



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

EL CONTENIDO POLÍTICO DE LOS MEMES PUBLICADOS EN LA RED SOCIAL TWITTER DURANTE LAS MOVILIZACIONES DE OCTUBRE 2019 EN ECUADOR

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

AUTOR:

Melanie Jessenia León Sánchez

TUTOR:

Dr. Walter Francisco Viteri Torres, Mg.

Ambato – Ecuador

2021

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

CERTIFICA:

Que la señorita Melanie Jessenia León Sánchez, portadora de la C.C. 1804655916, habilitada para obtener el Título de Tercer Nivel; ha concluido su Trabajo de Titulación, Modalidad PROYECTO DE INVESTIGACIÓN; sobre el Tema: “EL CONTENIDO POLÍTICO DE LOS MEMES PUBLICADOS EN LA RED SOCIAL TWITTER DURANTE LAS MOVILIZACIONES DE OCTUBRE 2019 EN ECUADOR”, previo a la obtención del título de Licenciado en Comunicación Social; por lo que en calidad de Tutor del Trabajo de Titulación, certifico de la autenticidad del mencionado Trabajo, y de haberle orientado durante todo el proceso.

Ambato, 8 de febrero de 2021



Dr. Walter Viteri Torres Mg.
PROFESOR/TUTOR
TRABAJO DE TITULACIÓN

AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Los contenidos, análisis, ideas, opiniones, conclusiones y recomendaciones emitidos en el trabajo de investigación: “EL CONTENIDO POLÍTICO DE LOS MEMES PUBLICADOS EN LA RED SOCIAL TWITTER DURANTE LAS MOVILIZACIONES DE OCTUBRE 2019 EN ECUADOR”, son de exclusiva responsabilidad del autor.

Ambato, 8 de febrero de 2021



Melanie Jessenia León Sánchez

C.I. 1804655916

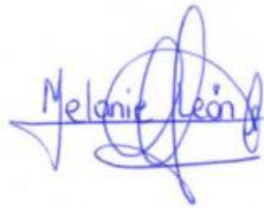
AUTOR

DERECHOS DEL AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de esta tesis o parte de ella un documento disponible para su lectura, consulta y proceso de investigación, según las normas de institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi tesis, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor

Ambato, 8 de febrero de 2021



Melanie Jessenia León Sánchez

C.I. 1804655916

AUTOR

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los Miembros del Tribunal de Grado APRUEBAN el Trabajo de Investigación sobre el tema: “EL CONTENIDO POLÍTICO DE LOS MEMES PUBLICADOS EN LA RED SOCIAL TWITTER DURANTE LAS MOVILIZACIONES DE OCTUBRE 2019 EN ECUADOR”, presentado por la Srita. Melanie Jessenia León Sánchez, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el Título de Licenciada en Comunicación Social de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato,..... de 2021

Para constancia firman:

Presidente

Miembro

Miembro

DEDICATORIA

Dedico esta investigación principalmente a Dios, por haber permitido que culmine este proceso, por la vida, la salud y las bendiciones diarias; por ser mí escudo, refugio y fortaleza.

A mis padres Fredy y Norma por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad, por su apoyo en cada etapa de mi vida universitaria; todos mis logros serán por y para ustedes.

A mi mamita Olimpia, por ser el ángel que siempre me cuida y me ilumina para tomar las mejores decisiones, a papá Amable por sus consejos para no decaer en cada etapa nueva.

A mi hermano Freddy, por siempre ser un apoyo y estar pendiente de mí, a mis sobrinos Dylan y Amy por ser la alegría de la familia.

Melanie León Sánchez

AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento especial a mi hermana de corazón Sylvi, por las palabras de aliento para no decaer, por haberme acompañado en cada paso de este proceso, y por sus consejos; la universidad nos hizo amigas y el tiempo nos hizo hermanas.

A mi familia, por su comprensión y apoyo constante, por ser incondicionales conmigo durante toda la carrera universitaria y motivarme todos los días.

A la universidad y a los docentes de la carrera de Comunicación Social, por enseñarme a tener pasión por lo que hago; especialmente a mi tutor el Dr. Walter Viteri, por siempre estar pendiente y guiarme para la realización del trabajo de titulación; por los consejos no solo académicos, sino también por aquellos que sirven para la vida.

Melanie León Sánchez

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
Certificación del tutor	ii
Autoría del trabajo de titulación.....	iii
Derechos de autor.....	iv
Aprobación del Tribunal de grado	v
Dedicatoria	vi
Agradecimiento	vii
Índice general de contenidos.....	viii
Índice de tablas.....	x
Índice de gráficos	xi
Resumen Ejecutivo.....	xii
Abstract	xiii
CAPITULO I.- MARCO TEÓRICO	1
1.1 Antecedentes Investigativos	1
Comunicación Masiva	7
Red Social Twitter	10
Memes.....	12
Análisis del Contenido.....	14
Movilización Social	16
Político.....	18
1.2 Justificación.....	19
1.3 Contextualización del problema.....	20
1.4 Objetivos:	21
1.4.1 Objetivo General:.....	21
1.4.2 Objetivos Específicos:	21

CAPITULO II.- METODOLOGÍA	22
2.1 Materiales	22
2.2 Métodos	22
CAPÍTULO III.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN	25
3.1 Análisis y discusión de resultados	25
3.2 Verificación de hipótesis	37
CAPÍTULO IV.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	39
4.1 Conclusiones.....	39
4.2 Recomendaciones	40
MATERIALES DE REFERENCIA	41
Referencias Bibliográficas:	41
Anexos	46

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Clasificación de las reacciones del meme.....	26
Tabla 2. Clasificación de los comentarios del meme.....	27
Tabla 3. Clasificación de los comentarios del meme a favor de los manifestantes. .	28
Tabla 4. Clasificación de los comentarios del meme a favor del gobierno.....	30
Tabla 5. Clasificación de los retweets citados con comentarios del meme.....	32
Tabla 6. Clasificación de los retweets (RT) citados con comentarios del meme a favor de los manifestantes.....	34
Tabla 7. Clasificación de los retweets citados con comentarios del meme a favor del gobierno.....	35
Tabla 8. Clasificación de las reacciones del meme de acuerdo a la posición de apoyo.....	36

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Clasificación de las reacciones del meme.....	26
Gráfico 2. Clasificación de los comentarios del meme.....	27
Gráfico 3. Clasificación de los comentarios del meme a favor de los manifestantes.	29
Gráfico 4. Clasificación de los comentarios del meme a favor del gobierno.....	31
Gráfico 5. Clasificación de los retweets citados con comentarios del meme.	32
Gráfico 6. Clasificación de los retweets citados con comentarios del meme a favor de los manifestantes.	34
Gráfico 7. Clasificación de los retweets citados con comentarios del meme a favor del gobierno.....	35
Gráfico 8. Clasificación de las reacciones del meme de acuerdo a la posición de apoyo.....	37

Resumen Ejecutivo

Las redes sociales junto con el internet llegaron para transformar la comunicación, pues gracias a estos sitios se puede establecer relaciones con personas alrededor del mundo e interactuar con ellas de manera fácil y accesible. Así, dentro de las redes sociales los memes se han convertido en una tendencia que no puede faltar, mediante estos se expresa la opinión de las personas sobre un tema que se encuentre en tendencia, pero con un toque satírico; esto no es nuevo, pues los memes son el resultado de la evolución de los panfletos y afiches que las personas utilizaban para manifestar sus ideas, antes de la aparición de internet y las redes sociales.

Es así que, esta investigación tiene por objetivo determinar el mensaje que contienen los memes publicados en la red social Twitter durante las movilizaciones de octubre 2019 en Ecuador, así como identificar y analizar su contenido. Para lo cual se ha tomado en cuenta varios autores e investigaciones en donde se refleja la importancia de los memes en las redes sociales durante acontecimientos importantes que están inmersos en varios aspectos como la política.

Los memes y las redes sociales en la actualidad son importantes dentro del proceso de comunicación, sobre todo en lo que respecta a representar la opinión pública mientras se desarrolla un hecho o suceso trascendental para un país. Por esta razón, la metodología que se utiliza es de carácter cuantitativo, mediante la técnica de análisis del contenido, específicamente del meme publicado en la cuenta @LaEngracia el 11 de octubre de 2019, en la red social Twitter durante las movilizaciones.

Palabras claves: Comunicación masiva, red social Twitter, memes, análisis del contenido, movilización social, político.

Abstract

Social networks along with the internet came to transform communication, because thanks to these sites you can establish relationships with people around the world and interact with them in an easy and accessible way. Thus, within social networks, memes have become a trend that I could not miss, through these the opinion of people is expressed on a topic that is in trend, but with a satirical touch; This is not new, because memes are the result of the evolution of the pamphlets and posters that people used to express their ideas, before the appearance of the internet and social networks.

Thus, this research aims to determine the message contained in the memes published on the social network Twitter during the October 2019 mobilizations in Ecuador, as well as to identify and analyze their content. For which, several authors and investigations have been taken into account where the importance of memes in social networks is reflected during important events that are immersed in various aspects such as politics.

Today memes and social networks are important in the communication process, especially with regard to representing public opinion while developing a momentous event or event for a country. For this reason, the methodology used is quantitative in nature, through the content analysis technique, specifically the meme published on the account @LaEngracia on October 11, 2019, on the social network Twitter during the mobilizations.

Keywords: Mass communication, Twitter social network, memes, content analysis, social mobilization, political.

CAPITULO I.

MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes Investigativos

Los antecedentes para la realización de este tema, así como para situar al lector en el contexto correcto, se logró mediante investigaciones previas tomadas de libros, revistas científicas, páginas de internet y repositorios de varias universidades de Latinoamérica.

Se han encontrado varios trabajos realizados con relación a los memes y el análisis de sus contenidos, sin embargo, no existe un estudio previo con respecto al enfoque que se dio a esta investigación, es decir, las movilizaciones sociales que surgieron en octubre de 2019 en Ecuador.

En el proyecto de investigación realizado por Meso-Ayerdi, Mendiguren-Galdospín y Pérez-Dasilva (2017) sobre “Memes políticos difundidos por usuarios de Twitter. Análisis de la jornada electoral del 26J de 2016”, los autores pretenden analizar el empleo de los memes por parte de la comunidad de usuarios de Twitter durante la jornada electoral del 26J.

Es así como Meso-Ayerdi, Mendiguren-Galdospín y Pérez-Dasilva (2017) dentro del artículo manejan una metodología basada en el análisis de caso, del discurso y de los contenidos con la finalidad de estudiar el empleo de los memes por parte de la comunidad de usuarios de Twitter durante la jornada electoral del 26J; además de la popularidad de los memes en la política como contenido alternativo a través de los cuales los usuarios manifiestan su sentir, generalmente con humor y sátira.

Meso-Ayerdi, Mendiguren-Galdospín y Pérez-Dasilva (2017) mencionan que “el contenido de los memes no depende solamente de crear una imagen que destaque por

su belleza o calidad, si no que los esfuerzos están direccionados en el mensaje que se pretende dar, el cual debe ser poco complejo y de rápida asimilación. Además de que el éxito de un meme está basado en el empleo del humor”.

