseño: contraste entre mensajes verbales y esteticizantes. *Kepes*, 11(12), 10 - 33. Recuperado a partir de

<https://revistasoj.s.ucaldas.edu.co/index.php/kepes/article/view/491>

- Malo P., Medrano A., Uriarte J., (2010). Memes y psiquiatría (y 2): Los memes, la Industria y la Literatura científicas. Biología de los memes y defensas frente a su actuación. *Revista Norte de salud mental*, 8(37). 11-22.
- Marañón, C. (2012). REDES SOCIALES Y JÓVENES: UNA INTIMIDAD CUESTIONADA EN INTERNET. Aposta. *Revista de Ciencias Sociales*, (54), 1-16.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495950250003>
- Martínez, X; y Piñeiro, T. (2017). EL USO DE LOS MEMES EN LA CONVERSACIÓN POLÍTICA 2.0 UNA APROXIMACIÓN A UNA MOVILIZACIÓN EFÍMERA. *Prisma Social*, (18), 55-84. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=353751820003>
- Mata, M. y Scarafía, S. (1993). *Lo que dicen las radios: una propuesta para analizar el discurso radiofónico*. Quito, Ecuador: Aler
- Molano, O. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Opera*, (7). 69-84.  
<file:///D:/Usuario/Downloads/Dialnet-IdentidadCulturalUnConceptoQueEvoluciona-4020258.pdf>
- Morris, C. W. (1985). *Fundamentos de la Teoría de los Signos*. Barcelona: Paidós Comunicación
- Mucci Daniel, L. (2018). El implícito como argumentación en los memes. *Signo Y seña*, (34), 79-92. <https://doi.org/10.34096/sys.n34.5511>
- Núñez Ladevéze, M Núñez Canal, J A Irisarri Núñez (2018). Pautas de integración cultural y política de la sociedad de medios masivos en la sociedad red. *Revista Latina de Comunicación Social*, 7(3), 184-207. Recuperado de:  
<http://www.revistalatinacs.org/073paper/1252/11es.html>
- Ortiz Rojas, L. E. (2019). “CONSTRUCCIÓN SIMBÓLICA DE MEMES EN FACEBOOK, DE LOS EQUIPOS DE FÚTBOL DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS (BARCELONA SPORTING CLUB, CLUB SPORT EMELEC, GUAYAQUIL CITY F.C) EN LA TEMPORADA 2017.” Universidad UTE.
- Ortiz, M. (2011). La Metáfora Visual Corporeizada: Bases Cognitivas del Discurso Audiovisual. *Zer*.16 (30). 57-73.
- Caizaluisa Tapia, E. B. (2017). "Los Memes Como Herramienta De Comunicación Alternativa. Universidad Técnica De Cotopaxi.
- Pérez, G. (2018). Reseña de El meme en Internet. Identidad y usos sociales. *Chasqui Revista Latinoamericana de comunicación*, 136: 417-418.  
<https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/3522/3000>
- Racioppe, B, & Párraga, J. (2020). Memes on instagram: a case study of accounts dedicated to the

- production and circulation of these contemporary narratives. *Perspectivas de la comunicación*, 13(1), 47-84. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-48672020000100047>
- Reyes, N y García, C. (2019). Memes de Facebook: el “hashtag semiótico” contemporáneo. *Socialium. Revista científica de ciencias sociales*, 3 (2), 30-42. <file:///D:/Usuario/Downloads/29-129-2-PB.pdf>
- Rincón, C. (2012). *Lenguaje y semiótica: Unidad I*
- Rissoan, R. (2016). *Redes sociales: comprender y dominar estas nuevas herramientas de comunicación*. Barcelona: Ediciones ENI.
- Rivano, J. (2014). *Neo-darwinismo cultural: de memes y creencias*. Chile: CreateSpace Independent Publishing
- Romaní, C y Pardo, H. (2007). “Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food”. Grup de Recerca d’Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flasco México. Barcelona. <http://www.planetaweb2.net/>.
- Ruiz, B. E. (2018). Los memes: una respuesta popular y humorística ante la crisis mexicana. *Revista Nueva Sociedad*, 273.
- Salaverría, R. (2019). *Periodismo digital: 25 años de investigación*. España: El profesional de la información.
- Salgado Andrade, E. (2020). Memes y procesos de semiosis de la pandemia en México.
- Salkind, N.J. (1999) *Métodos de investigación* (3a ed.). México: Prentice-Hall.
- Sánchez, I. (2008). CULTURA Y COMUNICACIÓN. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 4 (7), 29-49. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=409634350004>
- Santibáñez, Cristian (2001). *Teoría social y Memes*. Temuco-Chile: Universidad de la Frontera.
- Sebeok, T. (2001). *Signs: An Introduction to Semiotics*. Toronto: University of Toronto Press.
- Stange, M. H., & Peña Miranda, P. A. (2014). *Viralización de contenidos y memes en Internet*.
- Van, J. (2008). *Cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales*. México: Siglo veintiuno Editores
- Vélez, S. (2015). Repositorio USFQ. <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/4833/1/120965.pdf> 140
- Villanueva, E. (2016). *Memes y LOLS como narrativas mediáticas*. México: Alaic
- Winckler, G. (2019) “Internet Memes: Una relación visual contemporánea”. *Los Flujos de la imagen. Arte y Sociedad. Revista de Investigación*, (17). 1-11. <http://www.eumed.net/rev/ays/>
- Wincour, R. (2019). La tribu de los memes. Un territorio virtual de inclusión-exclusión entre los adolescentes. *Comunicación y sociedad*. 1-22.



<http://www.comunicacionysociedad.cucsh.udg.mx/index.php/comsoc/article/view/e7327/6154>

Zecchetto, V. (2002). *La Danza de los Signos. Nociones de semiótica general*. Quito: Abya-Yala.

Zecchetto, Victorino, Marro Mabel, Vicente, Karina (2013). *Seis semiólogos en busca del lector*.

Editor digital: turolero. [http://www.felsemiotica.org/site/wp-](http://www.felsemiotica.org/site/wp-content/uploads/2014/10/Zecchetto-Victorino-et-al.-2013-Seis-semi%C3%B3logos-en-busca-del-lector.pdf)

[content/uploads/2014/10/Zecchetto- Victorino-et-al.-2013-Seis-semi%C3%B3logos-en-busca-del-lector.pdf](http://www.felsemiotica.org/site/wp-content/uploads/2014/10/Zecchetto-Victorino-et-al.-2013-Seis-semi%C3%B3logos-en-busca-del-lector.pdf)

## **11. Anexos**

### **Anexo No. 1: Ámbito geográfico de la investigación**

**MATRIZ DE ÁMBITO GEOGRÁFICO**  
**ÁMBITO GEOGRÁFICO DE LA INVESTIGACIÓN**

**BIBLIOTECA: FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN**

TIPO DE DOCUMENTO	AUTORA/TÍTULO DE LA TESIS	FUENTE	FECHA/AÑO	ÁMBITO GEOGRÁFICO						OTRAS DESAGREGACIONES	OTRAS OBSERVACIONES
				NACIONAL	REGIONAL	PROVINCIAS	CANTÓN	PARROQUIA	BARRIO O COMUNIDAD		
TESIS	LIZBETH KAROLINA MORA TORRES  Retórica más allá del humor: memes como nuevos transmisores de información.	UNL	2022	ECUADOR	ZONA 7	LOJA	LOJA			CD	LICENCIADA EN CIECNIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

**Fuente:** Biblioteca de la Facultad de la Educación, el Arte y la Comunicación.

Anexo no. 2: Mapa geográfico y de ubicación

MAPA GEOGRÁFICO Y MAPA DE UBICACIÓN



Fuente: <https://bit.ly/2udsi3p>. Ubicación del cantón Loja. Fuente: GifeX.com.

### Anexo No. 3: Cuestionarios de entrevistas

Se aplicarán varias entrevistas, En primera instancia, a Francisco Gutiérrez, fundador de la página de memes *Ecuadorean Wave*. La entrevista pretende conocer específicamente la razón de ser de los memes y la reacción de los usuarios ante el contenido semiótico y retórico que lo componen.

