



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS
SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

“LOS MEMES CON CONTENIDO POLÍTICO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK Y LA PERCEPCIÓN DEL LECTOR EN LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO”.

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

AUTOR:

Patricio Humberto Ávila López

TUTOR:

Dr. Walter Francisco Viteri Torres, Mg.

Ambato – Ecuador

2019

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

CERTIFICA:

Que el señor Patricio Humberto Ávila López, portador de la CC. 1803539426, habilitado para obtener el Título de Tercer Nivel; ha concluido su Trabajo de Titulación, Modalidad PROYECTO DE INVESTIGACIÓN; sobre el Tema: “LOS MEMES CON CONTENIDO POLÍTICO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK Y LA PERCEPCIÓN DEL LECTOR EN LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO”, 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, 14 de enero de 2019

LO CERTIFICO:



.....
Dr. Walter Francisco Viteri Torres, Mg.

C.I. 1802008118

AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Los contenidos, criterios, análisis, conclusiones, recomendaciones y propuestas emitidos en el trabajo de investigación: “LOS MEMES CON CONTENIDO POLÍTICO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK Y LA PERCEPCIÓN DEL LECTOR EN LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO”, son de exclusiva responsabilidad del autor.

Ambato, 14 de enero de 2019



Patricio Humberto Ávila López

C.I. 180353942-6

AUTOR

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los Miembros del Tribunal de Grado APRUEBAN el Trabajo de Investigación sobre el tema: “LOS MEMES CON CONTENIDO POLÍTICO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK Y LA PERCEPCIÓN DEL LECTOR EN LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO”, presentado por el Sr. Patricio Humberto Ávila López, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el Título de Licenciado en Comunicación Social de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, de 2019

Para constancia firman

.....

Presidente

.....

Miembro

.....

Miembro

DEDICATORIA

Dedico esta investigación a las personas que comparten un ideal social basado en la educación con base en la razón y la búsqueda incansable de la verdad, a sabiendas de que nunca la encontrarán. Como ellos, también tengo sed insaciable de conocimiento y como ellos, también busco en la profundidad de la existencia para descubrir la epistemología del todo.

También se la dedico al futuro de la humanidad, quien espera con ansias la comodidad que le ofrece la tecnología.

Patricio Humberto Ávila López

AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento especial a mi madre quién ha luchado incansable para que yo pueda lograr mis metas y objetivos personales como si fueran de ella misma.

También agradezco a Luis Lara, amigo y colaborador de esta investigación y a mi tutor quién me ha apoyado en el proceso de graduación.

Patricio Humberto Ávila López

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
Aprobación del tutor	ii
Autoría del trabajo de titulación.....	iii
Aprobación del tribunal de grado.....	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice de contenidos.....	vii
Índice de tablas.....	ix
Índice de gráficos	xi
Resumen ejecutivo	xiii
Abstract	xiv
CAPÍTULO I.- MARCO TEÓRICO	1
Antecedentes investigativos	1
Objetivos	8
Objetivo general	8
Objetivos específicos	9
CAPÍTULO II.- METODOLOGÍA	10
Materiales	10
Métodos.....	10
Investigación de campo.....	10
Investigación bibliográfica – documental	11
Nivel o Tipo de Investigación	11
Descriptivo	11
Correlacional.....	11
Población y Muestra.....	12
Población.....	12
La muestra.....	12
CAPÍTULO III.- RESULTADOS Y DISCUSIÓN	14

Analisis y discusión de los resultados.....	14
Encuesta a Estudiantes	15
Encuesta a Docentes.....	31
Análisis e interpretación.....	39
Verificación de hipótesis.....	39
Planteamiento de hipótesis	39
Cálculo del Chi cuadrado	44
CAPÍTULO IV.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	46
Conclusiones	46
Recomendaciones.....	47
Bibliografía	48
Anexos	50

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: ¿Tiene conocimiento de lo que significa el término “meme” desde su concepción etimológica?	15
Tabla 2: ¿Observa "memes" en Facebook?.....	16
Tabla 3: ¿Cree que actualmente el "meme" ya es parte de la cultura del ser humano?	17
Tabla 4: ¿Encuentras con facilidad en Facebook un "meme" con contenido político?	18
Tabla 5: ¿Cree que es correcto manifestarse en redes sociales con acciones políticas?	19
Tabla 6: ¿Cree usted que los "memes políticos" son una alternativa de periodismo ciudadano?.....	20
Tabla 7: ¿Piensa que los políticos utilizan los "memes" como herramienta de comunicación para generar opinión pública?.....	21
Tabla 8: ¿Piensas que el "meme político" posee un lenguaje coloquial?.....	22
Tabla 9: ¿Se le hace fácil la interpretación de un "meme" con contenido político?.	23
Tabla 10: ¿Como lector visual, te llama la atención un "meme político"?	24
Tabla 11: ¿Usted cree que se siente influenciado por los contenidos de un "meme político"?	25
Tabla 12: ¿Cree que la interpretación de un "meme político" es parte de la Teoría de la Comunicación?.....	26
Tabla 13: ¿Cree en el "meme político" como una posible intervención del gobierno en las decisiones democráticas de un Estado?	27
Tabla 14: ¿Cree usted que la percepción, perteneciente a la psicología humana, puede ser intervenida para atraer visualmente al espectador hacia un punto específico?.....	28
Tabla 15: ¿Según su percepción, encuentra sentido al observar un "meme político"?	29
Tabla 16: ¿Piensa usted que daría resultado hacer un debate con respecto al "meme político" utilizando una fan-page de Facebook?	30

Tabla 17: ¿Tiene conocimiento de lo que significa el término meme desde su concepción etimológica?	31
Tabla 18: ¿Cree que actualmente el "meme" ya es parte de la cultura del ser humano?	32
Tabla 19: ¿Cree que es correcto manifestarse en redes sociales con acciones políticas?	33
Tabla 20: ¿Piensa que los políticos utilizan los "memes" como herramienta de comunicación para generar opinión pública?.....	34
Tabla 21: ¿Cree usted que la difusión mediática puede extenderse al uso de herramientas como el meme para hacer periodismos?.....	35
Tabla 22: ¿Piensas que el "meme político" posee un lenguaje coloquial?.....	36
Tabla 23: ¿Cree en el "meme político" como una posible intervención del gobierno, a través de la percepción, en las decisiones democráticas de los ciudadanos?.....	37
Tabla 24: ¿Usted cree que se siente influenciado en su percepción por los contenidos de un "meme político"?	38
Tabla 25: Distribución del Chi-Cuadrado	41
Tabla 26: Frecuencias observadas.....	42
Tabla 27: Frecuencias esperadas	43
Tabla 28: Tabla 30 Cálculo del Chi cuadrado.....	44

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Estado del arte de los memes en Internet.....	4
Gráfico 2: ¿Tiene conocimiento de lo que significa el término “meme” desde su concepción etimológica?.....	15
Gráfico 3: ¿Observa "memes" en Facebook?.....	16
Gráfico 4: ¿Cree que actualmente el "meme" ya es parte de la cultura del ser humano?.....	17
Gráfico 5: ¿Encuentras con facilidad en Facebook un "meme" con contenido político?.....	18
Gráfico 6: ¿Cree que es correcto manifestarse en redes sociales con acciones políticas?.....	19
Gráfico 7: ¿Cree usted que los "memes políticos" son una alternativa de periodismo ciudadano?.....	20
Gráfico 8: ¿Piensa que los políticos utilizan los "memes" como herramienta de comunicación para generar opinión pública?.....	21
Gráfico 9: ¿Piensas que el "meme político" posee un lenguaje coloquial?.....	22
Gráfico 10: ¿Se le hace fácil la interpretación de un "meme" con contenido político?.....	23
Gráfico 11: ¿Como lector visual, te llama la atención un "meme político"?.....	24
Gráfico 12: ¿Usted cree que se siente influenciado por los contenidos de un "meme político"?.....	25
Gráfico 13: ¿Cree que la interpretación de un "meme político" es parte de la Teoría de la Comunicación?.....	26
Gráfico 14: ¿Cree en el "meme político" como una posible intervención del gobierno en las decisiones democráticas de un Estado?.....	27
Gráfico 15: ¿Cree usted que la percepción, perteneciente a la psicología humana, puede ser intervenida para atraer visualmente al espectador hacia un punto específico?.....	28
Gráfico 16: ¿Según su percepción, encuentra sentido al observar un "meme político"?.....	29

Gráfico 17: ¿Piensa usted que daría resultado hacer un debate con respecto al "meme político" utilizando una fan-page de Facebook?	30
Gráfico 18: ¿Tiene conocimiento de lo que significa el término meme desde su concepción etimológica?	31
Gráfico 19: ¿Cree que actualmente el "meme" ya es parte de la cultura del ser humano?	32
Gráfico 20: ¿Cree que es correcto manifestarse en redes sociales con acciones políticas?	33
Gráfico 21: ¿Piensa que los políticos utilizan los "memes" como herramienta de comunicación para generar opinión pública?.....	34
Gráfico 22: ¿Cree usted que la difusión mediática puede extenderse al uso de herramientas como el meme para hacer peripetias?.....	35
Gráfico 23: ¿Piensas que el "meme político" posee un lenguaje coloquial?	36
Gráfico 24: ¿Cree en el "meme político" como una posible intervención del gobierno, a través de la percepción, en las decisiones democráticas de los ciudadanos?	37
Gráfico 25: ¿Usted cree que se siente influenciado en su percepción por los contenidos de un "meme político"?.....	38

Resumen ejecutivo

Esta investigación refleja las características replicadoras de un meme y cómo este puede llegar a generar opinión pública a través del discurso político. Se ha tomado en cuenta una serie de investigadores que han desarrollado el camino para la construcción del significado del término meme partiendo de su etimología y raíz hasta la apropiación del término en las redes sociales o la internet.

Debido a que el ciberespacio se encuentra en una batalla mediática, una guerra de la información que influye colectivamente en las decisiones democráticas de los ciudadanos, la presente investigación pretende demostrar la capacidad perceptiva de los lectores en la Carrera de Comunicación de la Universidad Técnica de Ambato al respecto de este proceso que influencia a las masas generando una cibercultura.