Por lo cual, dentro de esta investigación se obtuvo como resultado también que, la popularidad de los memes en la red social Twitter está basada en el empleo del humor y de la utilización de imágenes que llamen la atención del usuario, es decir, al contrario de informar lo que se pretende es crear una imagen agradable, con un mensaje poco complejo y de rápida asimilación.

En el artículo elaborado por Castro (2019), “Quería probar que puedo hacer tendencia. Activismos ciudadanos online y prácticas políticas en el Perú”, se analizan dos casos donde se evidencian fenómenos de movilización ciudadana que involucraron a miles de personas debido a la afiliación que tuvieron con cuentas de Facebook, los likes en sus publicaciones y lo viral que se hicieron sus mensajes, gracias a las publicaciones que en su mayoría fueron memes donde lo primordial era el humor, estos fueron ampliamente compartidos por los activistas.

Castro (2019) realiza su investigación con la finalidad de examinar en particular las historias de algunos activistas que animaron sus organizaciones y las formas en que emplearon sus recursos en los distintos entornos mediáticos en los que se desenvolvían. Es así como basa su estudio en un método interpretativo basado en el análisis de dos casos; es este se incluye a los memes como medio de expresión de la opinión pública a través de Facebook, tomado como activismo digital.

“El activismo ciudadano de hoy nos está llevando por la senda de la política de la cultura popular, o política, en la que los elementos emocionales y performáticos que se desarrollan están constituyendo nuevos rituales mediáticos con clara significación social, haciendo posible, además, la visibilización de problemáticas sociales que de otro modo podrían pasar desapercibidos, quedar pendientes o, incluso, impunes” (Castro, 2019).

La investigación realizada por Gallo (2016), “Narrativa y estética racista de memes

regionales del Ecuador en Facebook”, pretende a lo largo del trabajo distinguir los memes racistas – regionalistas en la red social Facebook, específicamente en la página Ecuatoriano Hijuepulpo, la cual se dedica a publicar memes con diversas temáticas; de estos, se ha seleccionado tres memes de contenidos relacionados con el racismo en el Ecuador.

Gallo (2016), basa su estudio en una metodología cualitativa y cuantitativa dentro del análisis de los memes, los cuales para el autor se encuentran enfocados en la sociedad, la cultura, la política y su difusión se da mediante las redes y en diferentes comunidades, pues deben contar con un mismo lenguaje para llegar a ser virales en el ciberespacio.

“El estudio de los memes nos llevan a una misma visión, la cual se refleja en las nuevas narrativas que aparecen en el mundo del ciberespacio, generando el desarrollo de la comunicación global a través de estas nuevas plataformas digitales, donde es factible interactuar y entablar una conversación virtual con varias personas de diferentes partes del mundo” (Gallo, 2016).

Mediante este artículo se conoce de cierta manera la ideología que existe de acuerdo a cada región y por lo tanto la diferencia de tendencias de los memes de acuerdo a la zona, es decir, las preferencias. De esta manera, Gallo (2016) concluye que el estudio de los memes lleva a una misma visión, la cual se refleja en las nuevas narrativas que aparecen en el mundo del ciberespacio, generando el desarrollo de la comunicación global a través de estas nuevas plataformas digitales

En el trabajo de investigación de Alvarado (2018), “Los memes como manifestación satírica de la opinión pública en la política ecuatoriana: estudio del caso “rayo correizador”, el autor busca analizar la opinión pública expresada por los usuarios de la red social digital Twitter a través de las publicaciones hechas con el meme “rayo correizador” desde el 25 de febrero hasta el 8 de marzo 2018.

Para lo cual, el autor utiliza una metodología cuantitativa y cualitativa pues se evalúa si existe contenido humorístico, irónico, de comparación burlesca, o parodia dentro del

meme “rayo correizador”, que se pueda manifestar como sátira política; además, de identificar las interacciones en Twitter provocadas por dicho meme.

Es así como, Alvarado (2018) expone que los memes en el Ecuador se han convertido en una nueva manera de expresarse de forma satírica y en la política va reemplazando la caricatura, todo esto a partir de influenciadores que llevan a tener la misma opinión pública. También concluye que los memes serán replicados en cuanto cobren por sí solos la importancia necesaria en los usuarios mediante coincidencias sociales.

Además, dentro de este estudio se toma como parte principal el uso de la herramienta hashtag (#), la cual para Alvarado (2018) no solo ayuda a que la gente comparta los memes y estos se conviertan en un tema de conversación que puede propagarse, sino que es una herramienta que sirve mucho para esta y cualquier investigación sobre la red social Twitter.

En la investigación “MEMES: Comunicación e identidad, análisis comunicacional de los memes de Crudo Ecuador como representación de la identidad ecuatoriana” elaborada por Rosero (2015), se expone que los componentes de los memes representan los rasgos con los que los ecuatorianos de manera inconscientes se identifican, aquello que los caracteriza para ser llamados ecuatorianos.

Para Rosero (2015) es importante abordar la actualidad de los mecanismos comunicativos, su futuro y la manera en que permiten a las personas generar contenidos propios que permiten visualizar rasgos distintivos de su imaginario social, para lo cual es necesario conocer hasta qué punto los mecanismos digitales son capaces de reflejar fenómenos sociales.

El autor para el desarrollo de esta investigación utiliza una metodología de análisis del discurso, pues se basa en los componentes del discurso de los memes estudiados requieren de un conocimiento contextual cercano por parte del lector, para que este pueda entender en la totalidad el sentido de los memes.

De esta manera, los memes estudiados dentro de esta investigación cumplen con un rol comunicativo, pues sus temas abordan contenidos noticiosos de actualidad

nacional, pero esto visto desde la opinión pública; es por esta razón que para Rosero (2015) “los memes no cumplen con una función informativa, no son noticias y tampoco deberían intentar serlo”.

En el proyecto de investigación realizado por Castañeda (2015), “Los memes y el diseño: contraste entre mensajes verbales y estetizantes”, se examina la efectividad de los mensajes visuales soportados en los memes que circulan en las redes sociales digitales. Para lo cual se contrasta el mensaje propio de los memes con el del diseño de mensajes visuales, específicamente el mensaje del diseño visual de imagen fija y gráfico, que se articula con orden y armonía. Por esta razón, el autor basa su trabajo en un método empírico - analítico.

Para Castañeda (2015), en los memes importa menos la estética visual que la comunicación franca y esa es una noción que requiere reflexiones por parte del diseño de mensajes visuales, porque la efectividad es un asunto ajeno a la estética de sus formas. Es decir, lo importante para que un meme tenga éxito, es que llame la atención en la parte visual, que sea atractivo y llamativo más allá de tener información importante.

“Lo que se entiende como la retórica del diseño privilegia la sintaxis basada en la apariencia y armonía de los componentes del mensaje. Por eso algunos objetos visuales, con los que el diseño proyecta mensajes, se componen de elementos cuyos referentes visuales toman como modelo parámetros del arte para definir su apariencia” (Castañeda, 2015).

En la investigación “Las imágenes macro y los memes de internet: posibilidades de estudio desde las teorías de la comunicación” realizada por García (2014), se presenta otras perspectivas teóricas y conceptuales que puedan ser utilizadas en la construcción de un marco teórico de una investigación sobre memes e imágenes macros de Internet, que den luz sobre cómo y para qué son usados éstos por los usuarios de Internet.

Es así como, se utiliza dentro de este estudio una metodología basada en el análisis del contenido de los memes pues se trabaja en las imágenes macro desde la semiótica, la

cual resulta ser útil para verlas como un sistema de comunicación y analizar su producción e interpretación de significado.

Para García (2014) la inclusión de la teoría sociopsicológica de la comunicación puede convertirse en un aspecto importante para explorar los efectos de las imágenes macro u otros memes de internet. De esta manera, el teorizar estos términos para el autor, es necesario para tener una mayor comprensión de estos fenómenos dentro de los websites, blogs o redes sociales.

Además de ello, García (2014) coincide con varios autores al concluir también que, los memes se han convertido en elementos de información cultural, esto debido a que se transmite de mente a mente con variaciones y selecciones, pero que se dan principalmente por imitación.

Dentro de la investigación Vélez (2012) desarrolla el trabajo en base a un análisis de contenido mediante el cual encuentra que los fenómenos meméticos, como los denomina el autor, se convierten en virales por su propia naturaleza, están tomando cada vez mayor importancia, pues han recibido la atención de los medios masivos, aunque a veces de una manera ingenua.

“El estudio desde nuevas perspectivas también puede llevar a nuevas estrategias, considerando los cambios en las reglas de la comunicación que aparecen, no sólo con el uso de plataformas electrónicas, sino de comunidades virtuales y la forma en que la información se transmite horizontalmente entre los usuarios” (Vélez, 2012).

Es decir, que mediante este artículo y las ideas que plantea Vélez (2012), se demuestra la importancia que ha ido tomando los memes en cuanto a la comunicación, así como la evolución y el éxito que tiene en las diferentes plataformas por el hecho de manejar ideas que concuerdan con la comunidad y la opinión pública.

Martínez – Roldán y Piñero - Otero (2016) mediante su artículo “Los memes en el discurso de los partidos políticos en Twitter : análisis del Debate sobre el Estado de la Nación de 2015”, mediante un análisis del contenido de los gráficos de los memes que

se encuentran en los principales perfiles políticos, buscan estudiar la tipología de imágenes, estrategias comunicativas, hashtags o etiquetas más habituales al igual de la repercusión que estos memes tuvieron mientras se desarrollaba dicho debate.

Además de esto, Martínez – Roldán y Piñero - Otero (2016) pretenden conocer la utilización de las imágenes en el discurso 2.0 de los partidos políticos españoles en la red social Twitter, esto con la finalidad de analizar el empleo de los memes durante el debate sobre el Estado de la Nación.

Es así como, Martínez – Roldán y Piñero - Otero (2016) concluyen que el estudio de los memes políticos permite concretar modos de pensar, comportamientos y acciones tanto de la fuerza política que los emite como de la comunidad que les confiere valor, esto debido a que los memes políticos para estos autores, presentan una manifestación más cuidada que otros contenidos en Internet, aunque con estructuras y recursos similares, sin embargo, en la creación de imágenes originales que permiten la identificación -más o menos directa- de sus emisores.

“El potencial memético de determinados perfiles se basa en el tamaño de las comunidades online pero, sobre todo, en el mayor engagement de estos seguidores con un determinado partido - líder político” (Martínez – Roldán y Piñero - Otero, 2016). Es decir, que con esta investigación queda expuesta la estructura de los memes políticos, cuyo contenido se direcciona hacia sus seguidores o hacia el convencer para atraer más seguidores a una ideología política en específico.

Para comenzar la investigación se ha visto necesario el aclarar conceptos importantes y básicos que se encuentran dentro del marco investigativo.