- 1.- ¿Cómo y cuándo surgió la idea de crear la página?
- 2.- ¿A qué se debe el nombre de *Ecuadorean Wave*? ¿Se trata precisamente de una nueva ola de difundir información de los eventos que acontecen en Ecuador?
- 3.- ¿Cómo ha sido la aceptación de la página por parte del público?
- 4.- ¿De qué manera trabaja el equipo de *Ecuadorean Wave*? ¿Qué procesos siguen para saber qué contenido publicar y cuál descartar?
- 5.- ¿Consideras que es imprescindible estar al tanto de los eventos noticiosos de Ecuador para poder llegar de forma más eficiente a tus seguidores?
- 6.- ¿Eres consciente de la complejidad de la retórica y semiótica tras un contenido humorístico en Internet?
- 7.- ¿Se recibe o se toma como sugerencias creaciones propias de los usuarios?

Como segunda entrevista necesaria para el análisis del contenido de la página, se prevé dialogar con Cristian Santillán, principal creador de contenido de *Ecuadorean Wave*. En esta ocasión, la entrevista se enfoca en el contenido comunicativo de los memes.

- 1.- Antes de ser parte del equipo de *Ecuadorean Wave*, ¿tuviste alguna experiencia creando otro tipo de memes? ¿crees que la forma de crear estos memes dista de otras páginas?
- 2.- ¿Cómo es el proceso que siguen para la publicación de los memes?
- 3.- ¿Toman en cuenta únicamente su propia iniciativa, o tienen en consideración la opinión e incluso las creaciones de los seguidores?
- 4.- ¿Fue difícil llegar a la gente? ¿Cuánto tiempo les tomó que la página crezca y logre el alcance que tiene hoy en día?
- 5.- ¿Cuál consideras que es la clave para que un meme sea divertido y consiga llegar: la parte gráfica (semiótica) o la parte escrita (retórica)?

6.- ¿Consideras que los memes son los principales transmisores de información hoy en día?

Seguidamente, se presenta la Entrevista a Diego Apolo, quien es Consultor, Académico, docente de la UNAE e Investigador de renombre en el país. Él, como autor de la investigación sobre memes para la educación, podrá proporcionar un punto de vista técnico de cuánto bien hace el consumo de memes a los usuarios, y específicamente, a los adolescentes, para evaluar subjetivamente el potencial informativo que estos proporcionan:

1.- ¿Cómo definiría el fenómeno de memes en Internet?

2.- ¿Qué le impulsó a querer investigarlos?

3.- Durante su investigación en el ámbito educativo, ¿qué descubrió que le pareciera digno de conocimiento público?

4.- ¿Qué metodología utilizó para su investigación de los memes? ¿Cómo descompuso los memes para investigarlos?

5.- Como docente y académico, ¿ha vivido en primera persona cómo los jóvenes reaccionan ante el contenido que ven en los memes? ¿Qué opinión le merece?

6.- ¿Considera que los memes gozan de una riqueza informativa, o que más bien sirven solo como objeto humorístico?

7.- ¿Cree que en un futuro los memes podrían servir como más que un contenido en la red? Es decir, ¿cree que pueda ser útil para difundir información tanto educativa como comunicacional?

La entrevista será realizada al siguiente docente, Pablo Escandón, quien tiene los títulos de: Licenciado en Comunicación y Literatura por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito; Máster en Periodismo Digital, Universidad Autónoma de Madrid y diario El País, Madrid; Máster en Sociedad de la Información y el Conocimiento, Universitat Oberta de Catalunya, Barcelona; Doctor en Comunicación e Información Contemporánea, Universidad de Santiago de Compostela. Con este perfil, se dialogará en torno a la parte investigativa, por lo que el cuestionario está estructurado de la siguiente manera: (preguntar sobre las metodologías)

1.- ¿En qué consiste la memética?

2.- ¿Considera que los memes han tenido una relevancia crucial en la evolución de la comunicación?

3.- Conociendo su trayectoria como investigador especializado en el estudio de lo digital, ¿Cuál cree que sería un procedimiento metodológico idóneo para estudiar la retórica de un meme?

4.- ¿La misma metodología podría aplicarse a cualquier meme? (Existen tipos de memes que abarcan desde el *shitposting* -que se caracteriza por carecer de sentido- y otros que tienen mucha historia y lógica detrás).

5.- ¿qué componentes debe tener un contenido para considerarse meme?

6.- ¿Existe algún elemento del meme, a parte de la cuestión gráfica y la escrita, que crea que deba de tomarse en cuenta para investigar?

7.- ¿Considera, como investigador, que esta cuestión del meme podría suponer una fuente de información más efectiva que los medios tradicionales de información? ¿Por qué?

Por último, se establecerá la entrevista desde la perspectiva sociológica, antropológica, y ciberevolucionada de la mano de un docente de la Universidad Nacional de Loja, Eduardo Enríquez, cuyo perfil () denota un gran conocimiento en las áreas ya mencionadas y aportaría una visión particular del fenómeno memético en redes. La entrevista constará, entonces, de las siguientes preguntas:

1.- ¿Existe una necesidad humana de compartir información y opiniones masivamente? ¿A qué se debe este actuar cibernético?

2.- ¿Cómo definiría, desde un punto de vista sociológico, el fenómeno del meme en Internet?

3.- Sabemos que las redes han cambiado la forma en la que recibimos y damos información. ¿Pero por qué el meme se presenta con un toque humorístico? ¿Tiene algo que ver con llegar más a la gente mediante el sentido satírico de la realidad?

4.- Vemos que los memes son casi parte de la cultura de los usuarios, pero, ¿de qué cultura estamos hablando, de la propia o la cibernética? ¿Podríamos considerar que la cultura virtual la estamos llevando a la vida real?

5.- ¿Cree que los memes han sido capaces de cambiar ciertas conductas de consumo que tenemos hoy en día?

6.- Bajo su perspectiva como usuario y como comunicador, ¿considera que en un futuro los memes podrían hacer circular información de carácter noticioso?



**Anexo No. 4: Encuesta**



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN**

**Carrera de Comunicación Social**

**CÓDIGO: CCS/KM/OE3**

Con la finalidad de elaborar mi trabajo de investigación, titulado: “Retórica más allá del humor: memes como nuevos transmisores de información en Facebook”, solicito a usted, de la manera más comedida, responder a las siguientes interrogantes:

1. ¿Mira memes en Facebook?

Sí ( )

No ( )

2. ¿Sigue a páginas de memes ecuatorianas?

Sí ( )

No ( )



**Anexo No. 5: Fichas de observación**


**FICHA 1: PARA OBSERVAR LAS PUBLICACIONES CON MAYOR INTERACCIÓN  
EN LAS DISTINTAS PÁGINAS DE FACEBOOK**

FICHA 1							
<b>Foto del meme</b>							
<b>Número de reacciones</b>	<b>Me gusta</b>	<b>Me encanta</b>	<b>Me importa</b>	<b>Me divierte</b>	<b>Me asombra</b>	<b>Me entristece</b>	<b>Me enfada</b>
<b>Número de comentarios</b>							
<b>Veces compartido</b>							
<b>Comentarios</b>	Positivos Negativos Neutros						

**FICHA 2: PARA EL ANÁLISIS SEMIÓTICO Y RETÓRICO DE LOS MEMES**

FICHA 2			
<b>Meme en imagen o video</b>			
<b>Fecha y año de publicación</b>			
<b>categoría</b>			
<b>Fecha de recuperación</b>			
<b>Análisis breve del contenido visual</b>	Dimensión sintáctica	Dimensión semántica	Dimensión pragmática
<b>Contenido escrito</b>			
<b>Análisis breve del contenido escrito</b>			

**Anexo no. 6: Análisis de las Fichas de Observación número 1**

FICHA 1-ECUAWAVE							
<b>Foto del meme/video</b>							
<b>Número de reacciones</b>	Me gusta 224	Me encanta 362	Me importa 28	Me divierte 2313	Me asombra 7	Me entristece 51	Me enfada 2
<b>Número de comentarios</b>	147						
<b>Veces compartido</b>	2589						
<b>Comentarios</b>	Positivos x Negativos Neutros						
<b>copy</b>	humildad Mashi 🙏 . . . Créditos: Rodrigo						


FICHA 1.2-ECUAWAVE

<p><b>Foto del meme/video</b></p>							
<p><b>Número de reacciones</b></p>	<p><b>Me gusta</b> 94</p>	<p><b>Me encanta</b> 39</p>	<p><b>Me importa</b> 6</p>	<p><b>Me divierte</b> 2246</p>	<p><b>Me asombra</b> 2</p>	<p><b>Me entristece</b> 508</p>	<p><b>Me enfada</b> 1</p>
<p><b>Número de comentarios</b></p>	<p>304</p>						
<p><b>Veces compartido</b></p>	<p>1059</p>						
<p><b>Comentarios</b></p>	<p>Positivos x</p> <p>Negativos x</p> <p>Neutros</p>						
<p><b>copy</b></p>	<p>*Gana Lasso*</p> <p>Tu pana el nostálgico de la revolución ciudadana:</p> <p>.</p> <p>.</p> <p>.</p> <p>Créditos: Pablo Cevallos</p>						