Los movimientos sociales se ven influenciados por la hegemonía informática que mantiene el control de los contenidos difundidos a través de espacios de lucha por acaparar el mercado virtual de la población.

El grado de impacto que un meme puede tener en la sociedad se determina por su capacidad de generar controversia y usa la hipertextualidad para demostrar la retroalimentación que esta lleva en los ciudadanos.

Palabras claves: Meme, troll, opinión pública, redes sociales, político, web 2.0.

Abstract

This research reflects the replicating characteristics of a meme and how it can generate public opinion through political discourse. It has taken into account a number of researchers who have developed the path for the construction of the meaning of the term meme starting from its etymology and root to the appropriation of the term in social networks or the Internet.

Because cyberspace is in mediatic battle, an information war that influences collectively the democratic decisions of citizens, this thesis aims to demonstrate the perceptive capacity of readers in the Communication Career of the Technical University of Ambato about this process that influences the masses generated a cyberculture.

Social movements are influenced by the computer hegemony that maintains control of the contents disseminated through spaces of struggle to monopolize the virtual market of the population.

The degree of impact that a meme can have on society is determined by its ability to generate controversy and uses hypertextuality to demonstrate the feedback that this takes on citizens.

Keywords: Meme, troll, public opinion, social networks, political, web 2.0.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

Antecedentes investigativos

El mundo se encuentra en una guerra mediática librada en internet, un campo de batalla virtual que comprende actores con intenciones individuales y colectivas, perfilando bandos y generando disputas ideológicas que buscan persuadir a la sociedad para controlar la opinión pública. Esta abrumadora cantidad de información agregada a las diferentes plataformas en red, permiten la viralización de contenidos que hoy por hoy dan forma al pensamiento colectivo.

“Cada medio es llevado al pináculo de la fuerza voraginoso, con el poder de hipnotizarnos. Cuando los medios actúan juntos pueden cambiar tanto nuestra conciencia como para crear nuevos universos de significado psíquico” (McLuhan & Powers, 1995).

La información, antes publicada de manera palpable en un material impreso, hoy se proyecta en la pantalla de cualquier aparato tecnológico inteligente, y tal como la imprenta, en este, un mensaje se repite una y otra vez hasta ser adoptado por el individuo como una verdad de manera mecánica. Para McLuhan (1996) “el medio es el mensaje”, esto significa que los seres humanos están siendo moldeados por las herramientas de comunicación más que por el contenido de ellas.

“Así, la edad de la ansiedad y de los medios eléctricos es también la del inconsciente y de la apatía. Y también es, de forma llamativa, la edad de la conciencia de lo inconsciente. Con el sistema nervioso central estratégicamente insensibilizado, son transferidas a la vida física las tareas de conocimiento y de orden conscientes, de modo que, por primera vez, el hombre toma conciencia de la tecnología como extensión de su cuerpo físico” (McLuhan, 1996).

Como dice McLuhan, la tecnología se ha vuelto tan necesaria que no podemos salir de casa sin nuestro móvil, a su vez que, gracias a estos, nos enteramos más rápido de un evento impactante para la sociedad, que por los medios tradicionales de información (periódico, radio, televisión) a tal punto de llegar a ser una extensión de nuestro cuerpo.

Existe un material informativo compacto que ha revolucionado la capacidad mediática de cualquier canal de difusión. Son los llamados memes, estas imágenes que aparecen en Facebook y otras redes sociales, quizás los vemos como discursos frívolos y carentes de información seria, sin embargo, sus características han acaparado el inconsciente colectivo marcando la vida del quídam a nivel cultural.

Pero un meme no es una simple imagen jocosa que habitamos ver en redes sociales, esta palabra que aparece irrelevante en nuestra vida habitual trasciende por etimología donde, “de acuerdo con teorías de la difusión cultural, son unidades de información cultural transmitidas de un individuo a otro o de una generación a otra” expresa Pinto (2015) basándose en los teóricos Dawkins (1976), Blackmore, (2000) o Aunger, (2004) ya que comparten la idea del meme como equivalente del gen en su forma de transmitirse y propagarse.

Richard Dawkins acuñó el término meme en su libro *El gen egoísta*, buscando una palabra de fonética similar a gene (gen en inglés). Indagó en la raíz griega “Mímeme” que significa igual, o mismo. A parte, Dawkins también lo relaciona con la memoria.

“Los memes son: tonadas o sonos, ideas, consignas, modas en cuanto a vestimenta, formas de fabricar vasijas o de construir arcos. Al igual que los genes se propagan en un acervo génico al saltar de un cuerpo a otro mediante los espermatozoides o los óvulos, así los memes se propagan en el acervo de memes al saltar de un cerebro a otro mediante un proceso que, considerado en su sentido más amplio, puede llamarse de imitación”. (Dawkins, 1976)

También el significado del término “meme” ha ido evolucionando hasta adaptarse a las propiedades de la internet. Según García (2013) la primera vez que se definió de

forma académica a la variante “meme de Internet” fue propuesta por Patrick Davison en su trabajo *The Language of Internet Memes*: “Un meme de Internet es un fragmento de cultura, generalmente un chiste, que va adquiriendo influencia a medida que se va transmitiendo en línea”.

Varios teóricos hablan al respecto de la definición de meme, sin embargo, es la misma base teórica donde Dawkins proclamó la influencia por repetición mediática lo que la denomina meme. Con esto, la ciencia deja al descubierto una condición de la psicología humana, una forma de control social a través del manejo mediático repetitivo de la información hasta ser captada como verdad por la conciencia y adaptada a la cultura en el contexto de la sociedad en que habita el individuo.

Hoy la convergencia de los medios ha caracterizado una obra de la ingeniería para la propagación de memes. Las ideas, pensamientos, modas, ideologías, criterios, argumentos, etc., son más fáciles de difundir a través de la web, una red que ha trascendido la forma de comunicación entre las masas. Ahora es más fácil generar un pensamiento colectivo si el material que ofrece el mensaje tiene la fórmula para atraer a la percepción del ser humano.

“Es necesario insistir que hay un entramado entre tecnología, sociedad y cultura y, por tanto, reducir estos fenómenos al uso masivo de las redes sociales no hace sino desvirtuar la posibilidad de que estemos frente a un hecho social y político que supone una interpelación al propio Estado, sus instituciones, representantes y modelo de democracia” (Velasco, 2013).

Según el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, la política es “la ciencia o el arte de gobernar y dar leyes y reglamentos para mantener la tranquilidad y seguridad públicas y conservar el orden y las buenas costumbres”. Para Velasco (2013) la política “o más concretamente el gobierno de la ciudad, aplicaríamos el calificativo de político, para designar aquella condición necesaria de los seres humanos que viven, como consecuencia de su propia naturaleza, en una forma específica de la sociedad humana, la ciudad. Sólo el hombre, recordará Aristóteles, es político, los

dioses o los animales no necesitan de la ciudad. El hombre es, en efecto, zoon politikon”.

Aunque la internet ha esquivado el campo hegemónico para proponer un espacio neutral donde los actores sociales pueden generar sus propios contenidos y difundirlos a través de las diferentes plataformas en red. Los social media o medios sociales como Facebook, también conocidos como redes sociales, son un espacio de manifestación de lo público, aquí convergen diferentes criterios, ideologías y pensamientos. Los nuevos actores políticos surgen aprovechando este espacio virtual, para emitir contenidos generando interés masivo.

Según Pinto (2015), quien realizó una investigación con una metodología de tipo documental, elaboró un esquema taxonómico sobre las características de un meme según Dawkins y adaptado al significado del meme en la cultura digital:

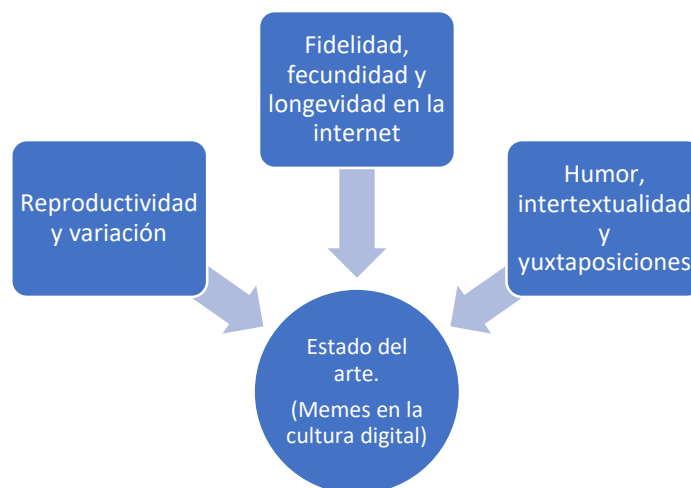


Gráfico 1: Estado del arte de los memes en Internet.

Fuente: (Pinto, 2015)

Las características vistas por Dawkins sobre la fidelidad, fecundidad y longevidad, han sido aplicadas a los memes de la cultura digital en estudios revisados en el estado del arte. Sin embargo, se evidencian diferencias entre el meme de Dawkins y el meme de la cultura digital. Los memes, como replicadores culturales, de cierta manera poseen mayor estabilidad a diferencia de los memes digitales. “Si bien todo meme contiene elementos de una cultura, una tradición o una costumbre transmitida de generación en generación son más permanentes que el chiste de un político hecho meme en Facebook” (Pinto, 2015).

La yuxtaposición que se emplea dentro de un meme, no solamente de varios tipos de imágenes que se presentan en las redes sociales, sino también de frases y oraciones que funcionan sistémicamente para su construcción. Por otra parte, la intertextualidad se refiere a las relaciones establecidas entre los memes y la cultura a la cual responden. (Pinto, 2015) quien cita a Genette, expresa que la intertextualidad es “una relación de co-presencia entre dos o más textos, es decir, eidéticamente y frecuentemente, como la presencia efectiva de un texto en otro”.