Comunicación Masiva

A diferencia de un diálogo normal de una conversación donde existe retroalimentación dentro del flujo comunicacional, Thompson (2008) en su libro “Ideología y cultura moderna” menciona que, la comunicación masiva instituye una ruptura fundamental entre el productor y el receptor, de tal manera que los receptores tienen relativamente

poca posibilidad de intervenir en el proceso comunicativo y contribuir a su desarrollo y contenido.

Además, según el mismo Thompson (1991), en su publicación “La comunicación masiva y la cultura moderna”, dice que son varios los teóricos sociales que tratan a la comunicación masiva como una instancia de cohesión social, como un mecanismo institucionalizado para la difusión de valores y creencias colectivas que mantienen las relaciones sociales existentes, y por ende se convierte en un medio por el cual se puede reproducir ideologías.

La comunicación masiva se entiende entonces por aquella información que se transmite de un receptor a un emisor a través de los medios de comunicación, pero con la diferencia que llega a un número importante de personas siendo capaz de influir y llegar a mover masas, “la comunicación masiva ha transformado la naturaleza de la interacción social, el despliegue de los medios técnicos tiene un impacto fundamental en las maneras en que la gente actúa e interactúa entre sí y por tanto contribuye a reestructurar las relaciones sociales existentes por su influencia en la recepción de mensajes mediados, pues reconstruyen los límites entre la vida pública y privada” (Thompson, 2008, pág.328).

La capacidad que tiene la comunicación masiva para llegar a varias personas e influenciar incluso en su comportamiento hace que Thompson (1991) defina una de las características de la comunicación masiva y hace referencia a sus mensajes, los cuales generalmente se convierten en mercancías, es decir, se constituyen como objetos intercambiados en un mercado.

Así, la comunicación masiva permite una reproducción de sus contenidos y mensajes, amplia y eficaz “las formas simbólicas difundidas por la comunicación de masas son inherentemente reproducibles en el sentido de que se pueden producir y poner a disposición de numerosos receptores múltiples copias de ellas” (Thompson, 2008, pág. 320).

El éxito de la comunicación para que se convierta en masiva, depende del contenido

que ofrece el emisor a través de los diferentes medios de comunicación, con mensajes a los cuales el público se identifique, “en un sentido amplio, podemos concebir la comunicación de masas como la producción institucionalizada y la difusión generalizada de bienes simbólicos por conducto de la transmisión y la acumulación de información/comunicación” (Thompson, 2008, pág. 319).

Domínguez (2012) en su libro “Medios de comunicación masiva”, menciona que, “una manera de comunicación de gran importancia en la actualidad es la masiva, con sus respectivas herramientas. Los medios de comunicación masiva permiten a las grandes masas estar en contacto con la información más relevante para cada persona. Los medios de comunicación masiva son bastos y variados, con características similares y con amplias diferencias” (pág. 4).

Es decir, la comunicación masiva a través de los medios permite que el público pueda acceder a información relevante, pero sin que estos puedan interactuar con los protagonistas o creadores de esa información. Es así como Novoa (1980) en su libro “Conceptos básicos de comunicación”, asegura que gracias a la comunicación masiva se puede alcanzar un importante número de audiencia, por medio de un canal de comunicación entre la fuente y el receptor, sin embargo, el hecho de que este canal sea interpuesto dificulta la retroalimentación entre estos dos actores y no permite una vigilancia mutua.

Novoa (1980) expone que “en su uso popular la expresión comunicación de masas se vincula con la idea de televisión, radio, cinematógrafos, periódicos, revistas cómicas etc., pero no deben confundirse esos instrumentos técnicos con el proceso con el cual están relacionadas la comunicación de masas, no es un simple sinónimo de comunicación por medio de la radio, la televisión o alguna otra técnica moderna” (pág.21).

Esto debido a que, por tratarse de un tipo de comunicación normalmente el público lo encasilla en los medios tradicionales, sin embargo, con el tiempo y la aparición de internet la comunicación masiva ha evolucionado y en la actualidad puede llegar un gran número de audiencia con información que viaja a todo el mundo de manera fácil

y veloz.

Red Social Twitter

Las redes sociales junto con el internet llegaron para transformar la comunicación, pues son sitios donde se puede establecer relaciones con más personas alrededor del mundo e interactuar con las mismas, Miranda (2012) en su investigación “Desde ayer empecé a ser omnipresente: la construcción virtual del cuerpo en Facebook chat”, menciona a Wilbur (2000) y hacer referencia a las redes sociales como un espacio donde se busca aceptación y reconocimiento por parte de personas que no conocemos bajo el contexto de una interacción anónima.

Para Haythornthwaite y Wellman (1998) en su publicación “Trabajo, amistad y uso de los medios para el intercambio de información en una organización en red”, exponen que un grupo de personas, ya sean organizaciones o entidades sociales forman una red social, que se conecta mediante nexos de amistad, trabajo, intercambio de información, etc.

De esta manera, las redes sociales fueron tomando fuerza a partir de 2005 y han evolucionado y ganado más audiencias con el paso de los años, para Celaya (2008) el éxito de las redes sociales se debe a que se convirtieron en un lugar en internet donde se puede publicar y compartir con terceras personas, conocidos o no, cualquier tipo de información ya sea esta personal o profesional.

El mismo Celaya (2008) propone una clasificación de las redes sociales, entre las que se destacan las denominadas “generalistas”, estas se caracterizan porque los usuarios crean cuentas para estar en contacto con personas cercanas y no tan cercanas, para comunicarse o para compartir información personal como videos o fotografías; es en este grupo donde entra la red social Twitter.

Twitter, surge en Estados Unidos en 2006 y se trata de una red social mediante la cual se puede seguir cuentas oficiales de personajes públicos o famosos, crear perfiles personales en donde se puede publicar fotografías, videos y hacer tweets de hasta 208

caracteres ya sean estos de texto o con alguna dirección URL que dirige hacia otro sitio, también se puede realizar retweets para publicar contenido en la cuenta personal que otro usuario haya realizado, es decir, compartir.

Cobos (2010) en su publicación “Twitter como fuente para periodistas latinoamericanos” informa que “el servicio fue lanzado inicialmente en inglés y solo hasta noviembre de 2009 estuvo disponible su interfase en español. El 2009 también fue el año en el cual alcanzó su popularidad internacional al finalizarlo con más de 75 millones de usuarios registrados. Además, pasó de publicar 5.000 trinos diarios en el 2007 a aproximadamente 40 millones diarios a diciembre de 2009” (pág.4).

Crucianielli (2010) en su libro “Herramientas digitales para periodistas”, manifiesta que lo importante en Twitter no es solo lograr que la cuenta personal tenga varios seguidores, más bien se centra en lo necesario de seguir a las personas adecuadas, por el hecho de obtener una gran cantidad de información diaria, de esta manera, los datos que cada persona le interese saber, vendrán por sí solos.

Uno de los aspectos importantes que caracteriza a la red social Twitter, es el uso de los hashtags o etiquetas (#), mediante la cual se agrupan tweets que hablen del mismo tema utilizando el hashtag para mencionar una palabra en específico, mientras más menciones tenga, se vuelve tendencia a nivel local e incluso a nivel mundial. Gracias a esto, se puede decir que un número importante de personas, están hablando de una misma situación.

Crucianielli (2010) explica que “cuando un usuario quiere crear una etiqueta (muy útil para clasificar temas), lo único que debe hacer es anteponer el signo numeral (#) a la misma. Los hashtags más populares se convierten en lo que se conoce como “trending topic” o “tópico de moda”. Este sitio muestra la lista de los temas más populares, agrupándolos por tag o etiqueta” (pág.94).

En cuanto al aspecto nacional, Zerega Garaycoa (2015) en su artículo “Un “tuitero” por la independencia: una experiencia del uso de Twitter para la enseñanza de Historia” menciona que la red social Twitter “se ha convertido en un espacio de debate, opinión y

visibilización de diferentes actores social, quienes se convocan a “tuiteraos”. La convocatoria incluye la definición de un hashtag específico con el que se tuitea durante aproximadamente una hora para visibilizar opiniones en relación a dicha problemática. Es frecuente que los actores y movimientos sociales se citen en la red para participar en “tuiteraos” en horarios específicos”.

De esta manera, las convocatorias se dan para generar presencia en las redes sociales con el fin de estar en los trending topics de un tema, un ranking que se genera a partir de palabras o frases más repetidas en la red social Twitter (Zerega Garaycoa, 2015).

Memes

El término fue acuñado por Richard Dawkins, en su libro “El gen egoísta” donde menciona necesitar un nombre para darle al nuevo replicador. “«Mímeme» se deriva de una apropiada raíz griega, pero deseo un monosílabo que suene algo parecido a «gen». Espero que mis amigos clasicistas me perdonen si abrevio mímeme y lo dejo en meme. Si sirve de algún consuelo, cabe pensar, como otra alternativa, que se relaciona con memoria o con la palabra francesa meme” (Dawkins, 1993, pág. 128).

Es así como, el meme inicia como un elemento mediante el cual se puede reproducir ideas, conocimientos e incluso información cultural, esto debido a que el lenguaje, la religión, la moda, las tradiciones, el arte son en sí memes o ambientes propicios para la creación y propagación de memes (Dawkins, 1993). Por esta razón el autor hace una analogía al tomar al meme como un gen, pues gracias a este se puede replicar la cultura de una persona a otra.

Entre los primeros estudios realizados con respecto a los memes, se encuentra la investigación “The language of internet memes”, en donde Patrick Davison (2012) los toma como “una pieza de cultura, típicamente una broma, que gana influencia a través de la transmisión por la red”. (pág.122).

De esta manera, el autor manifiesta que los memes publicados en internet pueden tener características que deben ser analizadas como su influencia, las diferencias de comportamientos y la replicación que estos pueden tener (Davison, 2012). Estos

factores cumplen un papel fundamental al momento de analizar el alcance de los memes en la difusión dentro de las redes sociales.

Así mismo, García - Huerta (2014) en su publicación “las imágenes macro y los memes de internet: posibilidades de estudio desde las teorías de la comunicación”, manifiesta que “los memes son elementos de información cultural que se transmite de mente a mente con variaciones y selecciones, principalmente por imitación y con tres características: fidelidad, fecundidad y longevidad”. (pág.1).

De esta manera, en los memes se entiende como fidelidad aquello que se pueda copiar y compartir con facilidad; los memes son a menudo acertados porque son memorables, más que porque son importantes o útiles (Blackmore, 2001). Por otro lado, la fecundidad se mide en el número de veces compartidas pues se trata de la aceptación del meme en las personas. Cuanto más rápidamente se difunde, más probable es que capte la atención del público al que se dirige, y ser replicado y distribuido (Brodie, 1996). Y la longevidad se basa en el éxito que tenga el meme, mientras más famoso sea el meme más tiempo durará en las redes sociales.

El meme también puede definirse como una unidad de contenido que tiene una intencionalidad y se expresa mediante un formato primordialmente visual según menciona (Milner, 2016) en su publicación “Pop polyvocality: Internet memes, public participation, and the occupy Wall Street movement”; es por esta razón que en la actualidad los memes se conforman por una imagen, video, gif y texto, los cuales tratan temas específicos o que se encuentran en tendencia.