FICHA 1.3-ECUAWAVE

<p>Foto del meme/video</p>							
<p>Número de reacciones</p>	<p>Me gusta 139</p>	<p>Me encanta 40</p>	<p>Me importa 4</p>	<p>Me divierte 2165</p>	<p>Me asombra 3</p>	<p>Me entristece 3</p>	<p>Me enfada</p>
<p>Número de comentarios</p>	<p>70</p>						
<p>Veces compartido</p>	<p>1718</p>						
<p>Comentarios</p>	<p>Positivos x Negativos Neutros</p>						
<p>Copy:</p>	<p>Stonks 🤪👍💯</p>						

FICHA 1.4-ECUAWAVE

<p><b>Foto del meme/video</b></p>							
<p><b>Número de reacciones</b></p>	<p>Me gusta 211</p>	<p>Me encanta 535</p>	<p>Me importa 26</p>	<p>Me divierte 1272</p>	<p>Me asombra 5</p>	<p>Me entristece 1</p>	<p>Me enfada</p>
<p><b>Número de comentarios</b></p>	<p>75</p>						
<p><b>Veces compartido</b></p>	<p>1428</p>						
<p><b>Comentarios</b></p>	<p>Positivos x Negativos Neutros</p>						
<p><b>Copy:</b></p>	<p>KURT HUMILDE 岡央可 🇪🇺</p>						
<p> </p>							



FICHA 1.5-ECUAWAVE

Foto del meme/video




was invented in 2006

Ecuador in 2005:




<b>Número de reacciones</b>	Me gusta 364	Me encanta 89	Me importa 29	Me divierte 2434	Me asombra 5	Me entristece 11	Me enfada 2
<b>Número de comentarios</b>	115						
<b>Veces compartido</b>	869						
<b>Comentarios</b>	Positivos		x		Negativos		
	Negativos					Neutros	
<b>Copy:</b>	robolución.jpg						



FICHA 1.6-ECUAWAVE

<p><b>Foto del meme/video</b></p>							
<p><b>Número de reacciones</b></p>	<p><b>Me gusta</b> 171</p>	<p><b>Me encanta</b> 48</p>	<p><b>Me importa</b> 14</p>	<p><b>Me divierte</b> 2733</p>	<p><b>Me asombra</b> 7</p>	<p><b>Me entristece</b></p>	<p><b>Me enfada</b></p>
<p><b>Número de comentarios</b></p>	<p>93</p>						
<p><b>Veces compartido</b></p>	<p>2199</p>						
<p><b>Comentarios</b></p>	<p>Positivos x Negativos Neutros</p>						
<p><b>Copy:</b></p>	<p>problemsolved <sup>100</sup></p>						


FICHA 1.7-ECUAWAVE

<p><b>Foto del meme/video</b></p>							
<p><b>Número de reacciones</b></p>	<p>Me gusta 391</p>	<p>Me encanta 735</p>	<p>Me importa 49</p>	<p>Me divierte 2378</p>	<p>Me asombra 5</p>	<p>Me entristece 3</p>	<p>Me enfada</p>
<p><b>Número de comentarios</b></p>	<p>58</p>						
<p><b>Veces compartido</b></p>	<p>2494</p>						
<p><b>Comentarios</b></p>	<p>Positivos x Negativos Neutros</p>						
<p><b>Copy:</b></p>	<p>Coronel Noboa 🍗🍟 Autor: Montalvo Kevin</p>						

FICHA 1.8-ECUAWAVE

Foto del meme/video	<p><b>Paro en Colombia</b></p> 		<p><b>Paro en Ecuador</b></p> 					
Número de reacciones	<p><b>Me gusta</b> 660</p>	<p><b>Me encanta</b> 11</p>	<p><b>Me importa</b> 3</p>	<p><b>Me divierte</b> 1731</p>	<p><b>Me asombra</b> 5</p>	<p><b>Me entristece</b> 312</p>	<p><b>Me enfada</b> 23</p>	
Número de comentarios	60							
Veces compartido	1412							
Comentarios	Positivos		x		Negativos			x
Copy:	4 real							

FICHA 1.9-ECUAWAVE

<p><b>Foto del meme/video</b></p>	<p>omg blonde billie eilish 🤩🤩🤩</p> 						
<p><b>Número de reacciones</b></p>	<p>Me gusta 146</p>	<p>Me encanta 403</p>	<p>Me importa 38</p>	<p>Me divierte 2832</p>	<p>Me asombra 8</p>	<p>Me entristece 1</p>	<p>Me enfada</p>
<p><b>Número de comentarios</b></p>	<p>110</p>						
<p><b>Veces compartido</b></p>	<p>2189</p>						
<p><b>Comentarios</b></p>	<p>Positivos x Negativos x Neutros</p>						
<p><b>Copy:</b></p>	<p>O m g 🤩🤩🤩</p>						


FICHA 1.10-ECUAWAVE

<p><b>Foto del meme/video</b></p>							
<p><b>Número de reacciones</b></p>	<p>Me gusta 90</p>	<p>Me encanta 32</p>	<p>Me importa 11</p>	<p>Me divierte 2685</p>	<p>Me asombra 4</p>	<p>Me entristece 2</p>	<p>Me enfada 1</p>
<p><b>Número de comentarios</b></p>	<p>112</p>						
<p><b>Veces compartido</b></p>	<p>1911</p>						
<p><b>Comentarios</b></p>	<p>Positivos x Negativos x Neutros</p>						
<p><b>Copy:</b></p>	<p>sin ko a sero koketa.jpg</p>						

FICHA 1.1-CRUDO ECUADOR

<p><b>Foto del meme/video</b></p>							
<p><b>Número de reacciones</b></p>	<p>Me gusta 507</p>	<p>Me encanta 23</p>	<p>Me importa 5</p>	<p>Me divierte 4200</p>	<p>Me asombra 199</p>	<p>Me entristece 69</p>	<p>Me enfada 2260</p>
<p><b>Número de comentarios</b></p>	<p>3321</p>						
<p><b>Veces compartido</b></p>	<p>11 000</p>						
<p><b>Comentarios</b></p>	<p>Positivos x Negativos x Neutros</p>						
<p><b>Copy:</b></p>	<p>Que salgan los jóvenes a pasarse, si se contagian o luego regresan a contagiar a su familia no importa. Att: El Lelo</p>						

FICHA 1.2-CRUDO ECUADOR


<p><b>Foto del meme/video</b></p>	<p>Sé que estás ahí Borrego cojudo Te encontraré y te haré creer que Te voy a dar 1000 dólares para que me des tu voto</p> 						
<p><b>Número de reacciones</b></p>	<p>Me gusta 2974</p>	<p>Me encanta 70</p>	<p>Me importa 14</p>	<p>Me divierte 5160</p>	<p>Me asombra 21</p>	<p>Me entristece 17</p>	<p>Me enfada 34</p>
<p><b>Número de comentarios</b></p>	<p>1673</p>						
<p><b>Veces compartido</b></p>	<p>6537</p>						
<p><b>Comentarios</b></p>	<p>Positivos x Negativos x Neutros</p>						
<p><b>Copy:</b></p>	<p>Se que estás ahí, Y que escribirás indignado en los comentarios</p>						





FICHA 1.3-CRUDO ECUADOR

<p>Foto del meme/video</p>								
<p>Número de reacciones</p>	<p><b>Me gusta</b> 13 000</p>	<p><b>Me encanta</b> 1760</p>	<p><b>Me importa</b> 3022</p>	<p><b>Me divierte</b> 5160</p>	<p><b>Me asombra</b> 23 000</p>	<p><b>Me entristece</b> 79</p>	<p><b>Me enfada</b> 1231</p>	
<p>Número de comentarios</p>	<p>3542</p>							
<p>Veces compartido</p>	<p>1066</p>							
<p>Comentarios</p>	<p>Positivos x Negativos x Neutros</p>							
<p>Copy:</p>	<p>Encuesta digital 🇪🇺</p>							