“Generalmente, un meme que haga reír tiene más posibilidades de ser viral al dejar la moraleja de que, la vida es demasiado corta para tomársela en serio, sobre todo si no saldremos vivos de ella” (Pinto, 2015).

Mediante una metodología de investigación donde se realizó un estudio del “uso de memes gráficos en la conversación 2.0 en torno a la acción de un perfil político en Twitter”, Martínez & Piñeiro (2017) expresaron la importancia significativa en los contenidos gráficos de conversaciones políticas 2.0. “En este sentido, se puede hablar de memes dada la expansión alcanzada por estas imágenes, así como la implicación de la comunidad más que de usuarios especializados en la replicación y transmisión de dichos contenidos. De hecho, la comunidad ejerce un papel esencial en el fenómeno meme, hasta el punto de diferenciarlo de cualquier otro contenido viral en la Red”.

Según Martínez & Piñeiro (2017), a menudo, “el fetichismo tecnológico genera una ilusión de acción y participación en la esfera pública”, la investigación habría demostrado que “la acción y movilización de la comunidad usuaria en respuesta a un tuit de un agente político clásico” son una forma de participación que ha integrado los memes como una “expresión de multitudes inteligentes, más visibles y conectadas que nunca”.

En la investigación de Campo (2016), se evidencia un enfoque de estudio exploratorio sobre el uso de Facebook a los principales políticos españoles. El primer paso consistió en seleccionar los perfiles de políticos que serían analizados. Para su desarrollo realizó una ficha de análisis empleada en la cual, mediante un análisis de contenidos, revisó

los mensajes publicados en los perfiles de los políticos durante el mes de febrero de 2014.

Después de su publicación Campo (2016) concluyó que el número de seguidores no parecía ser el factor determinante para conseguir una mayor interacción con los seguidores. Era el trabajo de los parlamentarios, representantes de cada movimiento en las decisiones del país, los que tenían mayor fuerza mediática.

Según Molina (2018), quien realiza una investigación sobre la ciberguerra y la lucha de los Trolls y posibles soluciones de los Gobiernos, mediante una metodología basada en el análisis de imágenes, ha resuelto que a pesar de la ya tipificada ley, donde existen medidas contra aptitudes que puedan vulnerar los derechos a la intimidad, “las redes sociales se han convertido en un espacio de impunidad, un vertedero de barbaridades donde se desean agresiones, violaciones, insultos que rozan la apología del odio pero no han terminado con todos los aspectos problemáticos al respecto”.

De Molina (2018), se perfila una clasificación que, basada en una investigación bibliográfica deduce la existencia de diferentes tipos de trolls, en los cuales se desenvuelve la cibercultura y su determinado campo de guerra. Existen “troll payaso, el troll agresivo, el meticuloso, el hacker, el incongruente, el agresivo, la eminencia, etc”. A su vez, subjetivamente expresa la intención de combatir a los trolls con una serie de recomendaciones que dan los expertos en la materia como puede ser: “no alimentar al troll, ignóralo, si suplanta una identidad, notificarlo de inmediato a los otros usuarios, bloquear o eliminar los comentarios nocivos y denunciar en caso de que proceda utilizando el Código Penal”.

La investigación de Aro (2016) detalla un material de archivo de la fábrica secreta de trolls pese a la diseminación de la desinformación sobre su trabajo, el artículo contiene una investigación de campo sobre el fenómeno del troll. La sede de esta fábrica se encontraba en San Petersburgo, lugar donde los trabajadores, “haciéndose pasar por ciudadanos con opiniones, escribían sobre temas políticos”. Aro explica que “los empleados no querían revelar información sobre su trabajo, y el jefe de la “agencia de

noticias” que trabajaba en la fábrica afirmó que “las acusaciones de los trolls son una guerra de propaganda”.

Ciertamente la internet se ha plagado de formas de comercio que han generado un control de la información en red. Obviamente, quien tiene el suficiente poder económico para difundir contenidos constantemente, tiene la habilidad de generar opinión pública a través de las redes. Los trolls han permitido librar una guerra mediática en la que el ciudadano común tiene las de perder.

El trabajo de Martínez (2012) se ha desarrollado con una metodología de investigación bibliográfica además de la selección de la red twiter en la que se ha focalizado como objeto de estudio, recurriendo a datos de audiencia y protagonismo en las campañas políticas de la época. Un trabajo de carácter exploratorio de rastreo y seguimiento de registros.

Pese a que la utilización de las redes sociales como herramienta de comunicación política, fue escasa en el 2012, su uso en algunos casos, ya se daba por el afán de los políticos por estar en Internet, “esto debido al deseo de sumarse a los avances tecnológicos por mera conveniencia electoral, que a la verdadera consideración de estas herramientas como un elemento fundamental de su estrategia de campaña”, explica (Martínez, 2012).

Para Velasco (2013), la internet presenta un escenario que podríamos denominar hegemónico, donde conviven una cultura dominante (letrada, occidental, consumidora), con los medios de comunicación generadores de imaginarios, lo que da paso a fenómenos culturales. “Al igual que sucedió en Túnez o Egipto y, en otra esfera, en España o los propios Estados Unidos, se trata de fenómenos tecnopolíticos que aparecen en la internet y por efecto de la longtail poco a poco emergen en el seno de la cultura”.

En pleno siglo 21, ya los gobiernos han logrado colonizar con cibernetin la esfera global que enmarca la web, vendiendo sueños, ideologías, pensamientos que bien pueden transformarse en acciones. Para Oviedo (2004), existe una forma de capturar

mediante la psicología, la percepción del colectivo social para diseminar una idea y de igual manera, construir una nueva.

Según Oviedo (2004), que cita a Arnheim, expresa que “la percepción visual no opera con la fidelidad mecánica de una cámara, que lo registra todo imparcialmente: todo el conglomerado de diminutos pedacitos de forma y color que constituyen los ojos y la boca de la persona que posa para la fotografía, lo mismo que la esquina del teléfono que asoma accidentalmente por encima de su cabeza. ¿Qué es lo que vemos? Ver significa aprehender algunos rasgos salientes de los objetos: el azul del cielo, la curva del cuello del cisne, la rectangularidad del libro, el lustre de un pedazo de metal, la rectitud del cigarrillo”.

Se puede decir que un ser perceptible, podría ser uno que pase viendo memes en la internet, toma tan sólo aquella información susceptible de ser captada en su cabeza para generar una representación mental. Para Oviedo (2004), “la percepción, según la Gestalt, no está sometida a la información proveniente de los órganos sensoriales, sino que es la encargada de regular y modular la sensorialidad”.

De tal manera podemos decir que la información publicada en la internet, cualquiera que esta sea, nos influencia a medida que lo percibimos.

Objetivos

Objetivo general

- Identificar las características mediáticas de un meme político de la red social Facebook y su incidencia en la percepción del lector en la Carrera Comunicación Social.

Al identificar las características de un meme con contenido político de la red social Facebook, se puede valorar el nivel de influencia que este tiene, basado en la percepción del lector en la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica

de Ambato y de tal manera comprobar si, desde la visión académica, este puede influir de manera perceptiva en las decisiones políticas por influencia de estos.

Objetivos específicos

- Analizar los memes con contenido político desde su etimología, evolución y aplicaciones en Facebook.
- Investigar la percepción del lector en la Carrera de Comunicación Social durante la lectura de memes políticos en de Facebook.
- Descubrir el pensamiento crítico del lector en la Carrera de Comunicación acerca de la mediatización del meme como información periodística.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

Materiales

Para esta investigación se han utilizado materiales correspondientes a la aplicación de los enfoques cuantitativo y cualitativo. Según Ackerman & Com (2013) “Actualmente, el enfoque privilegiado en las ciencias humanas es el de las técnicas cualitativas, que son preponderantes a la hora de desarrollar proyectos de investigación”. La razón de su preferente uso es que “la recolección de información se ajusta mejor a la comprensión de la dinámica de lo social”.

En este caso, se plantea el enfoque cuantitativo realizando la descripción del problema en estudio, este enfoque pretende recolectar información para fundamentar de mejor forma los contenidos de las variables de estudio sobre los memes con contenido político de la red social Facebook y la percepción del lector en la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Ambato.

Ackerman & Com (2013), también mencionan “los datos recabados deben tener dos características centrales: validez y confiabilidad”, garantizados a través de las encuestas, o cualquier técnica de recolección de datos que figure la realidad representándola estadísticamente para las respectivas conclusiones. “Esto permite al investigador crear nuevas preguntas o estructurarlas en función del desarrollo del proceso de interpretación” agregan los autores.

Métodos

Investigación de campo

La investigación de campo es el “estudio sistemático de los hechos en el lugar en el que se producen” (Herrera, Medina, & Naranjo, 2004) y es lo que se ha hecho en esta investigación a través de la realización de encuestas a los estudiantes y profesores de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Ambato, actores fundamentales en el uso de herramientas de comunicación masiva.

Investigación bibliográfica – documental

Según Herrera, Medina, & Naranjo (2004), este tipo de investigación tiene el propósito de descubrir, extender y ahondar diferentes teorías, puntos de vista, conceptualizaciones y criterios de varios autores sobre un tema determinado con fuentes documentales fidedignas. La documentación se ha usado para desarrollar el marco teórico recabando en información de libros y documentos, internet, períodos nos sirva como una herramienta para obtener datos científicos tanto digitales como impresos, como fuentes primarias, para conocer todo lo relacionado al meme de contenido político y su calidad de influencia a través de la percepción del lector.

Nivel o Tipo de Investigación

Descriptivo

La investigación de tipo descriptivo, para Ackerman & Com (2013) se realiza cuando ya se haya avanzado, al menos mínimamente, en el tratamiento de un problema, este “puede establecer relaciones o vínculos entre los elementos que se ponen en juego. Los trabajos descriptivos realizan diagnósticos respecto de algún tema en particular”. En el caso de este estudio, se describen las características de los memes con contenido político de la red social Facebook y los procesos de percepción del lector que influyen en la toma de decisiones.