Pero no todos los memes son iguales, pues no tienen el mismo mensaje, creatividad o éxito en el momento de su difusión, todo depende de la forma en cómo se llega al público, esto debido a que “la realidad ha dejado de ser interesante por tiempo sostenido y lo que deseamos inmediatamente después de ella es ver las nuevas imágenes que sobre ella circulan en la Red” (Cortázar-Rodríguez, 2014, pág. 195).

Rosero (2015), en su investigación “MEMES: Comunicación e identidad, análisis comunicacional de los memes de Crudo Ecuador como representación de la identidad

ecuatoriana” manifiesta que “la capacidad del meme para adaptarse a todo tipo de entorno, tanto social como espacial y temporal, lo convierte en algo más que un simple objeto de consumo cultural. El meme tiene la capacidad de mutar y adquirir un carácter viral gracias a la facilidad de las variables de su mensaje para adaptarse a nuevos usuarios con el fin de sobrevivir un mayor tiempo en el ciberespacio”.

Así, los memes se han convertido en una tendencia que no puede faltar dentro de las redes sociales, pues mediante estos se expresa la opinión de las personas sobre un tema en debate, pero con un toque burlesco; esto no es nuevo, pues los memes son la transformación que los panfletos y afiches sufrieron con el paso del tiempo, y claro esto se debe al éxito que han tenido los memes gracias a la aparición del internet.

Análisis del Contenido

Según Berelson (1952) en su libro “Content analysis in communication research” define al análisis del contenido como “una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido de la comunicación, aunque puede ser utilizada en otros campos como en el análisis cualitativo de variables o en el estudio de la complejidad de un fenómeno entre otros”. (pág.18).

Otra definición de análisis del contenido presenta Krippendorff (1980) en su libro “Metodología de análisis de contenido”, donde menciona que se considera una de las metodologías más importantes de la investigación en comunicación y explica que su objetivo es estudiar de manera rigurosa aquellos mensajes que se intercambian en el proceso de comunicación.

Es así como, el análisis del contenido se representa como un conjunto de técnicas necesaria para estudiar no solo los textos, si no también, la producción de las imágenes o el porqué de su presentación, es decir, elementos que de cierta manera se encuentran implícitos en un mensaje; “el análisis de contenido es una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que pueden aplicarse a su contexto” (Krippendorff, 1980, pag. 29).

Kerlinger (1988) en su libro “Investigación del comportamiento”, considera al análisis del contenido como “un método de observación y medición. En lugar de observar el comportamiento de las personas en forma directa, o de pedirles que respondan a escalas, o aun de entrevistarlas, el investigador toma las comunicaciones que la gente ha producido y pregunta acerca de dichas comunicaciones”. (pág. 543).

De igual manera, Ascanio (2001) en su libro “Análisis de contenido del discurso político” toma al análisis de contenido como una técnica mediante la cual según el autor se “extrae lo esencial de los textos analizados, “atomizando” primero la información en unidades de análisis, que a manera de “cápsulas informativas” son luego reagrupadas dentro de un sistema de categorías previamente concebido, el cual nace de lograr un balance entre el marco teórico o referencial y lo que manifiestan los textos analizados, lo que ayuda a responder las preguntas que se hacen los investigadores y a confirmar o no las hipótesis de trabajo” (pág.23).

Así mismo, dentro de este texto se manifiesta lo que un análisis del contenido debe ser, “(1) sistemático, al establecer reglas para categorizar y codificar; así como para establecer las unidades de análisis, en función del planteamiento del problema, del marco lógico y las hipótesis; (2) objetivo, para permitir que otros investigadores, siguiendo las mismas reglas y criterios, lleguen al mismo resultado; (3) subjetivo, pues es necesario realizar dos niveles de análisis, el superficial con el mensaje manifiesto que denota, y el reflexivo asociativo en el mensaje latente que connota; (4) multidisciplinario, ya que se aplican conceptos lingüísticos, psicológicos, políticos, sociológicos y estadísticos; y (5) computable, pues se utilizan softwares para el procesamiento y análisis de los textos” (Ascanio, 2001, pág.33).

Para Bardin (2002) en el libro “Análisis de contenido”, explica que el análisis de contenido es un método más empírico, pues en este no existen plantillas que sean ya definidas para el análisis o que ya estén confeccionadas y listas para usar, de esta manera, se encuentra solo patrones que sirven de base, todo esto dependiendo del tipo de discurso en que se centre y del tipo de interpretación que se persiga. “El análisis de contenido es un conjunto de técnicas de análisis de comunicaciones. No se trata de un instrumento, sino de un abanico de útiles; o más exactamente de un solo útil, pero

caracterizado por una gran disparidad de formas y adaptable, a un campo de aplicación muy extenso: las comunicaciones” (Bardin, 2002, pág. 23).

De esta manera, para Bardin (2002) el análisis de contenido va mucho más allá que solo el contenido, pues al mencionar que se aplica en el mundo de la comunicación, hace referencia al hecho de que también este análisis involucra al estudio de los significados y significantes.

Movilización Social

Unicef (2014) define a la movilización social como “el proceso que involucra y motiva a una amplia gama de aliados en los planos nacionales y local; en lo que concierne a elevar los niveles de conciencia y exigir la conquista de un objetivo del desarrollo determinado mediante el diálogo personal. Como parte de ese proceso, los integrantes de las instituciones, las redes comunitarias, las agrupaciones cívicas y religiosas y otros, que colaboran de manera coordinada para entablar diálogos con sectores específicos de la población a los que se desea dirigir mensajes puntuales. En otras palabras, la movilización social tiene como objetivo facilitar el cambio por medio del accionar de diversos protagonistas de esfuerzos interrelacionados y complementarios”.

De esta manera, se puede entender a la movilización social como un grupo que buscan conseguir un objetivo en común. La movilización es un modo de obtener y disponer determinados recursos para la consecución de ciertos fines (Zald & McCarthy, 1977). Blumer (1959) centra su estudio en los problemas sociales, y toma a estos como la motivación que lleva a las personas a participar en las movilizaciones sociales, donde los movimientos sociales son una forma de actor colectivo que promueve cambios sociales o busca un bien común.

Bautista (2012) en su publicación “Alternativas analíticas en el campo de la movilización social en Colombia: la acción colectiva de alto riesgo. Lecturas a propósito de la protesta campesina en el Tolima”, menciona que “la violencia política se entiende como un recurso utilizado por aquellos a quienes la movilización social plantea desafíos, siendo, por tanto, parte de la relación política que se va construyendo

en los procesos colectivos”. (pág. 63).

Por su lado, Trom (2008) en su estudio “Gramática de la movilización y vocabularios de motivos”, considerará a las movilizaciones sociales como performances, como acción situada, parte del proceso de configuración de un colectivo, para lo cual, aconseja el indagar en los motivos de la movilización, no reducidos a la subjetividad de los actores, es decir, dar importancia a las movilizaciones sociales y tomar en cuenta las peticiones de las organizaciones que las conforman.

Tarrow (1997), en su libro “El poder en movimiento Los movimientos sociales, la acción colectiva y la política”, expone que “el poder de los movimientos se pone de manifiesto cuando los ciudadanos corrientes unen sus fuerzas para enfrentarse a las élites, a las autoridades y a sus antagonistas sociales. Crear, coordinar y mantener esta interacción es la contribución específica de los movimientos sociales, que surgen cuando se dan las oportunidades políticas para la intervención de agentes sociales que normalmente carecen de ellas” (pág. 17).

Los movimientos atraen a las personas hacia una acción colectiva por medio de reportorios conocidos de enfrentamiento, esto trae como resultado las movilizaciones sociales en cuya base se encuentran las redes sociales y los símbolos culturales, mediante los cuales se forman las relaciones sociales (Tarrow, 1997).

Es así como las movilizaciones sociales se organizan con el fin de conseguir un mismo objetivo, es decir, se busca el bienestar de todos, “en particular, agrupar a la gente en una acción colectiva coordinada en momentos estratégicos de la historia requiere una solución social, lo que llamaré la necesidad de solventar los costes sociales transaccionales de la acción colectiva. Esto supone la puesta en escena de desafíos colectivos, la concepción de objetivos comunes, la potenciación de la solidaridad y el mantenimiento de la acción colectiva; las propiedades básicas de los movimientos sociales” (Tarrow, 1997, pág.21).

Por esta razón, Campera (2015), en su artículo de investigación “La concepción de la movilización social a partir de los orígenes del Movimiento Indígena Manuel Quintín

Lame, en el período histórico colombiano (1910-1930)” concluye que “la idea de la movilización social está intrínsecamente ligada con los postulados planteados por los movimientos sociales, como un medio el cual les permite lograr sus objetivos y reivindicaciones sociales” (pág.24).

Político

Weber (1993) en su estudio “El político y el científico” hace referencia a “lo político (como acto subjetivo) y la política (como propósito público), por tanto, encuentran su materialidad en la constitución de Estado que suponen, es decir, en aquella comunidad política situada dentro de los límites de un territorio determinado”.

Además asegura que “la política es usualmente entendida como la influencia de definir la trayectoria de una entidad política determinada, en nuestro caso, la del Estado. Lo político, de manera consecuente, es la “aspiración a tomar parte en el poder o a influir en la distribución del mismo, ya sea entre los diferentes Estados, ya en lo que concierne, dentro del propio Estado, a los distintos conglomerados de individuos que lo integran” (Weber, 1993, pág.8).

Para Echeverría y González (2019), en su publicación “Los memes como entretenimiento político. Recepción, usos y significados”, el aspecto político junto con los memes es una relación actual interesante de estudiar, pues mencionan que “para un segmento de las audiencias, el humor con referentes políticos es la forma privilegiada e incluso única de informarse acerca de la política. El ensanchamiento democrático de la libertad de expresión, así como la abundancia mediática contemporánea, permite la proliferación de formatos —sobre todo televisivos— en los que el humor y la sátira política respecto a actores, situaciones y temas políticos son un asunto cotidiano” (pág.118).

“Caracterizamos los memes como un formato de expresión y opinión políticas, por lo común subversivo, que se cifra en códigos populares de humor. En consecuencia, son capaces de relacionar a sus audiencias con referentes políticos actuales a través del placer y del entretenimiento, y de proporcionar elementos de sentido útiles para el

ejercicio de su ciudadanía; en particular, en términos de conocimiento y participación” (Echeverría y González, 2019, pág.122).

Por su lado, Vélez (2015) en su investigación “Influyendo en el ciberespacio con humor: imemes y otros fenómenos” menciona que, “si bien el uso del humor para generar crítica política no es nuevo, se pueden considerar los memes como la nueva caricatura política, debido a que, en lugar de ser producidos exclusivamente por los medios masivos tradicionales, hoy los puede crear cualquier persona que cuente con los conocimientos básicos acerca de las nuevas tecnologías de la comunicación”.