FICHA 1.4-CRUDO ECUADOR

<p><b>Foto del meme/video</b></p>							
<p><b>Número de reacciones</b></p>	<p>Me gusta 654</p>	<p>Me encanta 10 000</p>	<p>Me importa 22</p>	<p>Me divierte 3541</p>	<p>Me asombra 37</p>	<p>Me entristece 26</p>	<p>Me enfada 42</p>
<p><b>Número de comentarios</b></p>	<p>849</p>						
<p><b>Veces compartido</b></p>	<p>1273</p>						
<p><b>Comentarios</b></p>	<p>Positivos</p>		<p>x</p>				
	<p>Negativos</p>		<p>x</p>				
	<p>Neutros</p>						
<p><b>Copy:</b></p>	<p>Encuesta digital 🇪🇺</p>						


FICHA 1.5-CRUDO ECUADOR

<p><b>Foto del meme/video</b></p>	<div style="text-align: center;"> <p>RESULTADOS ENCUESTA <b>CRUDO ECUADOR</b></p>  </div> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;"> </div> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;">  </div> <div style="text-align: center; margin-top: 10px; background-color: black; color: white; padding: 5px;"> <p><b>FICHA TÉCNICA</b>  MUESTRA TOTAL: 41 MIL VOTACIONES / FECHA DEL LEVANTAMIENTO: 4 AL 6 DE FEBRERO  NIVEL DE REPRESENTATIVIDAD: NACIONAL</p> </div>						
<p><b>Número de reacciones</b></p>	<p><b>Me gusta</b> 5976</p>	<p><b>Me encanta</b> 1481</p>	<p><b>Me importa</b> 68</p>	<p><b>Me divierte</b> 3400</p>	<p><b>Me asombra</b> 168</p>	<p><b>Me entristece</b> 14</p>	<p><b>Me enfada</b> 18</p>
<p><b>Número de comentarios</b></p>	<p>1951</p>						
<p><b>Veces compartido</b></p>	<p>1184</p>						
<p><b>Comentarios</b></p>	<p>Positivos x  Negativos x  Neutros</p>						
<p><b>Copy:</b></p>	<p>Aunque en esta página la mayoría son Lassitas y Correístas...  Estos son los resultados de la encuesta que publiqué el 4 de febrero.</p>						


FICHA 1.6-CRUDO ECUADOR

<p><b>Foto del meme/video</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>¿QUIEN PODRÍA GANARLE AL CORREÍSMO EN SEGUNDA VUELTA?</b></p> 						
<p><b>Número de reacciones</b></p>	<p><b>Me gusta</b> 286</p>	<p><b>Me encanta</b> 5</p>	<p><b>Me importa</b> 8</p>	<p><b>Me divierte</b> 1632</p>	<p><b>Me asombra</b> 10 000</p>	<p><b>Me entristece</b> 44</p>	<p><b>Me enfada</b> 16</p>
<p><b>Número de comentarios</b></p>	<p>828</p>						
<p><b>Veces compartido</b></p>	<p>56</p>						
<p><b>Comentarios</b></p>	<p>Positivos x Negativos x Neutros</p>						
<p><b>Copy:</b></p>	<p>¿Quien está en realidad en capacidad de ganarle al correísmo?</p>						


FICHA 1.7-CRUDO ECUADOR

<p><b>Foto del meme/video</b></p>							
<p><b>Número de reacciones</b></p>	<p>Me gusta 2838</p>	<p>Me encanta 45</p>	<p>Me importa 22</p>	<p>Me divierte 3677</p>	<p>Me asombra 65</p>	<p>Me entristece 14</p>	<p>Me enfada 25</p>
<p><b>Número de comentarios</b></p>	<p>426</p>						
<p><b>Veces compartido</b></p>	<p>5859</p>						
<p><b>Comentarios</b></p>	<p>Positivos x Negativos x Neutros</p>						
<p><b>Copy:</b></p>	<p>Los Simpsons lo vuelven a hacer <a href="#">#ElGabineteDeArauz</a></p>						


FICHA 1.8-CRUDO ECUADOR

<p><b>Foto del meme/video</b></p>							
<p><b>Número de reacciones</b></p>	<p>Me gusta 1014</p>	<p>Me encanta 28</p>	<p>Me importa 4</p>	<p>Me divierte 5477</p>	<p>Me asombra 26</p>	<p>Me entristece 33</p>	<p>Me enfada 98</p>
<p><b>Número de comentarios</b></p>	<p>924</p>						
<p><b>Veces compartido</b></p>	<p>4907</p>						
<p><b>Comentarios</b></p>	<p>Positivos x Negativos x Neutros</p>						
<p><b>Copy:</b></p>	<p>Bueno, lo importante es que por lo menos nos hará reír 😄</p>						

FICHA 1.9-CRUDO ECUADOR

<p><b>Foto del meme/video</b></p>							
<p><b>Número de reacciones</b></p>	<p>Me gusta 3742</p>	<p>Me encanta 792</p>	<p>Me importa 28</p>	<p>Me divierte 3227</p>	<p>Me asombra 17</p>	<p>Me entristece 4</p>	<p>Me enfada 24</p>
<p><b>Número de comentarios</b></p>	<p>924</p>						
<p><b>Veces compartido</b></p>	<p>4907</p>						
<p><b>Comentarios</b></p>	<p>Positivos</p>		<p>x</p>				
<p></p>	<p>Negativos</p>		<p>x</p>				
<p></p>	<p>Neutros</p>		<p></p>				
<p><b>Copy:</b></p>	<p>Bueno, lo importante es que por lo menos nos hará reír 😊</p>						

FICHA 1.10-CRUDO ECUADOR

<p><b>Foto del meme/video</b></p>							
<p><b>Número de reacciones</b></p>	<p>Me gusta 6472</p>	<p>Me encanta 1974</p>	<p>Me importa 56</p>	<p>Me divierte 245</p>	<p>Me asombra 11</p>	<p>Me entristece 4</p>	<p>Me enfada 10</p>
<p><b>Número de comentarios</b></p>	<p>496</p>						
<p><b>Veces compartido</b></p>	<p>571</p>						
<p><b>Comentarios</b></p>	<p>Positivos x Negativos x Neutros</p>						
<p><b>Copy:</b></p>	<p>Primera derrota de Correa en 14 años. 😊</p>						



## Anexo No. 7: Propuesta alternativa



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA COMUNICACIÓN  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

### PROPUESTA ALTERNATIVA

Manual para el análisis discursivo de los memes en Ecuador

**Autora:**

Karolina Mora

**Directora:**

Mgs. Tatiana León Alberca

LOJA – ECUADOR

2022

## **1. Tema**

Manual para el análisis discursivo de los memes en Ecuador

## **2.Introducción**

Los memes de Internet son producto de una socialización dada en entornos digitales específicos y, en palabras de Collado (2020), parten de “discursos oficiales ya construidos para resignificarlos y hacerlos circular en una adaptación de los discursos con un necesario toque humorístico y satírico que se encarga de desmentir y ridiculizar las versiones oficiales de los medios” (p.4). En Ecuador, tanto la caricatura como el meme juegan un papel fundamental a nivel sociológico, pues generan humor de una realidad más bien triste, lo que lleva a las personas a difundir contenido con el que se sienten identificadas.

Para lograr su cometido comunicacional, estos memes parten del emisor, quien hace un profundo y complejo uso de herramientas comunicacionales propias del ser humano: el lenguaje verbal y no verbal. Aquí es donde entra en juego el tan importante papel de la semiótica y la retórica de la imagen, que, aunadas a un contexto sociocultural en específico, son capaces de reflejar una realidad que, aunque nace de la particularidad y la ironía, son capaces de recrear un sentimiento colectivo y representar los pensamientos y emociones del imaginario social.

Por ello, hablamos del meme como un elemento comunicativo difícil de explicar y comprender. De ahí, nace la necesidad de la creación de un manual que ayude a atisbar los elementos claves para el análisis y comprensión de los mismos a través de sus dimensiones semánticas, sintácticas y pragmáticas.

## **3. Justificación**

Los memes en Internet durante los últimos años han supuesto toda una revolución cibernética. Si bien los denominados memes - a los que Blackmore (2000), se refiere como figuras que representan un acercamiento novedoso a la forma en que la cultura es transmitida en masas- han jugado un rol humorístico en la red, cabe pararnos a reflexionar sobre su potencial comunicativo. Esta idea es capaz de explicar de forma plausible una gran cantidad de procesos de aprendizaje y evolución tecnológica, siendo así un objeto de estudio sumamente relevante a analizar comunicacionalmente hablando.