Correlacional

La correlación sustenta la hipótesis en cuestión. Ackerman & Com (2013) dicen que “cuando realizamos un experimento (sea en el campo de las ciencias naturales o en el

de las sociales), si seguimos este diseño de investigación lo primero que debemos hacer es medir el valor de la variable dependiente; luego, la “exponemos” (ponemos en relación) con la variable independiente; y en tercer lugar medimos los cambios producidos en la dependiente”. Así se comprueba que nuestra hipótesis ha sido comprobada o refutada.

Las variables de esta investigación fueron sujetas a verificación a través de este método para poder descubrir su correlación y determinar sus proyecciones informativas.

Población y Muestra

Población

“La población está determinada por el un conjunto o universo de unidades específicas con características compartidas para estudiar” (Monje, 2011). La población de esta investigación se conforma por estudiantes y profesores pertenecientes a la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Ambato, un total de 355 personas.

La muestra

Es una porción de la población que representa la conducta del total. Según Monje (2011), la muestra “es un subgrupo de la población, cuando esta es definida como un conjunto de elementos que cumplen con unas determinadas especificaciones”.

Para esta investigación se aplicaron 179 encuestas a estudiantes y profesores pertenecientes a la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Ambato, el cálculo realizado para sacar la muestra se hizo a través de la herramienta online Netquest, una página web que resuelve el cálculo de la muestra con los siguientes criterios.

TAMAÑO DEL UNIVERSO Número de personas que componen la población a estudiar. 332

HETEROGENEIDAD %

Es la diversidad del universo. Lo habitual suele ser 50%.

50

MARGEN DE ERROR

Menor margen de error requiere mayores muestras.

5

NIVEL DE CONFIANZA

Cuanto mayor sea el nivel de confianza, mayor tendrá que ser la muestra (95% - 99%).

95

Muestra = 179

De tal manera que, al encuestar a 179 personas, el 95% de las veces el dato que se mide estará en el intervalo $\pm 5\%$ respecto al dato que se observa en la encuesta.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Análisis y discusión de los resultados

La investigación ha planteado encuestas dirigidas a dos segmentos de la población del objeto de estudio de acuerdo a la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Ambato. La primera está dirigida a estudiantes y la segunda a profesores con el fin de visibilizar la visión del Comunicador Social desde la afinidad y la experiencia con el tema.

Encuesta a estudiantes

Encuesta aplicada a 163 estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Ambato.

Tabla 1: ¿Tiene conocimiento de lo que significa el término “meme” desde su concepción etimológica?

OPCIÓN	FR. ABSOLUTA	FR. RELATIVA
Mucho	75	46%
Poco	68	42%
Nada	20	12%
TOTAL	163	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Patricio Ávila López

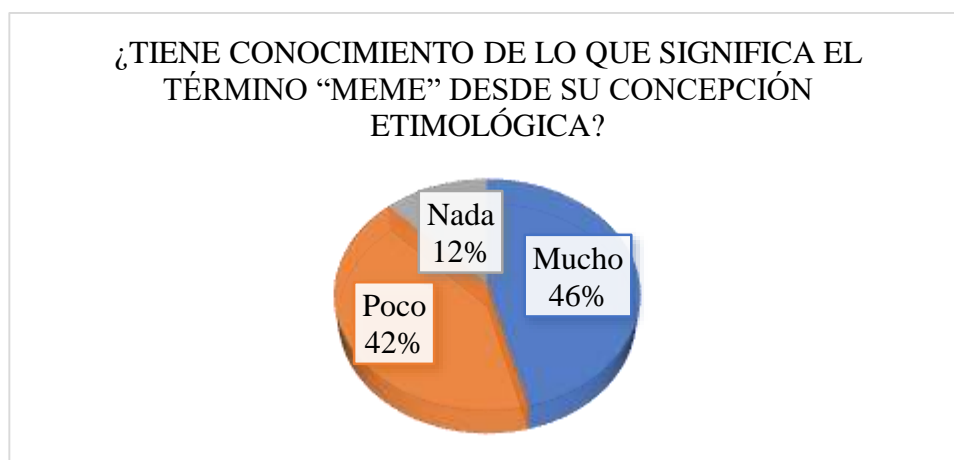


Gráfico 2: ¿Tiene conocimiento de lo que significa el término “meme” desde su concepción etimológica?

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Patricio Ávila López

Análisis e interpretación

De la totalidad de los encuestados se obtuvo como resultado que el 46% optó por la respuesta mucho, el 42% respondió poco y el 12% respondió nada. Esto quiere decir que los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social poseen una tendencia

afirmativa al conocimiento de lo que significa el término meme desde su concepción etimológica.

Tabla 2: ¿Observa "memes" en Facebook?

OPCIÓN	FR. ABSOLUTA	FR. RELATIVA
Mucho	114	70%
Poco	39	24%
Nada	10	6%
TOTAL	163	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Patricio Ávila López



Gráfico 3: ¿Observa "memes" en Facebook?
Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Patricio Ávila López

Análisis e interpretación

De la totalidad de los encuestados se obtuvo como resultado que el 70% optó por la respuesta mucho, el 24% respondió poco y el 6% dijo nada, por lo tanto, la mayoría de los encuestados observan memes en internet.

Tabla 3: ¿Cree que actualmente el "meme" ya es parte de la cultura del ser humano?

OPCIÓN	FR. ABSOLUTA	FR. RELATIVA
Mucho	95	58%
Poco	48	30%
Nada	20	12%
TOTAL	163	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Patricio Ávila López



Gráfico 4: ¿Cree que actualmente el "meme" ya es parte de la cultura del ser humano?

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Patricio Ávila López

Análisis e interpretación

De la totalidad de los encuestados se obtuvo como resultado que el 58% optó por la respuesta mucho, el 30% respondió poco y el 12% dijo nada. La mayor parte de los encuestados cree que el meme ya es parte de la cultura del ser humano.

Tabla 4: ¿Encuentras con facilidad en Facebook un "meme" con contenido político?

OPCIÓN	FR. ABSOLUTA	FR. RELATIVA
Mucho	107	66%
Poco	46	6%
Nada	10	28%
TOTAL	163	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Patricio Ávila López



Gráfico 5: ¿Encuentras con facilidad en Facebook un "meme" con contenido político?
Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Patricio Ávila López

Análisis e interpretación

De la totalidad de los encuestados se obtuvo como resultado que el 66% optó por la respuesta mucho, el 28% respondió poco y el 6% dijo nada. La mayoría de los encuestados encuentra con facilidad un meme con contenido político en Facebook.

Tabla 5: ¿Cree que es correcto manifestarse en redes sociales con acciones políticas?

OPCIÓN	FR. ABSOLUTA	FR. RELATIVA
Mucho	59	36%
Poco	94	58%
Nada	10	6%
TOTAL	163	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Patricio Ávila López



Gráfico 6: ¿Cree que es correcto manifestarse en redes sociales con acciones políticas?
Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Patricio Ávila López

Análisis e interpretación

De la totalidad de los encuestados se obtuvo como resultado que el 36% optó por la respuesta mucho, el 58% respondió poco y el 6% dijo nada. Aún que la mayor parte de los encuestados cree poco correcto manifestarse en redes sociales con acciones políticas, en general, se tiene una tendencia afirmativa ya que otro gran número de encuestados cree que es correcto, por lo tanto, es evidente un peso mayoritario hacia dicha manifestación.

Tabla 6: ¿Cree usted que los "memes políticos" son una alternativa de periodismo ciudadano?

OPCIÓN	FR. ABSOLUTA	FR. RELATIVA
Mucho	72	44%
Poco	78	48%
Nada	13	8%
TOTAL	163	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Patricio Ávila López

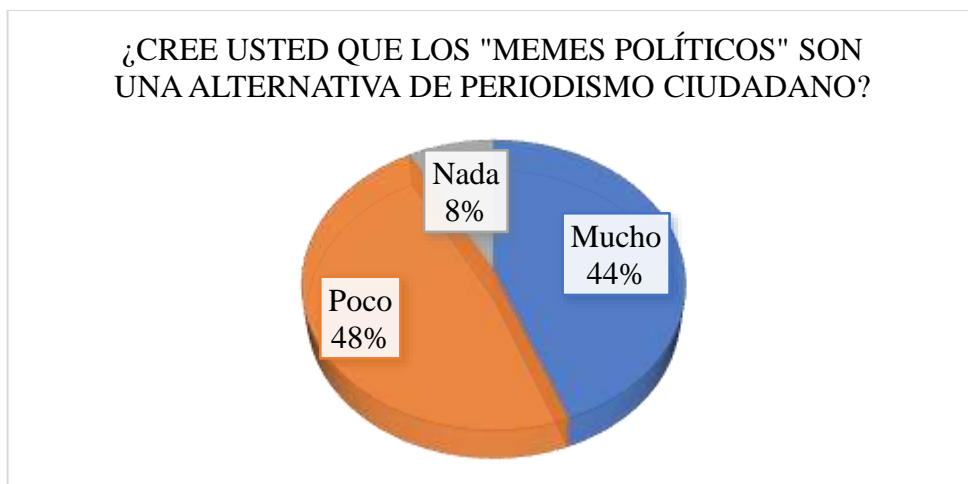


Gráfico 7: ¿Cree usted que los "memes políticos" son una alternativa de periodismo ciudadano?
Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Patricio Ávila López

Análisis e interpretación

De la totalidad de los encuestados se obtuvo como resultado que el 44% optó por la respuesta mucho, el 48% respondió poco y el 8% dijo nada. La mayor parte de los encuestados tiene una tendencia afirmativa hacia la creencia de que los “memes políticos” son una alternativa de periodismo ciudadano.

Tabla 7: ¿Piensa que los políticos utilizan los "memes" como herramienta de comunicación para generar opinión pública?