1.2. Justificación:

Las redes sociales junto con el internet llegaron para transformar la comunicación, pues gracias a estos sitios se puede establecer relaciones con personas alrededor del mundo e interactuar con ellas de manera fácil y accesible. Así, dentro de las redes sociales los memes se han convertido en una tendencia que no puede faltar, mediante estos se expresa la opinión de las personas sobre un tema que se encuentre en tendencia, pero con un toque satírico; esto no es nuevo, pues los memes son el resultado de la evolución de los panfletos y afiches que las personas utilizaba para manifestar sus ideas, antes de la aparición de internet y las redes sociales.

Por lo que, mediante esta investigación se pretende analizar el contenido de los memes, dentro de un contexto nacional y en una situación donde se convirtieron en los protagonistas; por medio de los memes, la ciudadanía ecuatoriana durante las 1 movilizaciones de octubre de 2019 expresó su malestar o su apoyo con respecto a lo sucedido durante este suceso.

Por esta razón, la idea de este estudio es llegar a conocer el mensaje del contenido de los memes que se publicaron durante las manifestaciones, por lo cual, esta investigación es importante pues se pretende entender la opinión pública que en ese momento se expresaba a través de las redes sociales y ver cómo se relacionó esta opinión con los memes.

De esta manera, el tema de investigación resulta factible, ya que se cuenta con todos los recursos indispensables para la realización del mismo. En cuanto a la obtención de la información para el desarrollo y la sustentación del trabajo, existe toda la bibliografía necesaria. Además, para el proceso de selección y análisis de los memes, la información se encuentra en las redes sociales de manera pública.

La presente investigación cuenta con originalidad, pues no existe un estudio previo con respecto al enfoque que se pretende dar, así como tampoco en el contexto que se desarrollará el tema. Es decir, no se encontraron evidencias de un estudio previo del análisis de contenido de los memes publicados durante las movilizaciones de octubre 2019 en Ecuador, por lo cual, este estudio resulta ser único.

1.3. Contextualización del problema:

Tras el anuncio por parte del presidente Lenin Moreno, de ciertas medidas económicas establecidas bajo un decreto para poner en marcha en el país, se desató una serie de manifestaciones iniciadas desde el 2 hasta el 13 de octubre de 2019 en Ecuador, en contra de las medidas tomadas y en contra del propio gobierno.

Así, varias instituciones se unieron para demostrar su inconformidad y exigir un cambio en las medidas económicas, dentro de estas instituciones se encontraron el Frente Unitario de Trabajadores (FUT), la Confederación de Nacionalidades Indígenas (CONAIE) y la Federación de Cooperativas de Transporte Público de Pasajeros (FENACOTIP).

Mientras se desarrollaban las manifestaciones, se dieron varios actos delictivos, destrozos de los bienes materiales de algunos puntos de las ciudades especialmente parques, árboles y aceras, por lo que se tuvo un total de 1330 personas detenidas, varias personas heridas tanto policías como manifestantes y bloqueos en varios puntos del país.

Finalmente el 13 de octubre la CONAIE junto con el gobierno de Lenin Moreno, tras una reunión donde intervino la Organización de Naciones Unidas (ONU), se llegó a

un acuerdo donde se eliminaría el decreto 883, el cual consistía principalmente en la eliminación del subsidio a la gasolina.

1.4 Objetivos:

1.4.1 Objetivo General:

Determinar el mensaje que contienen los memes publicados en la red social Twitter durante las movilizaciones de octubre 2019 en Ecuador.

1.4.2 Objetivos Específicos:

- Identificar el contenido de los memes publicados en la red social Twitter durante las movilizaciones de octubre 2019 en Ecuador.
- Analizar el contenido de los memes publicados en la red social Twitter durante las movilizaciones de octubre 2019 en Ecuador.
- Diagnosticar el mensaje del contenido de los memes publicados en la red social Twitter durante las movilizaciones de octubre 2019 en Ecuador.

Para el cumplimiento de estos objetivos, se partió del análisis de los comentarios observados en base al meme compartido en la cuenta @LaEngracia, así como las reacciones que este generó en los usuarios de la red social Twitter; mediante un proceso exploratorio y una clasificación de la información obtenida, se logró identificar el mensaje que dejó el meme al público y analizar su contenido desde un aspecto político.

CAPITULO II.

METODOLOGÍA

2.1 Materiales

Humanos. – fue necesario como parte de los recursos humanos la colaboración del docente tutor encargado de la tesis, Dr. Walter Viteri, además de la persona que maneja la cuenta @LaEngracia en la red social Twitter. Así también, los usuarios que interactuaron con el meme publicado en la cuenta @LaEngracia el 11 de octubre de 2019, sobre los acontecimientos que sucedieron durante las movilizaciones.

Institucionales. - se contó con el apoyo de la Universidad Técnica de Ambato y la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales mediante la entrega de las resoluciones respectivas para continuar con el proceso de titulación.

Físicos. - se utilizaron herramientas de oficina como computadora, internet, celular, suministros de oficina, libros, revistas, documentos y artículos.

Económico. - autogestión durante la investigación como en la compra de los materiales que fueron necesarios, los implementos de oficina y los servicios básicos.

2.2 Métodos

La presente investigación se basó en una metodología de carácter cuantitativo. Hernández Sampieri (2014) menciona que “el enfoque cuantitativo es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar” o eludir pasos” (pág. 3), esto debido a que el autor manifiesta que “la investigación cuantitativa ofrece la posibilidad de generalizar los resultados más ampliamente, otorga control sobre los fenómenos, así como un punto de vista basado en conteos y magnitudes. También, brinda una gran posibilidad de repetición y se centra en puntos específicos de tales fenómenos, además de que facilita la comparación entre estudios similares”

(Hernández Sampieri, 2014, pág.15).

La técnica que se ejecutó dentro de este trabajo fue el análisis de contenido político de los memes publicados en la red social Twitter durante las movilizaciones de octubre de 2019 en el Ecuador, esta herramienta se aplicó de acuerdo a la idea que presenta Hernández Sampieri (2014), “es una técnica para estudiar cualquier tipo de comunicación de una manera “objetiva” y sistemática, que cuantifica los mensajes o contenidos en categorías y subcategorías, y los somete a análisis estadístico” (pág. 251).

“El análisis de contenido puede aplicarse virtualmente a cualquier forma de comunicación [páginas web (como las de anuncios publicitarios o personales) y a toda clase de blogs, mensajes en redes sociales de internet (whatsApp, twitter, facebook, etc.), programas televisivos o radiofónicos, artículos en prensa o periódicos electrónicos, libros, poemas, conversaciones, pinturas, discursos, cartas, melodías, leyes y reglamentos, etc.]” (Hernández Sampieri, 2014, pág.27).

En cuanto al tipo de investigación se manejó el exploratorio debido a que “se realiza cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes” (Hernández Sampieri, 2014, pág.91).

Pues si bien es cierto, el análisis de los memes se ha estudiado dentro de otros aspectos, no existen evidencias de una investigación previa sobre los memes publicados durante el paro de octubre 2019 en el Ecuador. Además, recae dentro de un marco descriptivo, pues según Hernández Sampieri (2014) “se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas” (pág. 92).

El instrumento que se utilizó para la realización del análisis de contenido se basó en la

idea que plantean (Krippendorff y Bock, 2008) mencionados en Hernández Sampieri (2014), “el análisis de contenido se efectúa por medio de la codificación, es decir, el proceso en virtud del cual las características relevantes del contenido de un mensaje se transforman en unidades que permitan su clasificación o categorización precisa. Lo importante del mensaje se convierte en algo susceptible de describir y analizar. Para codificar es necesario definir el universo, las unidades de análisis y las categorías de análisis” (pág. 28).

El objeto de estudio de este proyecto se centró en el meme compartido por la cuenta @LaEngracia en la red social Twitter, el 11 de octubre de 2019, el cuál ha sido encontrado mediante la utilización del hashtag #ParoNacialeEC. La cuenta @LaEngracia fue creada en agosto de 2010 y tiene actualmente 144 seguidores.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Análisis y discusión de resultados

Para el análisis del contenido del meme compartido por la cuenta @LaEngracia en la red social Twitter durante las movilizaciones de octubre de 2019 en Ecuador, así como para determinar el mensaje que este meme dejó al público, se clasificó la información obtenida de la siguiente manera, en busca de los resultados deseados.



Descripción: Imagen del meme publicado en la cuenta @LaEngracia el 11 de octubre de 2019, durante las movilizaciones por el paro nacional.

Fuente: @LaEngracia

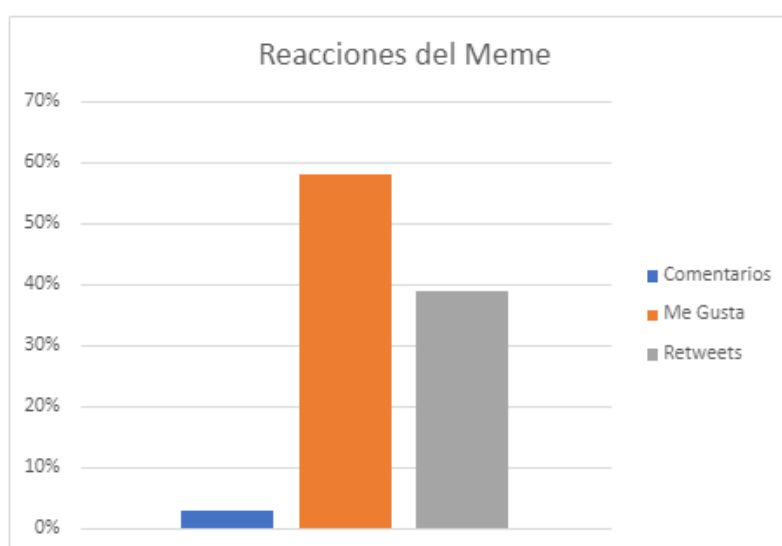
Tabla 1. Clasificación de las reacciones del meme.

Comentarios	12
Me gusta	219
Retweets	145

Fuente: @LaEngracia

Elaborado por: Melanie León

Gráfico 1. Clasificación de las reacciones del meme.



Fuente: @LaEngracia

Elaborado por: Melanie León

El meme publicado en la cuenta @LaEngracia obtuvo un total de 376 reacciones, de las cuales la mayoría se puede ver reflejada en los me gusta con un total de 219 que representan el 58%, en cuanto a los retweets se tiene un total de 145, es decir un 39% y por último las personas se manifiestan a través de 12 comentarios, que es el 3%.

A partir de esto, el análisis del meme se basó en su contenido político, es por esta razón que se ha tomado en cuenta las reacciones que estaban a favor del gobierno ecuatoriano liderado por Lenin Morena, es decir, que se direccionan hacia el pensamiento izquierdista; y los que se encuentren a favor de los manifestantes, liderados por Jaime Vargas, presidente de la CONAIE (Confederación de Nacionalidades Indígenas del

Ecuador).