La propuesta de un manual para comprender la complejidad del meme y saber analizarlo de manera eficaz

y completa, atendiendo a su parte gráfica, escrita y el contexto en el que son emitidos esos mensajes con una clara intencionalidad persuasiva por parte del emisor, se considera sumamente necesaria. Por lo cual, este manual ayudará a establecer un modelo concreto de análisis del discurso que podrá servir de guía para futuros investigadores.

El diseño de un manual para el análisis discursivo de los memes en Ecuador responderá así, a las necesidades de comprender aquello que los internautas consumen día a día sin entender a cabalidad su replicación masiva. La presente propuesta será una ayuda para entender el fenómeno sociológico y comunicacional que está cambiando la forma en la que es concebida el mundo.

#### **4. Objetivos**

##### **Objetivo General**

Elaborar un manual para el análisis del contenido memético de Internet atendiendo a sus facetas semióticas y retóricas.

##### **Objetivos Específicos**

- Establecer un modelo de análisis basado en las investigaciones y efectividad de observaciones discursivas del fenómeno memético en la web.
- Aumentar la presencia de estudios sobre memes que tan limitada se encuentra en la actualidad.
- Difundir el manual realizado a investigadores interesados en el estudio de los memes.

#### **5. Manual**

##### **A modo de introducción: ¿qué es un meme?**

El ser humano es algo así como un "animal que ríe" o "animal que hacer reír" (Bergson, 2008). Hay quien considera que reímos desde un sentimiento de superioridad, hay quien cree que la risa surge como conciencia de libertad. Hay, eso sí, un carácter cognoscitivo de lo cómico, y éste colabora, qué duda cabe, en la comprensión del mundo y la realidad de los individuos.

Este fenómeno y proceso fisiológico de la risa—físico, químico, neuronal— era considerado bello por Sócrates, saludable para Aristóteles, una emoción corporal y espiritual al mismo tiempo según Kant

(Portilla, 1997; Jáuregui, 2008). Para un autor clásico como Freud (2008) era algo inherente del inconsciente humano y totalmente necesario para la comprensión del mundo, pues algo solamente es gracioso cuando se comprende en su totalidad.

Lo curioso de la comunicación es la manera en la que esta evoluciona junto con las personas y sus necesidades. Y es en este panorama de intencionalidad e impulso hacia lo rápido, cuando surgen los llamados memes en Internet. Sin lugar a dudas, se trata del fenómeno más reciente y llamativo de los últimos años, pues apenas está alcanzando la década de existencia. ¿Por qué nos identificamos con ellos? ¿Por qué han pasado a formar parte del día a día de la sociedad en redes? ¿Cómo llegan a fluctuar de manera masiva en la web? ¿Se replican de forma orgánica o forzada? Y, sobre todo, la pregunta que llevó a realizar una ardua investigación en torno a este maravilloso mundo que conjuga retórica y humor con lo más esencial del ser humano: ¿Existe alguna correlación entre la comunicación y los memes? Y, de ser así, ¿cómo pueden analizarse? Son algunas de las interrogantes que se resuelven en el presente manual.

Es interesante saber cómo surge el término de <<meme>>, porque poco o nada tiene que ver con lo pensado comúnmente. La memética, al contrario de lo que pueda pensarse, no surge de Internet ni de la sociología, o lo más increíble aún: no surge de la comunicación. Sin embargo, sus raíces remontan en una ciencia tan natural y humana como la comunicación misma: la biología.

Empecemos alegando que la palabra surge por primera vez en el libro *El Gen Egoísta*, de Richard Dawkins (1993), donde, en un intento de establecer un parámetro de análisis de transmisión cultural, se hace la curiosa analogía:

*El meme es a la cultura lo que el gen al ser humano.*

Esta visión es lo que hace al investigador plantearse el término de meme, que, a su vez, deriva del griego *mimeme*, que significa memoria. Por ello, podemos considerar, que, según el fundador de la palabra, meme es toda aquella unidad de información que se transmite de un cerebro a otro, haciendo que perdure en el tiempo.

Dawkins fue la primera persona en percatarse de que existen ciertos elementos que son transmitidos de cerebro a cerebro, y estos a su vez cruzan una barrera generacional, al igual que la genética en los seres

humanos. Esta teoría, según él y otros autores que le prosiguieron, surge a raíz de la selección natural de la que ya hablaba Charles Darwin en el famoso libro *El Origen de las Especies*. Siguiendo esta lógica y habiendo comprendido parte de la significación del objeto de estudio, cabe mencionar que este vocablo ha metamorfoseado su significado en los últimos años, pues Dawkins no contaba con el gran rol que Internet supondría para su teoría.

En los años en el que la palabra nació, meme suponía cualquier cosa que estuviera presente en la vida de los seres humanos de generación en generación: desde la vestimenta al papel higiénico. Meme era todo lo transferible y que perduraba en el imaginario colectivo de una sociedad.

Ahora bien, desde el surgimiento de Internet podemos hablar de una revolución comunicacional. Y al referirnos del meme que hoy por hoy conocemos, hablamos de la web, de la retórica del humor, de las culturas cibernéticas y de una fusión de los elementos más arcaicos de la sociedad: comunicar mediante imágenes.

Según el antropólogo y comunicador Eduardo Henríquez, los memes nacen de la necesidad básica que ha tenido el hombre de comunicarse “esto lo han hecho para enfrentar y vencer diversas dificultades; una de ellas, son las distancias para ponerse de acuerdo con las ideas, con los pensamientos para lograr establecer sociedades y desde esas sociedades, avanzar”.

De este modo, podríamos afirmar que la caricatura viene siendo como los tatarabuelos de los memes que conocemos hoy día. ¿Por qué? Porque además se componen de tres elementos claves, que son las rutas de análisis de los mismos: una parte gráfica (semiótica); una parte escrita (retórica) y una tercera parte fundamental para que las dos anteriores cobren sentido (el contexto). Para Analizarlos, es necesario identificar primero la parte gráfica del meme, que es de la que primero se percata cada usuario. Por ello, se procede a explicar la clasificación de los mismos:

### **Clasificación de los memes**

Los memes pueden clasificarse desde dos perspectivas: según el formato y según el tema.

Según el formato, se presentan los memes en imagen, Internet faces, video y texto.

***Memes de imágenes:*** Este tipo de memes utiliza la asociación de imágenes y texto. La interrelación entre

todos estos elementos genera un nuevo significado.

**Internet Faces:** Son aquellos memes de imágenes que asocian un rostro expresivo a alguna sentencia o razonamiento. Por norma, estos rostros están tipificados: Poker Face, [Forever Alone](#), Troll face, Okay, LOL Face, entre otros.

**Memes en texto:** Son aquellos que solo utilizan texto. Muchas veces son una captura de pantalla tomada de alguna aplicación como Twitter.

**Memes de vídeo:** Son memes que usan vídeos editados, ya sea en la secuencia visual o sea con la introducción de un nuevo doblaje.

Según la temática que aborda el meme, se presentan cuatro categorías:

**Memes sociales:** Buscan crear conciencia en torno a los problemas sociales. Pueden referir temas políticos, económicos, religiosos, etc.

**Memes reflexivos:** Son aquellos orientados a brindar consejos de superación personal y frases inspiradoras.

**Memes humorísticos:** Utilizan el humor como forma de entretenimiento. Con frecuencia acuden a la ironía. Muchas veces son también vehículo para la transmisión de opiniones.

**Memes de situación:** Son aquellos que representan una situación que se manifiesta con frecuencia en la vida diaria, y que de alguna manera refleja los problemas con los que se debe lidiar.

A esto cabe añadir la novedad del *shitposting* como nueva tipología de memes. Su etimología, proveniente del inglés que conjuga los términos “*shit*” (mierda) con “*posting*” postear. Este nuevo tipo de meme podría identificarse como aquella publicación que emplea cualquier cosa existente en Internet, incluso sin sentido, y con una calidad gráfica aparentemente muy pobre.

Sin embargo, no significa que no haya un trabajo previo detrás, pero sí debe presentarse de forma natural, como una comunicación personal directa con el usuario. Como una jerga que se emplea en el día a día cuando te reúnes con esos amigos de toda la vida.

Una vez identificado el tipo de meme que vamos a analizar, es muy importante percatarnos en su parte escrita. Para ello, tenemos unas principales figuras retóricas básicas que componen un meme.