OPCIÓN	FR. ABSOLUTA	FR. RELATIVA
Mucho	59	36%
Poco	81	50%
Nada	23	14%
TOTAL	163	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Patricio Ávila López

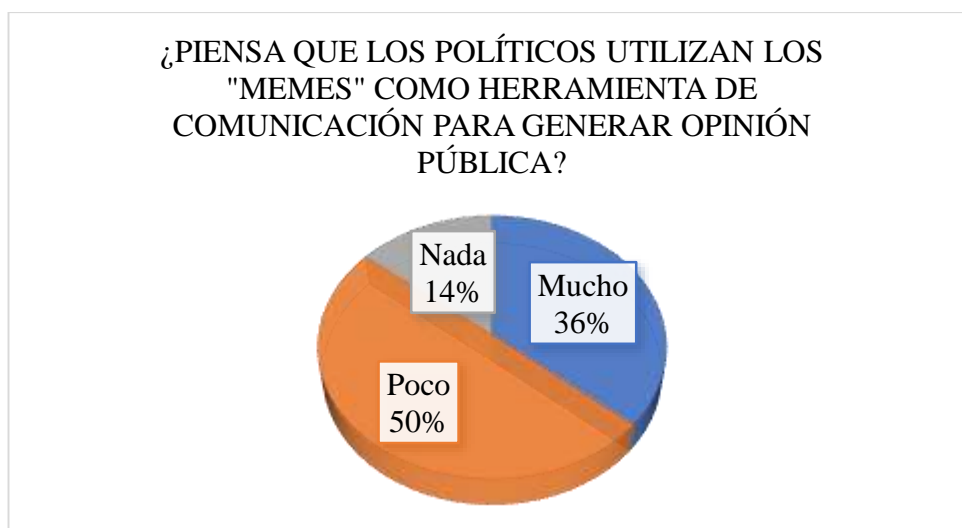


Gráfico 8: ¿Piensa que los políticos utilizan los "memes" como herramienta de comunicación para generar opinión pública?

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Patricio Ávila López

Análisis e interpretación

De la totalidad de los encuestados se obtuvo como resultado que el 36% optó por la respuesta mucho, el 50% respondió poco y el 14% dijo nada. Demuestra que la mayor parte de los encuestados tiene una tendencia afirmativa a creer que los políticos utilizan los “memes” como herramienta de comunicación para generar opinión pública.

Tabla 8: ¿Piensas que el "meme político" posee un lenguaje coloquial?

OPCIÓN	FR. ABSOLUTA	FR. RELATIVA
Mucho	72	44%
Poco	69	42%
Nada	22	14%
TOTAL	163	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Patricio Ávila López

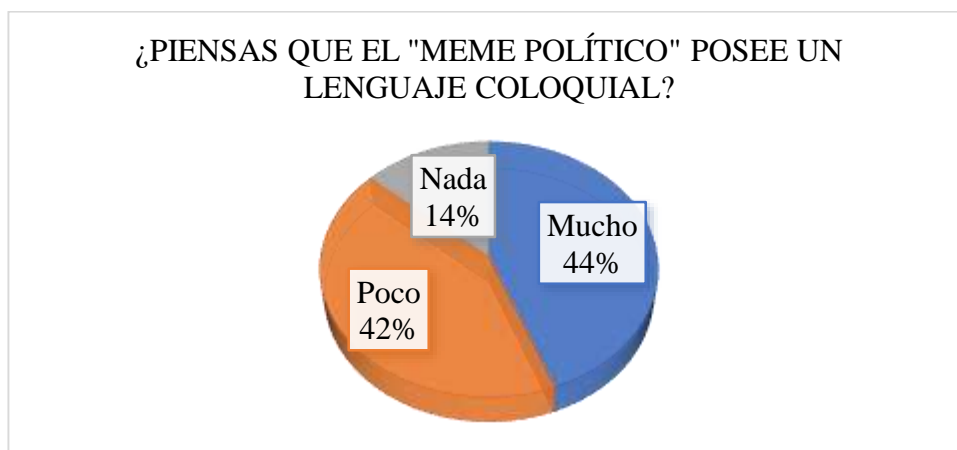


Gráfico 9: ¿Piensas que el "meme político" posee un lenguaje coloquial?

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Patricio Ávila López

Análisis e interpretación

De la totalidad de los encuestados se obtuvo como resultado que el 44% optó por la respuesta mucho, el 42% respondió poco y el 14% dijo nada. Existe una tendencia afirmativa a creer que el "meme político" posee un lenguaje coloquial.

Tabla 9: ¿Se le hace fácil la interpretación de un "meme" con contenido político?

OPCIÓN	FR. ABSOLUTA	FR. RELATIVA
Mucho	107	66%
Poco	49	30%
Nada	7	4%
TOTAL	163	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Patricio Ávila López

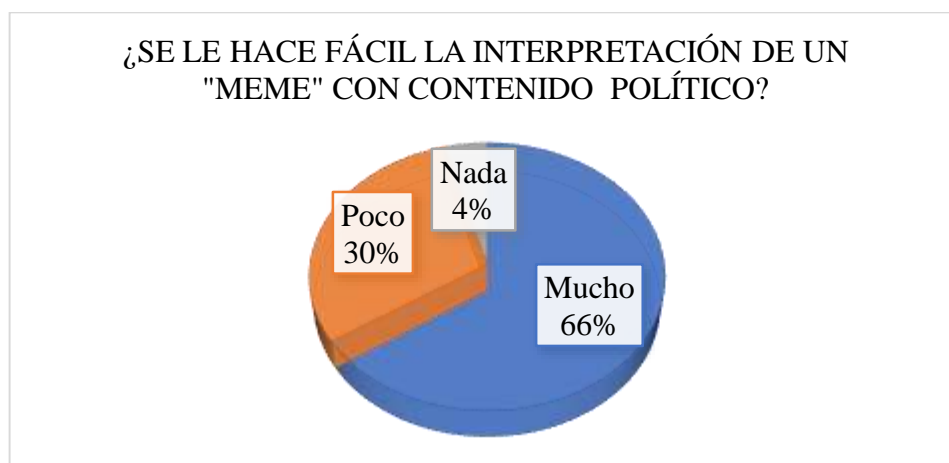


Gráfico 10: ¿Se le hace fácil la interpretación de un "meme" con contenido político?

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Patricio Ávila López

Análisis e interpretación

De la totalidad de los encuestados se obtuvo como resultado que el 66% optó por la respuesta mucho, el 30% respondió poco y el 4% dijo nada, por lo tanto, la mayor parte de la población interpreta con facilidad un "meme" con contenido político.

Tabla 10: ¿Como lector visual, te llama la atención un "meme político"?

OPCIÓN	FR. ABSOLUTA	FR. RELATIVA
Mucho	89	55%
Poco	65	40%
Nada	9	5%
TOTAL	163	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Patricio Ávila López

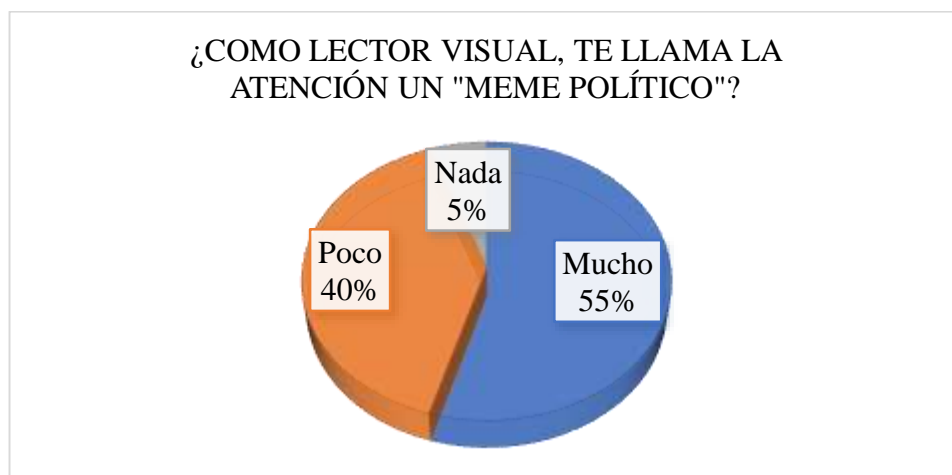


Gráfico 11: ¿Como lector visual, te llama la atención un "meme político"?
Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Patricio Ávila López

Análisis e interpretación

De la totalidad de los encuestados se obtuvo como resultado que el 55% optó por la respuesta mucho, el 40% respondió poco y el 5% dijo nada, por lo tanto, es evidente que a la mayor parte de los encuestados les llama mucho la atención un "meme político".

Tabla 11: ¿Usted cree que se siente influenciado por los contenidos de un "meme político"?

OPCIÓN	FR. ABSOLUTA	FR. RELATIVA
Mucho	42	26%
Poco	55	58%
Nada	26	16%
TOTAL	163	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Patricio Ávila López

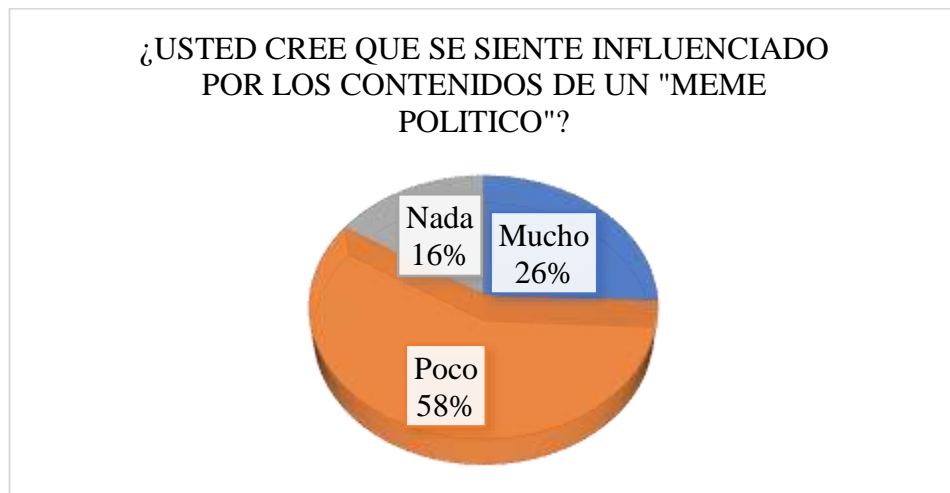


Gráfico 12: ¿Usted cree que se siente influenciado por los contenidos de un "meme político"?
Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Patricio Ávila López

Análisis e interpretación

De la totalidad de los encuestados se obtuvo como resultado que el 26% optó por la respuesta mucho, el 58% respondió poco y el 16% dijo nada. Lo que demuestra claramente que hay una tendencia afirmativa hacia la creencia de ser influenciado por los contenidos de un "meme político".