De esta manera, en cuanto a las reacciones que alcanzó el meme durante las movilizaciones, específicamente en los comentarios se obtuvo que:

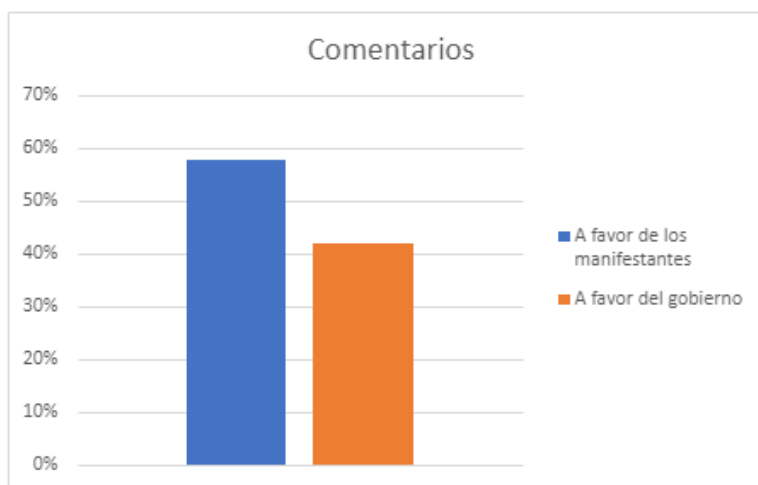
Tabla 2. Clasificación de los comentarios del meme.

COMENTARIOS	
A favor de los manifestantes	7
A favor del gobierno	5

Fuente: @LaEngracia

Elaborado por: Melanie León

Gráfico 2. Clasificación de los comentarios del meme.



Fuente: @LaEngracia

Elaborado por: Melanie León

De los 12 comentarios que se manifestaron en este meme, se observó como 7 que representan el 58% de total de comentarios, se encuentra a favor de los manifestantes, mientras que 5 personas, es decir, el 42% comentaron a favor del gobierno ecuatoriano.

De los comentarios a favor de los manifestantes se pudo observar el apoyo mediante la opinión de 7 personas, a las cuales se puso nombres ficticios para mayor seguridad,

de esta manera los comentarios que se obtuvieron son:

“Antes tanqueaba mi carro a Diésel con \$15, ahora me tocó pagar \$34, pagué casi \$20 más de mi bolsillo, Fuerza”, David Freire.

“Los indígenas trabajan en el campo ellos producen muchos de los alimentos que consumes”, Fernando Lara.

“No se detengan, luchen por los subsidios, protesten por TODOS. Fuerza #ParoNacionaleEC” Marco Jarrín.

“Literal la imagen lo dice todo..... Materialistas”, Marcelo Proaño.

“La cruda realidad”, Alexandra Pérez.

“Obvio...hermano quien les trajo como carnaza a mis indígenas??? Y su pretexto destruir tu ciudad??”, Gabriela Suárez.

“Las papas, las cebollas y más hortalizas no se siembran solas ... pendejo!!!!”, Claudio Medina.

Es así que, a partir de estos comentarios se clasificó la información, en aquellos comentarios con direccionamiento político partidista, y aquella opinión político no partidista:

Tabla 3. Clasificación de los comentarios del meme a favor de los manifestantes.

COMENTARIOS A FAVOR DE LOS MANIFESTANTES	
Político partidista ¹	2
Político no partidista ²	5

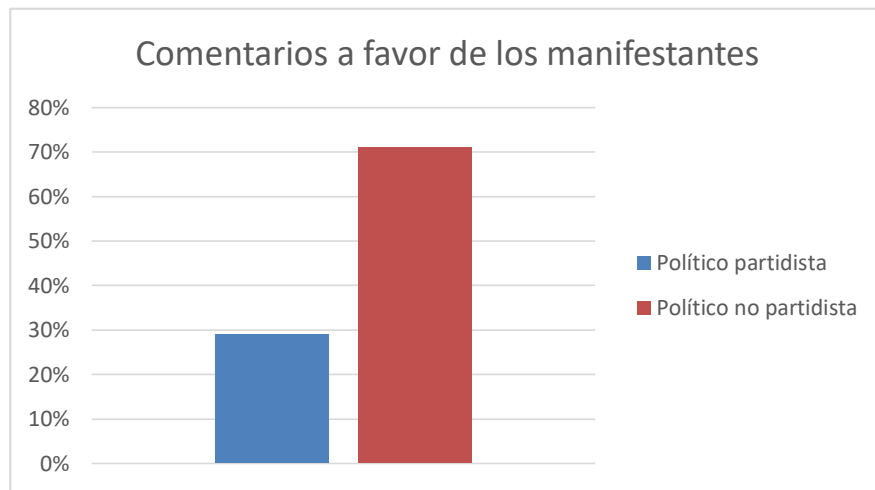
Fuente: @LaEngracia

Elaborado por: Melanie León

¹ Se relaciona con algún partido político y se inclina favorablemente hacia su ideología.

² No se ve involucrado en ningún partido político y se desprende de aquellas ideologías.

Gráfico 3. Clasificación de los comentarios del meme a favor de los manifestantes.



Fuente: @LaEngracia

Elaborado por: Melanie León

De los 7 comentarios a favor de los manifestantes el 71%, es decir, 5 personas dieron una opinión política no partidista, solo mencionando palabras como “fuerza” o dando un apoyo humanitario especialmente a los manifestantes indígenas. En cambio, el 29% que representa a 2 personas, apoyan a los manifestantes no solo de manera humanitaria pues están a favor de ellos por el hecho de salir a luchar por los subsidios, y no estar de acuerdo con la decisión del gobierno.

Por otro lado, los comentarios a favor del gobierno se vieron expuestos por la opinión de alrededor de 5 personas, donde se pudo observar lo siguiente:

“Y se paga, no te dan productos gratis”, Alexander Gaviláñez.

Respuesta a: *“Los indígenas trabajan en el campo ellos producen muchos de los alimentos que consumes”, Fernando Lara.*

“Se aplica a los pocos árboles de la zona reestructurada de Guayaquil”, Andrés Medina.

“Respuesta: Esta es la gran verdad... NO es una Protesta sino un golpe de Estado. La @CONAIE_Ecuador nuevamente se unió con el traidor #PresoCorreaPreso para

sacar a @Lenin y regresar Correa”, Christian Álvarez.

“Ellos @CONAIE_Ecuador tienen un gran objetivo... y lo están consiguiendo” Carlos Cruz.

Respuesta a: “Respuesta: Esta es la gran verdad... NO es una Protesta sino un golpe de Estado. La @CONAIE_Ecuador nuevamente se unió con el traidor #PresoCorreaPreso para sacar a @Lenin y regresar Correa”, Christian Álvarez.

Mi madre tiene una casa en el centro histórico y familiares de igual forma han destruido paredes para que tus manifestantes obtengan sus objetos de paz. Quién nos pagan?? Materialista nos dicen? Vayanse al carajo que eso cuesta dinero, nuestro dinero, ustedes nos van a ayudar?, Santiago Medina.

Con esta información se clasificó a los comentarios a favor del gobierno de la siguiente manera:

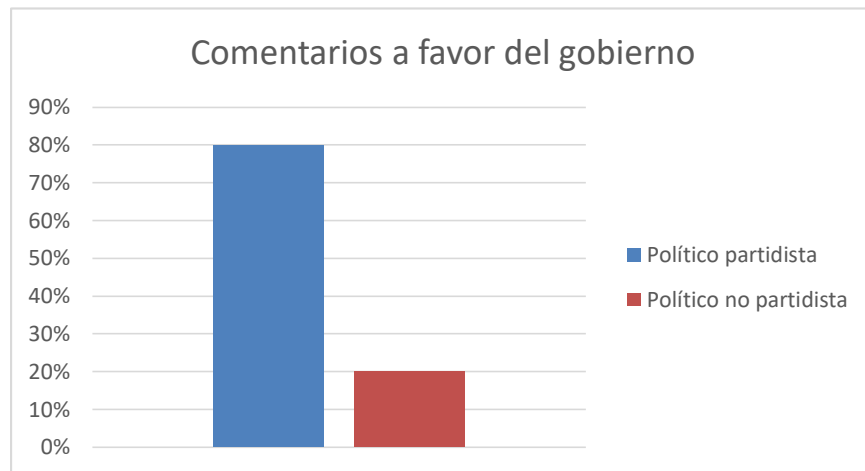
Tabla 4. Clasificación de los comentarios del meme a favor del gobierno.

COMENTARIOS A FAVOR DEL GOBIERNO	
Políticos partidistas	4
Políticos no partidistas	1

Fuente: @LaEngracia

Elaborado por: Melanie León

Gráfico 4. Clasificación de los comentarios del meme a favor del gobierno.



Fuente: @LaEngracia

Elaborado por: Melanie León

Es así que, de los 5 comentarios a favor del gobierno, el 80% que representa a 4 personas, es decir, la mayoría emite una opinión política partidista haciendo referencia incluso a un golpe de estado por parte de los manifestantes especialmente de los grupos indígenas. En cambio una sola persona, que se refleja en un 20%, dio su apoyo al gobierno de manera política no partidista, pues menciona los bienes materiales que han sido destruidos por su localidad.

Con esta información se pudo evidenciar que los comentarios a favor de los manifestantes son de carácter político no partidista pues en su mayoría se refieren a un apoyo humanitario por los maltratos que sufrieron durante las movilizaciones, mientras que los comentarios a favor del gobierno con principalmente de carácter político partidista, incluso haciendo mención de un supuesto golpe de estado.

En cuanto a los retweets, se realizó la primera clasificación de acuerdo a aquellos que fueron retweeteados con comentarios y sin comentarios; se obtuvo que 12 personas retweetearon el meme dando su opinión al respecto, sin embargo, 133 cuentas de Twitter decidieron compartir el meme sin emitir un comentario alguno; por esta razón, son estas 133 personas involucradas dan por entendido el hecho de estar de acuerdo con los manifestantes.

La segunda clasificación con respecto a los 145 retweets, se dio por medio de los 12 que fueron citados con comentarios, y de acuerdo al contenido político se encuentra que:

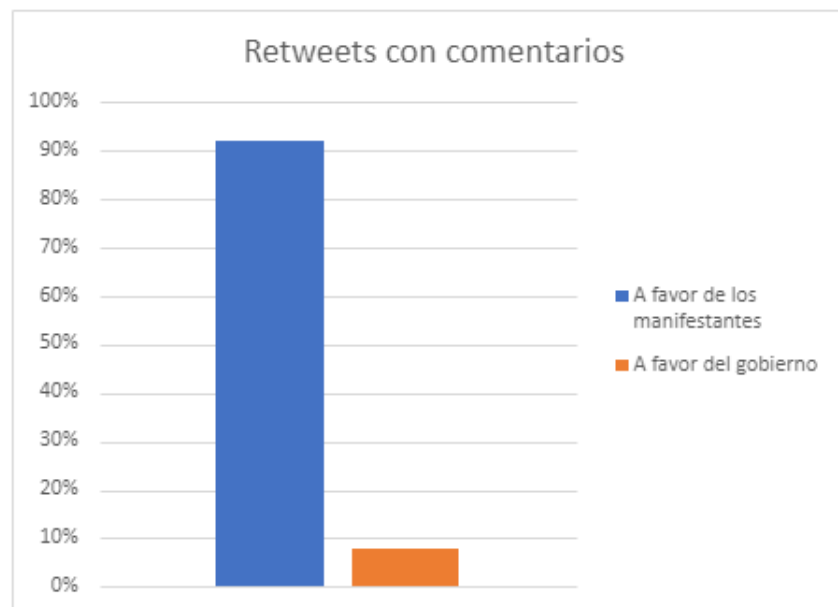
Tabla 5. Clasificación de los retweets citados con comentarios del meme.