## **¿Cómo analizar la retórica?**

Tras una ardua investigación, los resultados demostraron que la identificación de figuras retóricas es imprescindible para entender la naturaleza y patrones comunes que se producen en los memes, pues denotan la intencionalidad inmersa del discurso. El uso de figuras retóricas dentro de la producción de estos mecanismos de comunicación muestra una clara representación ideológica que representa el imaginario social del ser humano. Estas figuras podrían, entonces, definirse como una forma poco convencional del lenguaje que le otorgan belleza o expresividad a los enunciados. Las principales figuras que presencian los memes se explican a continuación:

### **Metáfora**

La metáfora, en el plano lingüístico, representa un tipo de figura retórica que muestra una similitud o comparación entre la realidad y un concepto diferente que da cierta armonía y embellecimiento al uso de la palabra (Caizaluisa Tapia, 2017). Sin embargo, dentro del campo visual, el uso de la metáfora determina la intención comunicacional que su autor desea emitir, en el sentido de que el mensaje emerge como resultado de otro elemento presente en la imagen.

Dentro de los memes, se puede identificar este recurso retórico en la relación que su autor establece entre la idea inmediata del discurso y las imágenes sobre las que se genera un solapamiento. Todo ello aplicando la semiótica de la imagen. Por ejemplo, al utilizar un dialecto propio de la identidad ecuatoriana y una imagen ligada a este factor, el receptor es capaz de interiorizar dicha información como una representación intrínseca de su imaginario social y de su cultura, partiendo de la primera idea que determina la diferencia de su realidad, frente al reflejo que emerge del meme.

### **Hipérbole**

Esta figura se puede resumir, en pocas palabras, como la exageración de la realidad. Este tipo de recurso visual permite magnificar una especie de particular interés desde el ojo humano a un solo objeto o elemento

de una imagen(Caizaluisa Tapia, 2017). Para identificar este tipo de figura dentro de un meme, es necesario identificar el contexto sobre el que se desarrolla, definiendo que la exageración de la presencia o dimensión de un elemento ocurre porque se quiere enfatizar o resaltar un solo hecho o tema general que enmarcar el meme.

### **Metonimia**

Dentro de la lingüística, requiere de una palabra central, que, al ser reemplazada por otra fuertemente ligada a ella, genera una relación causa-efecto; o símbolo-significado. Aplicando este mismo proceso dentro del lenguaje visual, la metonimia se cumple cuando un elemento se sustituye por otro con el que se genera cierta relación efecto-causa; objeto – lugar.

Así, la metonimia en los tratados clásicos de retórica es un recurso referido a la palabra al lenguaje verbal, que podría estar también en la retórica de imagen por el tomate o el ají o la cebolla puesta allí para significar la italianidad, por metonimia. (Zecchetto, 2013, p.185)

### **Símil**

Gallucci (2006) menciona que, en el caso de esta figura retórica en términos verbales, “hablamos de una comparación entre dos términos que guardan similitudes en cualidades físicas y simbólicas” (p.7). Es importante señalar que un símil, a diferencia de una metáfora, tiene una estructura gramatical ligeramente más extensa, debido al uso de conectores. Por ejemplo, en el caso de la metáfora, la característica dada al sustantivo (su lápiz labial) se usa directamente, mientras que el símil atribuye directamente la misma característica (su lápiz labial es rojo). Gallucci asegura que, para comprender el uso de esta figura en el plano visual, los símiles generan una relación entre un elemento y una característica que el receptor asocia con sus ideas o siente que lo representa. En otras palabras, se genera una similitud entre dos objetos.

### **Dimensiones del lenguaje (tanto gráfico como retórico)**

Para analizar una imagen no basta con identificar sus elementos. Existen diversos modelos para el análisis semiótico, algunos más simples que otros, pero el propuesto aquí parte de las dimensiones de la imagen estipuladas por Morris (1985), en su importante libro Fundamentos de la Teoría de los Signos, propone el



análisis de la imagen desde un caleidoscopio interesante que permite, de manera inductiva, entender los gráficos desde tres dimensiones principales: sintáctica, semántica y pragmática.

La **dimensión sintáctica** o de sintaxis se refiere al “estudio de las relaciones sintácticas de los signos entre sí”. Así el orden de signos incide en el proceso de interpretación o proceso semiótico. Por cuanto al elaborar mensajes con estructuras trópicas-figurativas permitiría inferir que ya en su propio orden lograría un efecto o desviación en su interpretación

La **dimensión semántica** se refiere al estudio que “se ocupa de la relación de los signos con sus designata y, por ello, con los objetos que pueden denotar o que, de hecho, denotan.” Lo anterior supone una especie de “sintaxis con un desarrollo relativamente alto. Hablar de la relación de los signos con los objetos que designan”, por cuanto se diferencia de la sintaxis ya que en la dimensión semántica “determina en qué condiciones: un signo es aplicable a un objeto o situación; tales reglas establecen correlaciones entre signos y situaciones denotables mediante signos”. Por cuanto la semántica se refiere a la significación de los signos ordenados de determinada manera.

Por último, la **dimensión pragmática** se refiere a la “relación de los signos con sus usuarios”. Lo cual implica que la pragmática debe entenderse como “la ciencia de la relación de los signos con sus intérpretes”, en donde sus intérpretes pueden manifiestan “fenómenos psicológicos, biológicos y sociológicos que se presentan en el funcionamiento de los signos”. El concepto de pragmática acuñado a esta dimensión del proceso de semiosis se debe a los logros de Peirce, James, Dewey y Mead. No obstante, según la literatura revisada, ya Aristóteles, en *De interpretatione*, hablaba de las palabras como signos convencionales de pensamientos que todos los hombres tienen en común. Sus palabras contienen la base de la teoría que se convirtió en tradicional: el intérprete del signo es la mente; el interpretante es un pensamiento o un concepto”. Desde entonces, “la teoría de los signos estuvo vinculada con una teoría del pensamiento y de la mente particular”.

De esta manera, puede verse el complejo trasfondo que se descubre tras la comunicación de una imagen, y cómo desde las distintas dimensiones presentadas puede entenderse al meme como una figura comunicacional que precisa de un profundo análisis y del entendimiento sociológico para comprender no

solo de qué manera son percibidas las realidades sociales, sino también aquello que denuncian o desean expresar mediante el humor.

«Puesto que la brevedad es el alma del gracioso ingenio y la prolijidad su cuerpo y ornato externo, será breve” (p. 15), es una frase de Shakespeare que a menudo utilizaba Freud al hablar del chiste y su relación con el inconsciente. Y bajo esta misma lógica se consolida el formato de los memes. A propósito de la brevedad lingüística del meme que conforma su parte escrita (a menudo inexistente), Lipps (1898) manifestó en su tiempo muy acertadamente lo siguiente: «El chiste dice lo que dice no siempre con pocas palabras, pero siempre con un número exiguo de ellas, o sea, tal que según una lógica rigurosa o los modos comunes de pensar y de hablar no bastarían. Y aún puede decirlo callándolo” (p. 90).

De ahí que, a pesar de que la imagen y la palabra se complementen a modo de simbiosis en estos extraños productos comunicacionales, la palabra es, a menudo, irrelevante y descartable. Hay memes cuyo significado puede percibirse sin la acotación de la palabra, debido a que el contexto en el que el mensaje semiótico es emitido cobra por sí solo la fuerza y peso suficientes para su entendimiento. Podríamos señalar, en estos casos, que se cumple con el refrán célebre de que “una imagen vale más que mil palabras”.

Pero si de algo nos hemos de percatar es de que la comunicación requiere entendimiento tanto del emisor como del receptor. De nada sirve una imagen y un texto que pueden entenderse por separado, si juntos carecen de sentido lógico para la persona que decodifica el mensaje. Si no existe esta comprensión del mensaje, hablamos de un proceso de intercambio de información fallido, pues no logra su cometido y, por ende, mucho menos, la persuasión. ¿Y cómo podemos asegurarnos de que el mensaje referencial va a ser comprendido con la intencionalidad del emisor? Solo cerciorándonos de que ambas partes conviven en una sociedad bajo un contexto cultural tan similar que lo idóneo es que se trate del mismo. Es decir, acreditando que comparten una serie de vivencias, conocimientos e incluso un argot muy similar. De ahí viene la importancia del contexto, el cual, en el caso del análisis de los memes, será analizado en la dimensión pragmática de la semiótica.

Esta rama es, entonces, una de las más importantes y probablemente en la que más se centre el análisis, debido a que no basta con percibir lo que vemos a través de los símbolos (entendiendo por símbolo la

imagen y el conjunto de palabras que estén presentes), sino cómo estas son percibidas por los receptores. En este punto, cabe señalar que esto es muy relevante, sobre todo teniendo en cuenta la manera vertiginosa en la que el *shitpost* se expande en Internet, porque a menudo esta tipología de meme radica su mensaje y humor en cosas aparentemente carentes de sentido o se expresan de manera totalmente antagónica a lo que en realidad quieren decir, haciendo una alusión directa a la ironía y a un humor complejo que escapa de lo convencional.