Tabla 12: ¿Cree que la interpretación de un "meme político" es parte de alguna de las Teorías de la Comunicación?

OPCIÓN	FR. ABSOLUTA	FR. RELATIVA
Mucho	52	32%
Poco	82	50%
Nada	29	18%
TOTAL	163	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Patricio Ávila López



Gráfico 13: ¿Cree que la interpretación de un "meme político" es parte de alguna de las Teorías de la Comunicación?

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Patricio Ávila López

Análisis e interpretación

De la totalidad de los encuestados se obtuvo como resultado que el 32% optó por la respuesta mucho, el 50% respondió poco y el 18% dijo nada. Esto quiere decir que la mayoría de los encuestados tiene una tendencia afirmativa a creer que la interpretación de un "meme político" es parte de alguna de las Teorías de la Comunicación.

Tabla 13: ¿Cree en el "meme político" como una posible intervención del gobierno en las decisiones democráticas de un Estado?

OPCIÓN	FR. ABSOLUTA	FR. RELATIVA
Mucho	62	38%
Poco	72	44%
Nada	29	18%
TOTAL	163	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Patricio Ávila López



Gráfico 14: ¿Cree en el "meme político" como una posible intervención del gobierno en las decisiones democráticas de un Estado?

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Patricio Ávila López

Análisis e interpretación

De la totalidad de los encuestados se obtuvo como resultado que el 38% optó por la respuesta mucho, el 44% respondió poco y el 18% dijo nada. Existe una tendencia afirmativa a creer que el "meme político" se usa como intervención política en las decisiones democráticas de un Estado.

Tabla 14: ¿Cree usted que la percepción, perteneciente a la psicología humana, puede ser intervenida para atraer visualmente al espectador hacia un punto específico?

OPCIÓN	FR. ABSOLUTA	FR. RELATIVA
Mucho	91	56%
Poco	65	40%
Nada	7	4%
TOTAL	163	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Patricio Ávila López



Gráfico 15: ¿Cree usted que la percepción, perteneciente a la psicología humana, puede ser intervenida para atraer visualmente al espectador hacia un punto específico?

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Patricio Ávila López

Análisis e interpretación

De la totalidad de los encuestados se obtuvo como resultado que el 56% optó por la respuesta mucho, el 40% respondió poco y el 4% dijo nada. Es esta pregunta hubo una notoria tendencia afirmativa por completo positiva a que la percepción humana, perteneciente a la psicología humana, puede ser intervenida visualmente para atraer al espectador hacia un punto específico.

Tabla 15: ¿Según su percepción, encuentra sentido al observar un "meme político"?

OPCIÓN	FR. ABSOLUTA	FR. RELATIVA
Mucho	55	34%
Poco	98	60%
Nada	10	6%
TOTAL	163	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Patricio Ávila López

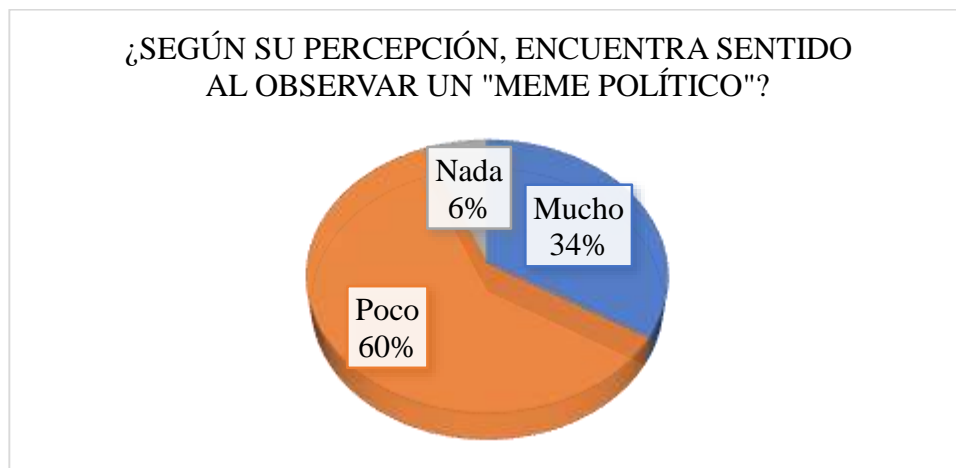


Gráfico 16: ¿Según su percepción, encuentra sentido al observar un "meme político"?

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Patricio Ávila López

Análisis e interpretación

De la totalidad de los encuestados se obtuvo como resultado que el 34% optó por la respuesta mucho, el 60% respondió poco y el 6% dijo nada, por lo tanto, existe una tendencia afirmativa hacia encontrar sentido al observar un "meme político".

Tabla 16: ¿Piensa usted que daría resultado hacer un debate con respecto al "meme político" utilizando una fan-page de Facebook?

OPCIÓN	FR. ABSOLUTA	FR. RELATIVA
Mucho	65	40%
Poco	52	32%
Nada	46	28%
TOTAL	163	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Patricio Ávila López



Gráfico 17: ¿Piensa usted que daría resultado hacer un debate con respecto al "meme político" utilizando una fan-page de Facebook?
Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Patricio Ávila López

Análisis e interpretación

De la totalidad de los encuestados se obtuvo como resultado que el 40% optó por la respuesta mucho, el 32% respondió poco y el 28% dijo nada. Esto quiere decir que posiblemente, por la posición mayormente afirmativa de los encuestados, daría resultado crear un debate respecto al "meme político" utilizando una fan-page de Facebook.

Encuesta a Docentes

Encuesta aplicada a 16 docentes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Ambato.

Tabla 17: ¿Tiene conocimiento de lo que significa el término meme desde su concepción etimológica?

OPCIÓN	FR. ABSOLUTA	FR. RELATIVA
Mucho	6	37%
Poco	8	50%
Nada	2	13%
TOTAL	16	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Patricio Ávila López

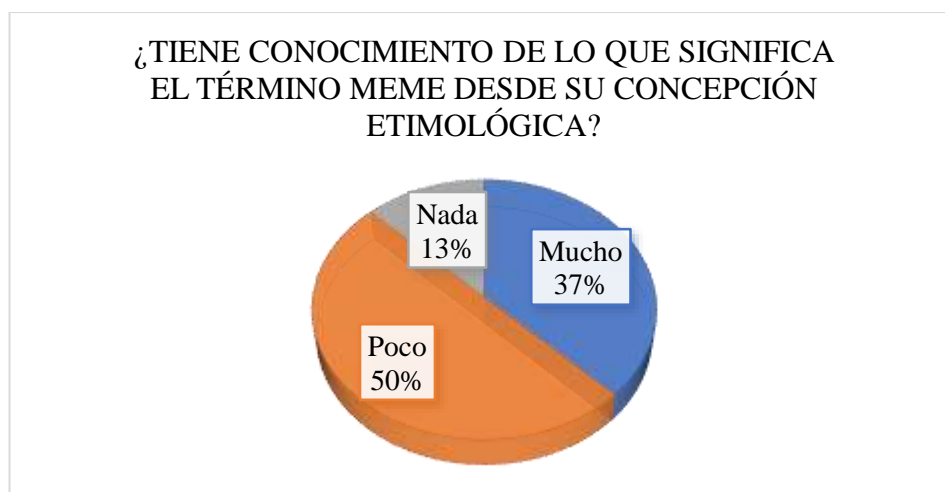


Gráfico 18: ¿Tiene conocimiento de lo que significa el término meme desde su concepción etimológica?

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Patricio Ávila López

Análisis e interpretación

De la totalidad de los encuestados se obtuvo como resultado que el 37% optó por la respuesta mucho, el 50% respondió poco y el 13% dijo nada. Encontramos que en

este segmento de la población poseen una posición afirmativa a tener conocimiento del significado del término meme, desde su concepción etimológica.

Tabla 18: ¿Cree que actualmente el "meme" ya es parte de la cultura del ser humano?

OPCIÓN	FR. ABSOLUTA	FR. RELATIVA
Mucho	10	62%
Poco	4	25%
Nada	2	13%
TOTAL	16	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Patricio Ávila López



Gráfico 19: ¿Cree que actualmente el "meme" ya es parte de la cultura del ser humano?

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Patricio Ávila López

Análisis e interpretación

De la totalidad de los encuestados se obtuvo como resultado que el 62% optó por la respuesta mucho, el 25% respondió poco y el 13% dijo nada. La mayor parte de este segmento de los encuestados optó por la opción mucho, dando como resultado una posición afirmativa a creer que actualmente el "meme" es parte de la cultura del ser humano.

Tabla 19: ¿Cree que es correcto manifestarse en redes sociales con acciones políticas?

OPCIÓN	FR. ABSOLUTA	FR. RELATIVA
Mucho	5	33%
Poco	8	50%
Nada	3	19%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Patricio Ávila López



Gráfico 20: ¿Cree que es correcto manifestarse en redes sociales con acciones políticas?

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Patricio Ávila López

Análisis e interpretación

De la totalidad de los encuestados se obtuvo como resultado que el 31% optó por la respuesta mucho, el 50% respondió poco y el 19% dijo nada. Existe una tendencia mayormente afirmativa a creer que es correcto manifestarse en redes sociales con acciones políticas.

Tabla 20: ¿Piensa que los políticos utilizan los "memes" como herramienta de comunicación para generar opinión pública?

OPCIÓN	FR. ABSOLUTA	FR. RELATIVA
Mucho	8	50%
Poco	5	31%
Nada	3	19%
TOTAL	16	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Patricio Ávila López



Gráfico 21: ¿Piensa que los políticos utilizan los "memes" como herramienta de comunicación para generar opinión pública?