RETWEETS CON COMENTARIOS	
A favor de los manifestantes	11
A favor del gobierno	1

Fuente: @LaEngracia

Elaborado por: Melanie León

Gráfico 5. Clasificación de los retweets citados con comentarios del meme.



Fuente: @LaEngracia

Elaborado por: Melanie León

Es así que, de las 12 personas que al retweetiar el meme expusieron su opinión, 11 que representa el 92%, es decir, la mayoría estuvo a favor de los manifestantes, mientras

que una persona que se refleja en un 8%, se encontraba a favor del gobierno, durante las movilizaciones de octubre de 2019 en Ecuador.

Los comentarios a favor de los manifestantes son 11 y se observaron en los retweets como:

“Muy bueno así sale matraca”, Pablo Galarza.

“Así tal cuál, escriben desde la comodidad de su sofá, los que gritan ANIMALES, TERRORRISTAS INDÍGENAS, VAGOS”, Alejandra Martínez.

“Así son estos hijos de puta. Nuestros hermanos indígenas luchando por nuestros derechos y ellos de parte del estúpido gobierno corrupto”, María Villa .



, Diana Suárez

“Triste realidad...”, Sara Vázquez.

“Mientras tanto en Nutella world”, Pedro González.

“Más se preocupan en lo material que en la vida de los seres humanos”, Jonathan Castro.

“@PolicíaEcuador”, Valeria Callejas.

“#ParoNacionaleEC” Carlos Arcos.

“Reflejo real (en caricatura) de aquellos que se "lamentan" por objetos que se pueden reparar, pero no sienten nada por las vidas que se pierden y no se pueden recuperar”, Pedro Andrade.

“El pueblo, a pesar de los golpes, se mantiene en pie y en la lucha para rescatar al país. #ParoNacionaleEC”, Sebastián Andrade.

Es así como, a partir de estos comentarios se obtuvo la siguiente información:

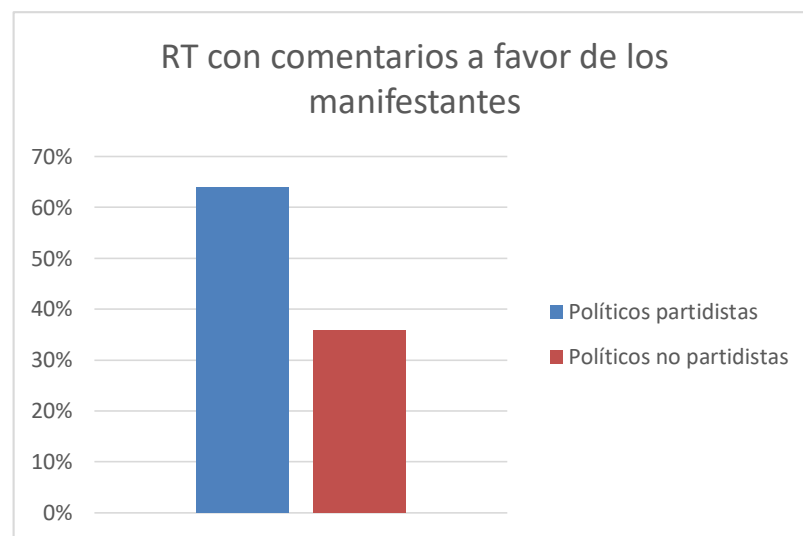
Tabla 6. Clasificación de los retweets (RT) citados con comentarios del meme a favor de los manifestantes.

RT COMENTARIOS A FAVOR DE LOS MANIFESTANTES	
Políticos partidistas	7
Políticos no partidistas	4

Fuente: @LaEngracia

Elaborado por: Melanie León

Gráfico 6. Clasificación de los retweets citados con comentarios del meme a favor de los manifestantes.



Fuente: @LaEngracia

Elaborado por: Melanie León

Del total de 11 retweets citados con comentarios a favor de los manifestantes, 7 de estos, es decir, el 64% emitió su opinión de carácter político partidista, utilizando palabras como “gobierno corrupto”; por otra parte, el 36% que representa a 4 personas, dan su apoyo a los manifestantes mediante un comentario político no partidista,

refiriéndose más a la parte humanitaria de quienes se encuentran en las calles durante las manifestaciones.

En cuanto al retweet citado a favor del gobierno se observó el siguiente:

“Esto es simplista y falso. Si, los indígenas han recibido golpes, pero así mismo los han dado. Es más difícil poner en un cómic como la gente que vive de mes a mes no ha podido cobrar, los que viven de sus ventas del día no tienen para la semana, y "retenidos" para marchar”, Claudia López.

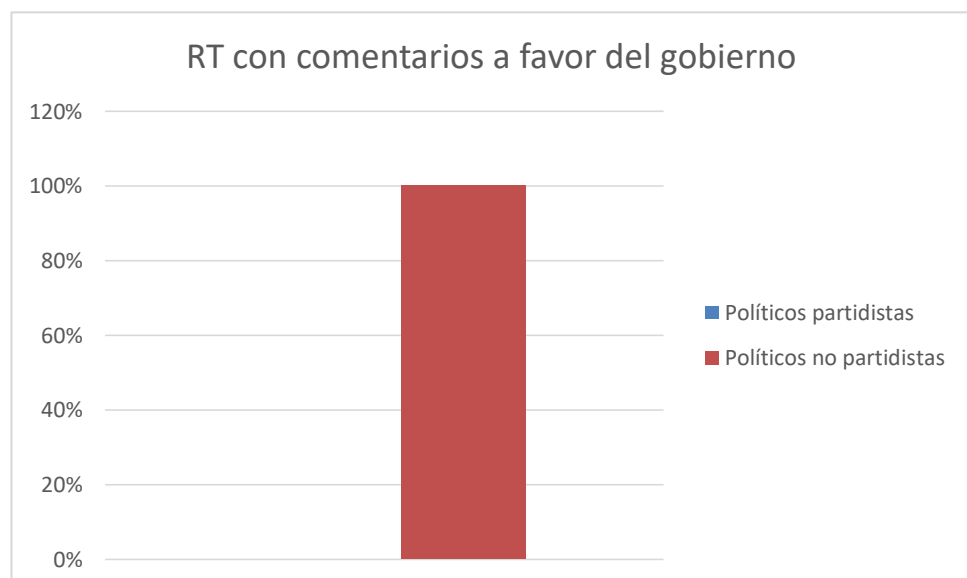
Tabla 7. Clasificación de los retweets citados con comentarios del meme a favor del gobierno.

RT CON COMENTARIOS A FAVOR DEL GOBIERNO	
Políticos partidistas	0
Políticos no partidistas	1

Fuente: @LaEngracia

Elaborado por: Melanie León

Gráfico 7. Clasificación de los retweets citados con comentarios del meme a favor del gobierno.



Fuente: @LaEngracia

Elaborado por: Melanie León

El retweet citado a favor del gobierno, convertido en 100% por ser único, se emitió mediante un comentario político no partidista en el que se deja de victimizar a los manifestantes, especialmente haciendo referencia a las personas indígenas.

Mediante esta información, se pudo observar como la mayoría de retweets citados fueron a favor de los manifestantes y de estos, una gran parte fueron comentarios de carácter político partidista refiriéndose a una idea de recuperar al país del gobierno; mientras que el único comentario a favor del gobierno es de carácter político no partidista.

Una reacción importante para el análisis del contenido político del meme en estudio, se trató de los me gusta, pues son 219 personas que dieron a entender estar a favor de la parte irónica del meme, es decir, se encontraban a favor de los manifestantes.

De esta manera, finalmente de las 376 reacciones obtenidas mediante el meme en análisis, se obtuvo que:

Tabla 8. Clasificación de las reacciones del meme de acuerdo a la posición de apoyo.

REACCIONES	
A favor de los manifestantes	370
A favor del gobierno	6

Fuente: @LaEngracia

Elaborado por: Melanie León

Gráfico 8. Clasificación de las reacciones del meme de acuerdo a la posición de apoyo.



Fuente: @LaEngracia

Elaborado por: Melanie León

Así, mediante la gráfica se puede observar cómo del 100% de las reacciones, el 98% que representa a 370 reacciones, es decir, la mayoría fueron a favor de los manifestantes, mientras que el 2% que son 6 reacciones, estaban a favor del gobierno, durante las movilizaciones en octubre de 2019 en Ecuador.

3.2 Verificación de hipótesis

La hipótesis que se manejó dentro de esta investigación fue, el mensaje que contienen los memes publicados en la red social Twitter durante las movilizaciones de octubre 2019 en Ecuador, es de carácter satírico³.

El meme publicado en la cuenta @LaEngracia en la red social Twitter, presenta varios factores que influyen en el mensaje que expresa el meme a las personas que pudieron observarlo, un tema que se maneja es la violencia que se registró durante las movilizaciones de octubre de 2019.

Mediante el análisis de los comentarios se pudo evidenciar el descontento de las

³ Crítica o argumento realizado con ironía, doble intención o burla.

personas por la manera en cómo se trató a los manifestantes especialmente a los indígenas; dentro del meme se hace alusión y se los califica como “delincuentes”, mientras por otro lado se expone el dolor y los golpes que estos sufrieron al salir a las calles del país a manifestar su inconformidad.

Además, dentro del meme se muestra la otra parte de los ciudadanos, que se encontraban molestos por los diferentes daños ocasionados a los bienes materiales de parques, aceras y calles por parte de los manifestantes, es por esta razón que se los califica como “delincuentes”.

Sin embargo, el meme es graficado y expuesto a los usuarios de la red social Twitter, mediante un doble sentido, es decir, se manifiesta de manera que se presenta las dos realidades ocurridas durante las movilizaciones, pero dando importancia al hecho de que la vida y el bienestar de los manifestantes era más relevante que cualquier aspecto material.

Es así que el meme recae en lo satírico, pues es manejado con cierta ironía de lo que pasó durante las movilizaciones, una ironía que se ve expresada en el desacuerdo con las personas que tildaron de “delincuentes” a aquellos que por manifestar su opinión estaban siendo atacados.

Por esta razón, y mediante el análisis realizado tanto de los elementos del meme como de las reacciones especialmente los comentarios, se confirmó la hipótesis mencionada y se ratificó que el mensaje que contienen los memes publicados en la red social Twitter durante las movilizaciones de octubre 2019 en Ecuador, es de carácter satírico.

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

El mensaje que contiene los memes publicados en la red social Twitter durante las movilizaciones de octubre 2019 en Ecuador, es de carácter satírico, pues se expone en base a un doble sentido de los acontecimientos ocurridos durante este proceso de paralizaciones, refiriéndose a la irónico que resultó el pensar que una parte de la población consideró más importante el daño de los bienes materiales que la vida de los manifestantes.