### **¿Cómo condensar la información en una unidad de análisis?**

Una vez establecidos los parámetros de análisis, es necesario ordenarlos para que la información que tenemos sobre cada meme sea coherente. De esta necesidad, surge la elaboración de la siguiente tabla, que, de acuerdo al objetivo de hacer un profundo análisis tanto de la parte gráfica como de la escrita, proporciona orden y claridad simultáneamente.

## MODELO DE FICHA PARA EL ANÁLISIS SEMIÓTICO Y RETÓRICO DE MEMES

FICHA 1			
<b>Meme en imagen o video</b>			
<b>Fecha y año de publicación</b>			
<b>categoría</b>			
<b>Fecha de recuperación</b>			
<b>Análisis breve del contenido visual</b>	Dimensión sintáctica	Dimensión semántica	Dimensión pragmática
<b>Contenido escrito</b>			
<b>Análisis breve del contenido escrito</b>			

En esta tabla, se condensan todos los parámetros necesarios a analizar para comprender un meme tanto comunicacional como culturalmente. Para una mejor comprensión de la gran utilidad de este modelo, se presentan unos ejemplos:

FICHA 2.1-ECUADOREAN WAVE

**Meme en imagen o video**



Fuente: Ecuadoreanwave

**Fecha y año de publicación**

8 de abril

**categoría**

Meme en imagen/meme de humor

**Fecha de consulta**

7 de julio de 2020

**Análisis breve del contenido visual**

**Dimensión Sintáctica**  
Se muestra al expresidente de la

**Dimensión Semántica**  
El claro montaje visual

**Dimensión Pragmática**  
El meme hace referencia a un video que se hizo viral en aquel

	<p>república de Ecuador, Rafael Correa, abrazando a un chico adolescente en la calle durante la noche. El joven tiene una expresión afligida y se cubre la cara.</p>	<p>de la imagen muestra a la izquierda a una persona joven, de expresión triste, sentado en la calle. A su lado izquierdo, Rafael Correa le abraza a modo de consuelo, vistiendo la camiseta de su partido político, Alianza país, con sus característicos colores que resaltan y dejan entrever una clara posición política.</p>	<p>entonces, de un chico colombiano que grababa cómo acudía a la casa de su novia para llevarle unos mariachis, pero la descubre teniendo relaciones sexuales con otro sujeto. Justo cuando los músicos estaban comenzando a tocar, se alcanza a ver – a través de las sombras reflejadas en las cortinas de una habitación en un segundo piso –, a su enamorada siéndole infiel. Esto destruye emocionalmente al sujeto que, traicionado, se sienta en la acera a llorar.</p> <p>Pese a que la naturaleza del video que viralizó la web era colombiano, se hace una referencia a Rafael y su supuesta empatía con el pueblo, los más necesitados, como un amigo que apoya y consuela a los débiles, a la gente que sufre.</p> <p>Más tarde se comprobó que el meme fue todo un montaje de la abuela del novio, que tiene miles de seguidores en las redes y que acostumbra a subir contenido de carácter humorístico. Posterior a esto, subió un video donde se veía el tras cámaras. El meme abrió un debate en Internet sobre quiénes eran más infieles: si los hombres o las mujeres.</p>
--	--	---	---

<b>Contenido escrito</b>	(Copy: Humildad, Mashi)		
<b>Análisis breve del contenido escrito</b>	<p>El meme es un claro ejemplo de que a veces una imagen dice más que mil palabras. Al haber nacido en un momento en el que todo el mundo hablaba del video del “soldado caído”, quizá los creadores vieron innecesario decir algo en la imagen. Sin embargo, en el copy puede observarse cómo tratan con cierto cariño al expresidente, refiriéndose a él como “Mashi”, y haciendo énfasis en su humildad. Así, este meme refleja el sentimiento de los adolescentes y el apoyo que encuentran en alguien que se preocupa por los necesitados hasta tal punto de brindarles apoyo en una ruptura amorosa, aunque poco o nada tenga que ver con su rol político.</p>		

FICHA 2.2-ECUADOREAN WAVE

Meme en imagen o video



Fuente: Ecuadoreanwave

Fecha y año de publicación

12 de abril

categoría

Meme en imagen/meme de situación

Fecha de consulta

7 de julio de 2020



Análisis breve del contenido	Dimensión	Dimensión	Dimensión
visual	<p data-bbox="659 261 793 293"><b>Sintáctica</b></p> <p data-bbox="596 331 856 760">Se muestra a una persona probablemente de la zona de la costa de Ecuador, vistiendo una camiseta del equipo de Barcelona.</p>	<p data-bbox="938 261 1073 293"><b>Semántica</b></p> <p data-bbox="875 331 1136 695">A la izquierda se aprecia el símbolo de la plata; a la derecha, el del plomo. La persona se ubica en el centro.</p>	<p data-bbox="1430 261 1564 293"><b>Pragmática</b></p> <p data-bbox="1157 331 1852 1230">No se hace alusión directamente a los elementos químicos presentados, sino a lo que representan. Así, plata vendría a representar el dinero y el plomo a un disparo, haciendo sátira del sicariato y la violencia propia de la región costa, la cual comúnmente trata a los hinchas de Barcelona como delincuentes, por los crímenes que se comenten día a día. Todo ello forma parte de un pensamiento colectivo y social, y una clara referencia a la sociedad costeña. Junto a ello, se hace alusión también a Pablo Escobar, con su mítica frase “plata o plomo”. Así, tráfico de drogas y crímenes son lo que se manifiesta. Este meme no tiene un origen viral; se trata de una imagen perdible en la red, ya que es tan particular y de una comunidad tan pequeña que difícilmente será replicada y viralizada.</p>
Contenido escrito	<p data-bbox="596 1273 821 1300">TRADDE OFFER</p> <p data-bbox="596 1338 968 1365">I RECEIVE: / YOU RECEIVE</p>		

	(Copy: stonks)
<b>Análisis breve del contenido escrito</b>	<p>El texto, anunciado en inglés como “Oferta comercial”, refleja el humor negro con el que es manejada la situación. En cuanto a las figuras retóricas que se presentan, destaca la anáfora, la cual se caracteriza por la repetición de una misma estructura gramatical al inicio de cada oración. Se hace un juego de palabras a través de un pronombre personal (YO/TÚ) seguido del verbo recibir. La significación de cada oración cambia con el último elemento: un sustantivo, en este caso, elementos químicos con interpretación muy evidente (plomo y plata):</p> <p>Pronombre personal (YO)+ verbo (RECIBO)+Complemento (PLATA)</p> <p>Pronombre personal (TÚ)+ verbo (RECIBES)+Complemento (PLOMO)</p> <p>En cuanto al copy, cabe destacar que solitariamente también se trata de un meme, cuyo uso aplica cuando se quiere hacer una burla de un negocio supuestamente factible, pero que en realidad no lo es.</p> <p>El meme nació para reírse del mercado estadounidense y criticar al mercado de valores. De este modo, el meme se utiliza usualmente para representar asuntos comerciales difíciles de digerir. En este caso, su presencia es muy oportuna, ya que la delincuencia y el sicariato es obviamente un negocio de factibilidad muy cuestionable. El humor, inteligente y bilingüe – que es tan complejo que incrusta un meme dentro de otro- hace toda una reflexión con motivo de criticar a las personas que deciden matar por dinero en la región costa del país.</p>

## 6. Viabilidad

Se considera viable el manual para el entendimiento y análisis discursivo de los memes en Ecuador, debido a la carencia de un modelo estructural que sirva de guía para, desde las partes al todo, comprender su complejidad comunicativa. Además, el presente modelo parte de lo comprobado a través de las fichas de observación aplicadas y la información empíricamente científica por otros investigadores de Ecuador expertos en el ámbito académico de las redes sociales y los memes.

## 7. Durabilidad

El tiempo total destinado a la ejecución del manual será de seis meses, entendiendo que la redacción y planificación del mismo podrá ejecutarse en un lapso de tres meses, y posteriormente se prevé aplicar el proceso de divulgación.