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Patricio Ávila López

Análisis e interpretación

De la totalidad de los encuestados se obtuvo como resultado que el 50% optó por la respuesta mucho, el 31% respondió poco y el 19% dijo nada. En esta pregunta observamos una posición de mucho peso a creer que los políticos utilizan los “memes” como herramienta de comunicación para generar opinión pública.

Tabla 21: ¿Cree usted que la difusión mediática puede extenderse al uso de herramientas como el meme para hacer periódismos?

OPCIÓN	FR. ABSOLUTA	FR. RELATIVA
Mucho	7	44%
Poco	4	25%
Nada	5	31%
TOTAL	16	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Patricio Ávila López

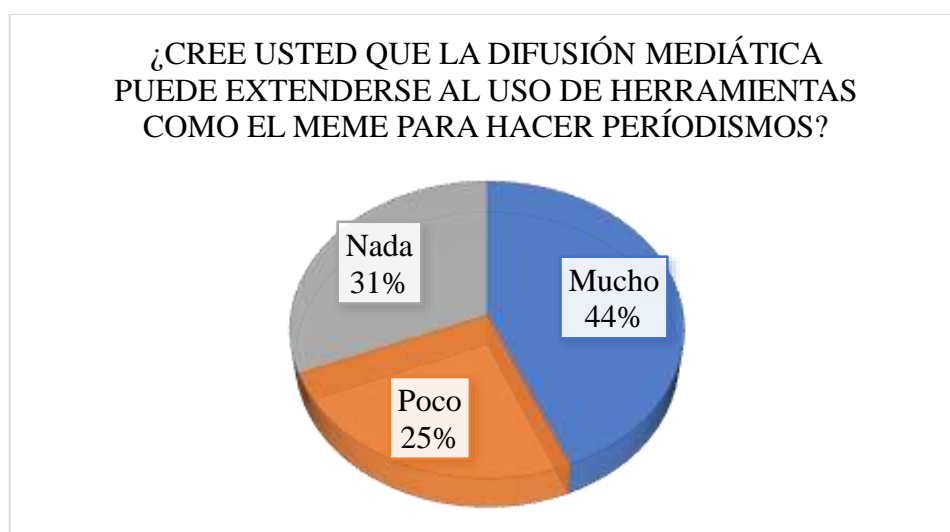


Gráfico 22: ¿Cree usted que la difusión mediática puede extenderse al uso de herramientas como el meme para hacer periódismos?

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Patricio Ávila López

Análisis e interpretación

De la totalidad de los encuestados se obtuvo como resultado que el 44% optó por la respuesta mucho, el 25% respondió poco y el 31% dijo nada. Evidenciamos una clara tendencia mayoritaria positiva hacia creer que la difusión mediática puede extenderse al uso de herramientas como el meme para hacer periodismo. Pese a que una gran parte de los encuestados también creen que nada puede extenderse. Una posición dividida quizá por la transformación que está sufriendo la mediatización de contenidos.

Tabla 22: ¿Piensas que el "meme político" posee un lenguaje coloquial?

OPCIÓN	FR. ABSOLUTA	FR. RELATIVA
Mucho	5	31%
Poco	7	44%
Nada	4	25%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Patricio Ávila López

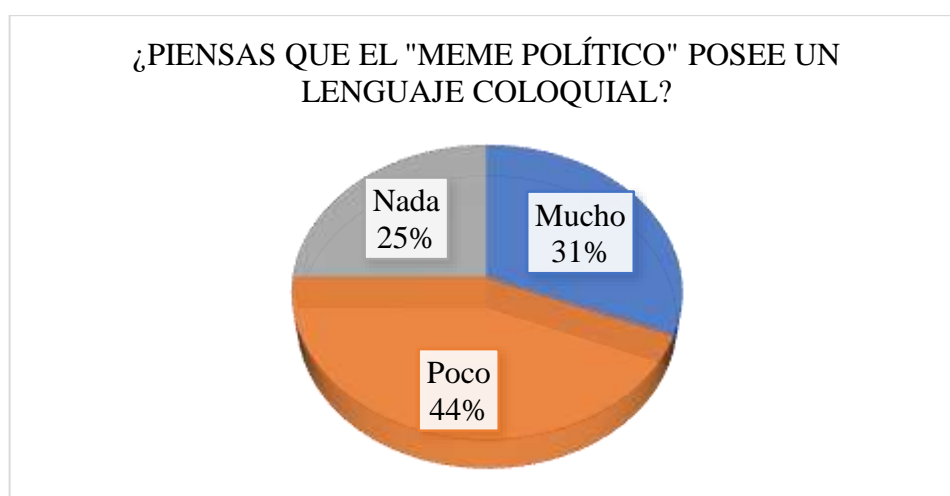


Gráfico 23: ¿Piensas que el "meme político" posee un lenguaje coloquial?

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Patricio Ávila López

Análisis e interpretación

De la totalidad de los encuestados se obtuvo como resultado que el 31% optó por la respuesta mucho, el 44% respondió poco y el 25% dijo nada, por lo tanto, dentro de este segmento de la población también existe una tendencia mayormente positiva a creer que el "meme político" posee un lenguaje coloquial.

Tabla 23: ¿Cree en el "meme político" como una posible intervención del gobierno, a través de la percepción, en las decisiones democráticas de los ciudadanos?

OPCIÓN	FR. ABSOLUTA	FR. RELATIVA
Mucho	4	25%
Poco	10	62%
Nada	2	13%
TOTAL	16	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Patricio Ávila López

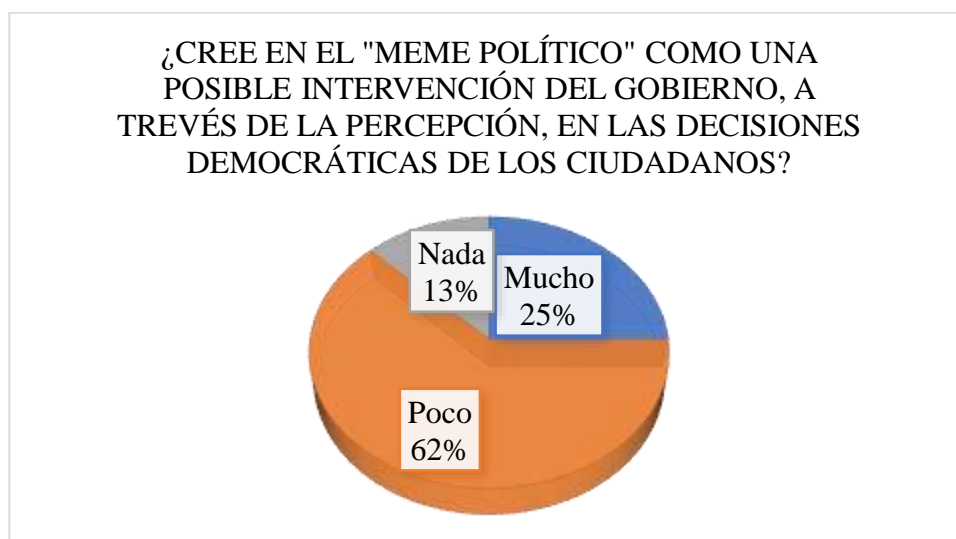


Gráfico 24: ¿Cree en el "meme político" como una posible intervención del gobierno, a través de la percepción, en las decisiones democráticas de los ciudadanos?

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Patricio Ávila López

Análisis e interpretación

De la totalidad de los encuestados se obtuvo como resultado que el 25%, optó por la respuesta mucho, el 62% respondió poco y el 13% dijo nada. En esta pregunta los encuestados respondieron con una posición mayormente afirmativa a creer que en el "meme político" como una posible intervención del gobierno, a través de la percepción, en las decisiones democráticas de los ciudadanos.

Tabla 24: ¿Usted cree que se siente influenciado en su percepción por los contenidos de un "meme político"?

OPCIÓN	FR. ABSOLUTA	FR. RELATIVA
Mucho	1	6%
Poco	9	56%
Nada	6	38%
TOTAL	15	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Patricio Ávila López

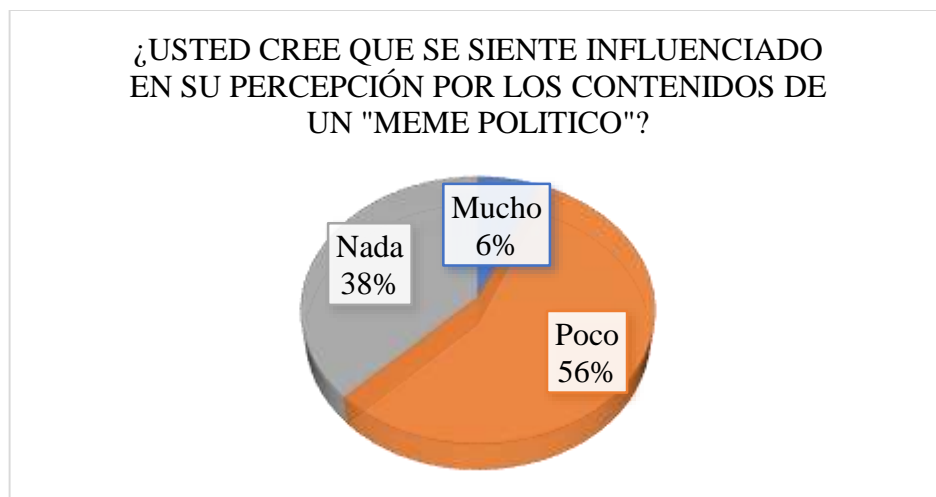


Gráfico 25: ¿Usted cree que se siente influenciado en su percepción por los contenidos de un "meme político"?

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Patricio Ávila López

Análisis e interpretación

De la totalidad de los encuestados se obtuvo como resultado que el 6% optó por la respuesta mucho, el 56% respondió poco y el 38% dijo nada. Por lo tanto, en esta pregunta se observa que este segmento de los encuestados tuvo una posición mayormente negativa a creer que se sienten influenciados en su percepción por los contenidos de un “meme político”. Sin embargo, al ser el 56 por ciento que tuvo una tendencia mínima, podemos decir que existe una influencia mínima en este segmento de los encuestados.