El contenido identificado en los memes publicados en las la red social Twitter durante las movilizaciones de octubre 2019 en Ecuador, es además político, pues mediante los gráficos y el texto que conforman el meme, se definen dos posiciones, aquellos que estaban a favor del gobierno y por lo tanto, en contra de los daños causados a los bienes materiales en las manifestaciones; y por otro lado, aquellos que estaban a favor de los manifestantes, englobados principalmente en las personas indígenas, es decir, se encontraban en contra de las medidas tomadas por el gobierno.

Además, se identificó mediante la opinión expresada a través de los comentarios, que el contenido de los memes publicados en la red social Twitter en las movilizaciones de octubre 2019 en Ecuador, fue aceptado por los usuarios mediante dos posiciones en cuanto a su contenido político. Por una parte, se observó un aspecto político partidista tanto de los simpatizantes del gobierno como de las personas a favor de los manifestantes y de la CONAIE; por otra parte, se obtuvo un aspecto político no partidista, de aquellos que solamente mostraban su apoyo moral y humanitario para el gobierno y los manifestantes.

El mensaje del contenido de los memes publicados en la red social Twitter durante las movilizaciones de octubre 2019 en Ecuador ha sido diagnosticado mediante las

diferentes reacciones obtenidas a través del meme, a partir de esto se obtuvo que la mayoría de las personas que interactuaron con el meme, estaban de acuerdo en el hecho de defender la parte humana y la vida de los manifestantes, más allá de considerar importante solamente lo material.

Los memes como parte de una comunicación actual basada en las redes sociales, se ha convertido en un aspecto importante para la expresión y el sentir de la opinión pública, de tal manera que, puede causar un gran impacto dentro de la sociedad, a pesar de su toque humorístico, pues lleva un mensaje de verdad en medio de sus gráficos y frases.

4.2 Recomendaciones

Se sugiere realizar más investigaciones acerca de los memes, el análisis de sus contenidos y el impacto que pueden generar en la población especialmente en los usuarios de las redes sociales; además de ser un tema poco explorado, se caracteriza por las novedades dentro de la comunicación que conllevan los memes.

Es importante para la realización de un análisis del contenido de los memes, no encasillarlos solamente en el humor, más bien se recomienda buscar la base y el fondo del meme, es decir, el problema principal que genera la reacción a favor o en contra de un tema en tendencia que se manifiesta a través de la realización de un meme.

MATERIALES DE REFERENCIA

Referencias Bibliográficas:

1. Alvarado, T. (2018). Los memes como manifestación satírica de la opinión pública en la política ecuatoriana: estudio del caso “rayo correizador. Guayaquil, Ecuador: Universidad Casa Grande: Posgrado.
2. Ascanio, A. (2001). Análisis de contenido del discurso político. Caracas, Venezuela: Ediciones de la Universidad Simón Bolívar. Obtenido en, <https://bit.ly/3iDg1ZD>
3. Bardin, L. (2002). Análisis de contenido. Madrid, España: AKAL. Obtenido en, <https://bit.ly/3kChuRC> 3.
4. Bautista, S. (2012). Alternativas analíticas en el campo de la movilización social en Colombia: la acción colectiva de alto riesgo. Lecturas a propósito de la protesta campesina en el Tolima. Estudios Políticos, 41, Instituto de Estudios Políticos, Universidad de Antioquia, pp. 57-79. 4.
5. Berelson, B. (1952). Análisis de contenido en investigación en comunicación. Prensa Libre. 5. Blackmore, Susan (2001). “Evolution and memes: The human brain as a selective imitation device”. Cybernetics and systems, v. 32, n. 1-2, pp. 225-255. <https://doi.org/10.1080/019697201300001867> 6.
6. Blumer, H. (1959). Collective behaviour. En J. B. Gittler (Comp), Review of sociology. Analysis of a decade (pp. 127-158). New York: Wiley and Sons.
7. Campera, J. (2015). La concepción de la movilización social a partir de los orígenes del Movimiento Indígena Manuel Quintín Lame, en el período histórico colombiano (1910- 1930). Tolima, Colombia: Universidad de Tolima. Obtenido en, <http://www.redmovimientos.mx/2016/wp-content/uploads/2016/10/Tesina-IndexadoUT.pdf>

8. Castañeda, W. (2015). Los memes y el diseño: contraste entre mensajes verbales y estetizantes. *Revista KEPES Año 12 No. 11 enero-junio 2015*, págs. 9-33 ISSN: 1794-7111(Impreso) ISSN: 2462-8115 (En línea) DOI: 10.17151/kepes.2015.12.11.2

9. Castro, R. (2019). *Quería probar que puedo hacer tendencia. Activismos ciudadanos online y prácticas políticas en el Perú*. Lima, Perú: Universidad Científica del Sur.

10. Celaya, J. (2008). *La Empresa en la WEB 2.0*. Editorial Grupo Planeta, España. 9.
Cobos, T. (2010). Twitter como fuente para periodistas latinoamericanos. *Razón y Palabra*, (73). ISSN: 1605-4806. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1995/199514908045> 10.

11. Cortazar Rodríguez, F. J. (2014). Imágenes rumorales, memes y selfies: elementos comunes y significados. *Iztapalapa. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 35, 191-214. DOI: <https://doi.org/10.28928/ri/772014/aot3/cortazarrodriguezfj> 11.

12. Crucianielli, S. (2010). *Herramientas digitales para periodistas*. Centro Knight para el Periodismo en las Américas de la Universidad de Texas.

13. Davison, P. (2012). The Language of Internet Memes. En P. Davison, & M. Mandiberg (Ed.), *The Social Media Reader* (págs. 119-134). <https://archive.org/details/TheSocialMediaReader/page/n133/mode/2up> 13.

14. Dawkins, R. (1993). *El gen egoísta. Las bases biológicas de nuestra conducta*. (J. R. Suárez, Trad.) Barcelona, España: Salvat Editores, S.A. http://fundamentosdearqueologia.homestead.com/01_Dawkins_El_gen_egoista_Cap_11.pdf 14.

15. Domínguez, E. (2012). *Medios de comunicación masiva*. Tlalnepantla, México: Red Tercer Milenio S.C. Obtenido en, <https://bit.ly/3fReOfj>

16. Echeverría Victoria, M, & González Macías, R. (2019). Los memes como entretenimiento político. Recepción, usos y significados. *Revista mexicana de opinión*

pública, (27), 117-133. Epub 30 de agosto de 2019.
<https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2019.27.66001>

17. Gallo, C. (2016). Narrativa y estética racista de memes regionales del Ecuador en Facebook. Quito, Ecuador: Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito.
18. García Huerta, D. (2014). Las imágenes macro y los memes de internet: posibilidades de estudio desde las teorías de la comunicación, en Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad. Año 4, núm. 6.
19. Haythornthwaite, C. y Wellman, B. (1998). Trabajo, amistad y uso de los medios para el intercambio de información en una organización en red. Publicado en la Revista JASIST, No. 12, vn. 49, p. 1047-1141.
20. Hernández Sampieri, R. (2014). Metodología de la investigación. México: Interamericana editores, S.A de C.V.
21. Kerlinger, Fred N. (1988). Investigación del comportamiento. Mc Graw Hill, tercera edición. México DF. 18.
22. Krippendorff, K. (1980). "Metodología de análisis de contenido". Barcelona, España: PAIDOS
23. Martínez-Rolán, X. & Piñeiro-Otero, T. (2016). Los memes en el discurso de los partidos políticos en Twitter: análisis del Debate sobre el Estado de la Nación de 2015. *Communication & Society* 29(1), 145-160.
24. Meso-Ayerdi, Koldobika; Mendiguren-Galdospín, Terese; Pérez-Dasilva, Jesús (2017). Memes políticos difundidos por usuarios de Twitter. Análisis de la jornada electoral del 26J de 2016. *El profesional de la información*, v. 26, n. 4, pp. 672- 683.
25. Miranda, C. (2012). Desde ayer empecé a ser omnipresente: la construcción virtual del cuerpo en Facebook chat. Quito, Ecuador: FLACSO - Sede Ecuador: Posgrado. 20.

26. Milner, R. M. (2013). Pop polyvocality: Internet memes, public participation, and the occupy Wall Street movement. *International Journal of Communication*, 7, 2357-2390.
27. Novoa, A. (1980). *Conceptos básicos de comunicación*. Turrialba, Costa Rica: CATIE. Obtenido en, <https://bit.ly/3aoJ5kE>
28. Rosero, E. (2015). *MEMES: Comunicación e identidad, análisis comunicacional de los memes de Crudo Ecuador como representación de la identidad ecuatoriana*. Quito, Ecuador: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
29. Tarrow, S. (1997). *El poder en movimiento Los movimientos sociales, la acción colectiva y la política*. Madrid, España: Alianza Editorial. Obtenido en, <https://bit.ly/30LJs5A> 24.
30. Thompson, J. (1991). *La comunicación masiva y la cultura moderna. Contribución a una teoría crítica de la ideología*. Publicado en la Revista *Versión. Estudios de comunicación y política*, No. 1, Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Xochimilco, México. 25.
31. Thompson, J. (2008). *Ideología y cultura moderna. Parte II*. La Habana: Félix Varela. 26.
32. Trom, D. (2008). *Gramática de la movilización y vocabularios de motivos*. En A. Natalucci (Ed.), *La comunicación como riesgo* (pp. 21-47). La Plata: Al Margen. 27.
33. Unicef. (2014). *Página Oficial Unicef*. Obtenido de, https://www.unicef.org/spanish/cbsc/index_42347.html 28.
34. Wilbur, S. (2000). "An archeology of cyberspaces: Virtuality, Community, Identity" En *The Cybercultures reader*, David Bell y Barbara Kennedy (Comp.): Pp. 22. Estados Unidos: Routledge.
34. Vélez, J. (2012). *Los memes de Internet y su papel en los medios de comunicación mexicanos*. Monterrey, México: Tecnológico de monterrey.

35. Vélez, J. (2015). Influyendo en el ciberespacio con humor: imemes y otros fenómenos, Versión. Estudios de Comunicación y Política, núm. 35, Universidad Autónoma Metropolitana, Distrito Federal, México , pp. 130-146.
36. Weber, M. 1993. El político y el científico. Madrid: Alianza.
37. Zald, M., y McCarthy, J. (1977). Resource mobilization and social movements: a partial theory. American Journal of Sociology 82(6), 1212-1241. 30.
38. Zerega Garaycoa, M. (2015). Un “tuitero” por la independencia: una experiencia del uso de Twitter para la enseñanza de Historia. Guayaquil, Ecuador: Universidad Casa Grande. Obtenido en, <https://revistas.ufpr.br/atoz/article/view/43596/27168>

Anexos:

Anexo 1. Imagen del meme publicado en la cuenta @LaEngracia el 11 de octubre de 2019, durante las movilizaciones por el paro nacional.