## 8. Forma de difusión

El presente manual para el análisis de los memes en Internet será difundido de manera resumida para facilitar y orientar el análisis semiótico y retórico en el cual se explicará la complejidad e importancia comunicativa de los memes que circulan en la web. Para ello, se redactará conforme a lo estudiado, elaborando una lista de pasos a seguir para comprender la naturaleza de un meme, y luego de ello será divulgado por redes sociales para el conocimiento de los internautas. Como, por ejemplo, en conferencias a nivel Latinoamericano.

## 9. Presupuesto

Diseñador gráfico	40,00 \$
Computador	600,00 \$
Pasajes	15,00 \$
<b>TOTAL</b>	<b>645,00 \$</b>

## 10. Estrategia

Una vez hecha la recopilación bibliográfica del objeto de estudio, se procederá a establecer tres parámetros fundamentales para el entendimiento holístico del meme: semiótica, retórica y contexto. Posteriormente, se enumerarán los pasos metodológicos para un correcto análisis de estos tres parámetros, adjuntando ejemplos que corroboren la teoría. Finalmente, la difusión del manual se transcribirá y difundirá. Se prevé difundir los hallazgos a distintas conferencias.

## 11. Actividades

- Búsqueda de bibliografía puntual
- Redacción del manual (parte teórica)
- Redacción del manual (parte metodológica)
- Difusión del contenido planteado
- Evaluación de resultados

## 12. Cronograma

ACTIVIDADES	OCTUBRE				NOVIEMBRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Búsqueda de bibliografía		X						
Redacción del manual (parte teórica)			X					
Redacción del manual (parte metodológica)				X				
Creación de diseño del blog				X	X			
Creación de posts/imágenes						X		
Transcripción del contenido						X		
División del contenido de cada posteo						X		
Aplicación de redacción SEO e hipertextos						X		
Difusión del contenido planteado							X	
Evaluación interna								X

### **13. Evaluación**

El manual para el análisis retórico y semiótico de los memes en Internet se hizo mediante una conferencia de gran relevancia, como la realizada por el Centro de Investigación en Territorios Urbanos y digitales I CUWU, organizado en Guadalajara, México, y expuesto públicamente el 11 de diciembre de 2021.

A continuación, se presenta un análisis FODA para analizar las fuerzas, oportunidades, debilidades y amenazas de la propuesta.

#### **FORTALEZAS**

-La novedad del tema hace que sea un tema de interés de estudio para los nuevos investigadores, que buscan conocer cómo se analiza un meme y su fenómeno, que ha crecido vertiginosamente en la web durante los últimos años.

-La simplicidad con la que se muestra el análisis de un producto comunicacional tan complejo

-Se plantea una forma de análisis nunca antes vista, que puede ayudar en gran medida expertos en netnografía y futuras investigaciones.

#### **OPORTUNIDADES**

-La época de la historia en la que se investiga el meme es una oportunidad de llegar a la gente, pues es su potencial comunicativo es un elemento novedoso dentro de la comunicación

- Se realizan conferencias a nivel latinoamericano que ayudan a difundir temas novedosos relacionados con las nuevas tecnologías y formas de comunicación.

#### **DEBILIDADES**

-falta de información de calidad sobre los temas abordados, por lo que la bibliografía queda algo escasa en comparación con otros temas de carácter internauta.

#### **AMENAZAS**

-el cambio constante al que se expone la web día a día, hace que lo establecido no sea definitivo, sino que cambie conforme perezcan unos tipos de memes y vayan surgiendo otros.

## 14. Bibliografía

- Portilla, J. (1997), Fenomenología del relajo y otros ensayos, México, FCE.
- Bergson, H. (2008), La risa. Ensayo sobre la significación de lo cómico, Madrid, Alianza Editorial.
- Jáuregui Narváez, E. (2008), "Universalidad y variabilidad cultural de la risa y el rumor", en AIBR Revista de Antropología Iberoamericana, vol. 3, núm. 1, Madrid.
- Freud, S. (2008), El chiste y su relación con el inconsciente, Madrid, Alianza editorial.
- Lipps, T. (1883) Grundtatsachen des Seelenlehens, Bonn.
- Zecchetto, Victorino, Marro Mabel, Vicente, Karina (2013). Seis semiólogos en busca del lector: Editor digital: turolero. Disponible en: <http://www.felsemiotica.org/site/wp-content/uploads/2014/10/Zecchetto-Victorino-et-al.-2013-Seis-semi%C3%B3logos-en-busca-del-lector.pdf>
- Galluci, L. (2006) Las figuras retóricas como técnica de creación publicitaria (Trabajo proyectual guiado): Universidad Abierta Interamericana
- Caizaluisa, E. (2017). "Los Memes Como Herramienta De Comunicación Alternativa. Universidad Técnica De Cotopaxi.



Loja, 29 de junio de 2021

Señor Magister,

Hever Sánchez Martínez,

**DIRECTOR DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

Ciudad.

De mi consideración:

Con un atento saludo me dirijo a usted para comunicarle que, atendiendo lo solicitado por su autoridad, mediante oficio Nro. 709-G-CCS-FEAC-UNL, con fecha 15-junio-2021; he revisado la estructura y coherencia del proyecto de tesis titulado: **RETÓRICA MÁS ALLÁ DEL HUMOR: MEMES COMO NUEVOS TRANSMISORES DE INFORMACIÓN EN FACEBOOK**, de autoría de la señorita: Lizbeth Karolina Mora Torres.

Después del proceso solicitado notifico que el proyecto **Es Pertinente**, por lo que considero que es procedente que continúen con los trámites para su graduación, conforme lo señala el Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja en vigencia, salvo el más ilustrado criterio de su autoridad.

Con la confianza de haber atendido satisfactoriamente su pedido, aprovecho para expresarle mis sentidos de consideración y estima.

Atentamente,



Firmado electrónicamente por:

TATIANA  
BETZABE LEON  
ALBERCA

Mgr. Tatiana León Alberca

DOCENTE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL - UNL

---

Oficio No.709-D-CCS-FEAC-UNL  
Loja, 15 de junio de 2021

Magister.

Tatiana León Alberca.

**DOCENTE DE LA FACULTAD DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE Y LA  
COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
Ciudad.-

De mi consideración:

De conformidad a lo dispuesto en los Art. 134 y 135 del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, me permito remitir a usted el Proyecto de Tesis titulado: **RETÓRICA MÁS ALLÁ DEL HUMOR: MEMES COMO NUEVOS TRANSMISORES DE INFORMACIÓN EN FACEBOOK**, de autoría de la señorita: **Lizbeth Karolina Mora Torres**, estudiante de la Carrera de Comunicación Social; a fin de que en un plazo de ocho días hábiles, luego de su análisis y revisión correspondiente se emita el Informe de **Estructura y Coherencia** del mencionado proyecto, mismo que deberá ser coherente con las líneas de investigación de la Carrera,

Aprovecho esta oportunidad para expresarle los sentimientos de mi consideración y estima personal.

Atentamente,

**EN LOS TESOROS DE LA SABIDURIA  
ESTA LA GLORIFICACION DE LA VIDA**



Firmado electrónicamente por:

**HEVER  
SANCHEZ**

Mgs. Hever Sánchez Martínez.

**DIRECTOR DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

HSM/so.

C.c. Interesada, Archivo.

---

**Ciudad Universitaria “Guillermo Falconí Espinosa”  
Telefax 2547192**



## CERTIFICADO DE TRADUCCIÓN

Loja, 17 de mayo de 2022

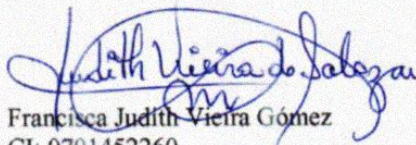
Nombre: Francisca Judith Vieira Gómez

Título: Licenciada en Ciencias de la Educación: Mención Inglés.

### CERTIFICO:

Que he realizado la traducción de español al idioma inglés del resumen del presente estudio investigativo denominado **RETÓRICA MÁS ALLÁ DEL HUMOR: MEMES COMO NUEVOS TRANSMISORES DE INFORMACIÓN EN FACEBOOK** de autoría de la Srta. LIZBETH KAROLINA MORA TORRES, portador de la cédula de identidad número 1900503457, estudiante de la carrera de Comunicación Social de la facultad de la Educación, Arte y la Comunicación de la Universidad Nacional de Loja. Dicho estudio se encuentra bajo la dirección de Mgtr. Tatiana León, previo a la obtención del título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, facultando al interesado hacer uso del presente en lo que este creyera conveniente.



Francisca Judith Vieira Gómez  
CI: 0701452260  
SENECYT N°: 1011-02-191458