Verificación de hipótesis

Planteamiento de hipótesis

Hipótesis (H0) = Los memes con contenido político de la red social Facebook, **no influye** en la percepción del lector en la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Ambato.

Hipótesis (H1) = Los memes con contenido político de la red social Facebook, **si influye** en la percepción del lector en la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Ambato.

Selección del nivel de significación.

Para la verificación de la hipótesis se utilizó un nivel de significación $\alpha 0,05$

Especificación del estadístico

Modelo Matemático H.0: $O = E$ H.1: $O \neq E$

Modelo estadístico $\chi^2 = \frac{\sum(O-E)^2}{E}$

Donde

X^2 = Chi cuadrado

Σ = Sumatoria

O= Frecuencias Observadas

F= Frecuencia Esperada

Especificación de las regiones de aceptación y rechazo

Criterio: Rechazo la hipótesis nula si: $x^2 \geq x^2_t$

Donde x^2_c es el valor del Chi cuadrado calculado y x^2_t es el Chi teórico de la tabla el mismo que se lo obtiene ingresando el grado de libertad y el nivel de significación (0.01=0,95), se procede a determinar los grados de libertad considerando que el cuadro tiene cuatro filas y tres columnas por lo que:

$$Gl = (f-1) (c-1)$$

$$Gl = (4-1) (3-1)$$

$$Gl = (3) (2)$$

$$Gl = 6$$

Por lo tanto, con 6 grados de libertad y un nivel de significación de 0,05 la tabla del x^2_t tabular o teórico es igual a 12,59.

DISTRIBUCION DE χ^2

Grados de libertad	Probabilidad										
	0,95	0,90	0,80	0,70	0,50	0,30	0,20	0,10	0,05	0,01	0,001
1	0,004	0,02	0,06	0,15	0,46	1,07	1,64	2,71	3,84	6,64	10,83
2	0,10	0,21	0,45	0,71	1,39	2,41	3,22	4,60	5,99	9,21	13,82
3	0,35	0,58	1,01	1,42	2,37	3,66	4,64	6,25	7,82	11,34	16,27
4	0,71	1,06	1,65	2,20	3,36	4,88	5,99	7,78	9,49	13,28	18,47
5	1,14	1,61	2,34	3,00	4,35	6,06	7,29	9,24	11,07	15,09	20,52
6	1,63	2,20	3,07	3,83	5,35	7,23	8,56	10,64	12,59	16,81	22,46
7	2,17	2,83	3,82	4,67	6,35	8,38	9,80	12,02	14,07	18,48	24,32
8	2,73	3,49	4,59	5,53	7,34	9,52	11,03	13,36	15,51	20,09	26,12
9	3,32	4,17	5,38	6,39	8,34	10,66	12,24	14,58	16,92	21,67	27,88
10	3,94	4,86	6,18	7,27	9,34	11,78	13,44	15,99	18,31	23,21	29,59
	No significativo								Significativo		

Tabla 25: Distribución del Chi-Cuadrado
Fuente: (Soto, 2012)

Tabla 26: Frecuencias observadas

PREGUNTAS	MUCHO	POCO	NADA	TOTAL
¿Tiene conocimiento de lo que significa el término "meme" desde su concepción etimológica?	75	68	20	163
¿Cree usted que la difusión mediática puede extenderse al uso de herramientas como el "meme" para hacer periodismo?	72	78	13	163
¿Cree usted que la percepción, perteneciente a la psicología humana, puede ser intervenida para atraer visualmente al espectador?	91	65	7	163
¿Según su percepción, encuentra sentido al observar un "meme político"?	55	98	10	163
SUBTOTAL	293	309	50	652

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Patricio Ávila López

Tabla 27: Frecuencias esperadas

PREGUNTAS	MUCHO	POCO	NADA	TOTAL
¿Tiene conocimiento de lo que significa el término "meme" desde su concepción etimológica?	73,25	77,25	12,5	163
¿Cree usted que la difusión mediática puede extenderse al uso de herramientas como el "meme" para hacer periodismo?	73,25	77,25	12,5	163
¿Cree usted que la percepción, perteneciente a la psicología humana, puede ser intervenida para atraer visualmente al espectador?	73,25	77,25	12,5	163
¿Según su percepción, encuentra sentido al observar un "meme político"?	73,25	77,25	12,5	163
SUBTOTAL	293	309	50	652

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Patricio Ávila López

Cálculo del Chi cuadrado

Fórmula

$$x^2 = \frac{\sum(O - E)^2}{E}$$

Tabla 28: Tabla 30 Cálculo del Chi cuadrado

O	E	(O-E)	(O-E) ²	(O-E) ² / E
75	73,25	1,75	3,06	0,04
68	77,25	-9,25	85,56	11,07
20	12,5	7,5	56,25	4,5
82	73,25	1,25	1,56	0,02
78	77,25	0,75	0,56	0,007
13	12,5	0,5	0,25	0,02
91	73,25	17,75	315,0625	4,301
65	77,25	-12,25	150,06	1,94
7	12,5	-5,5	30,25	2,42
55	73,25	-18,25	333,06	4,44
98	77,25	20,75	430,56	5,57
10	12,5	-2,5	6,25	0,50
				34,99

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: Patricio Ávila López

La representación gráfica sería:

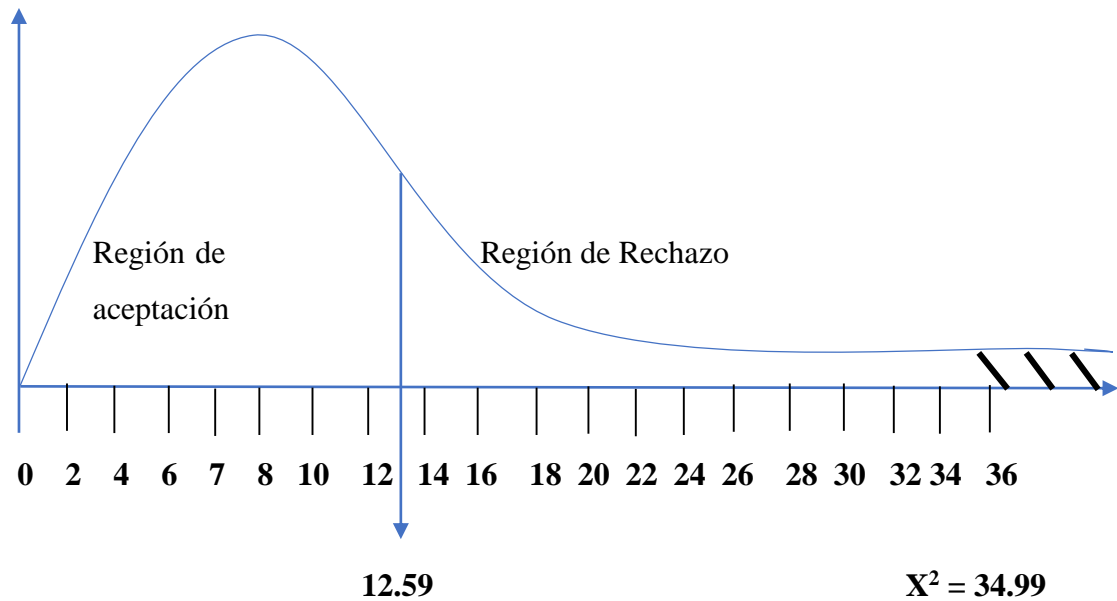


Gráfico 26: Campana de Gauss
Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: Patricio Ávila López

Decisión

Para los 6 grados de libertad, a un nivel de 0.05 se obtiene en la tabla de chi cuadrado el valor de 12.59. El valor de Chi Cuadrado calculado es de 34.99. Se encuentra fuera de la región de aceptación, entonces se rechaza la hipótesis nula se acepta la hipótesis alternativa que dice: LOS MEMES CON CONTENIDO POLÍTICO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK Y LA PERCEPCIÓN DEL LECTOR EN LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO.

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Se concluye que, al realizar un análisis de los memes con contenido político, permiten describir desde su etimología, evolución y aplicaciones en Facebook, una serie de aciertos vinculados al crecimiento del uso de internet. Por lo tanto, es así que el meme se muestra como una herramienta adecuada para superar ciertas condiciones comunicativas tradicionales y permite el desenvolvimiento comunicacional de los diferentes grupos sociales.

Después de la aplicación de encuestas dirigidas a los dos segmentos de la población planteados con el objeto de estudio de acuerdo a la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Ambato. La primera fue dirigida a estudiantes y la segunda a profesores con el fin de visibilizar la visión del Comunicador Social, respuestas que básicamente resultaron equivalentes desde la afinidad y la experiencia. Se deduce que, mediante su percepción, durante la lectura de memes políticos en de Facebook puede entenderse que estos llegan a calar en las decisiones políticas de manera influyente y pueden ser usados como herramienta comunicativa para hacer periodismo.

Los memes demuestran se una motivación del pensamiento crítico del lector en la Carrera de Comunicación acerca de la mediatización del meme como información periodística, para entender mejor los contenidos políticos que busca mediatizar una idea con profundidad para el lector y tratar de llegar a la sociedad.

Los estudiantes encuestados y docentes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Ambato están de acuerdo que los memes influyen directamente en las decisiones políticas democráticas como referente para tomar las decisiones políticas. Sin embargo, también concuerdan en que se deben tomar medidas

en favor de la comunicación política para hacer periodismo a través de estos elementos llamados memes.

Recomendaciones

Se sugiere elaborar una FANPAGE que recoja las múltiples ideas vertidas mediante el uso de los memes en Facebook, para generar debates críticos que aporten al conocimiento colectivo de la política sea actual o anterior.

Es menester para el lector utilizar las herramientas tecnológicas de que ofrece la web 2.0 para aprender a interpretar con facilidad los memes políticos, su contenido y la forma de presentarlo, para mejorar el discurso mediático.

Es necesario generar un espacio de debate entre los lectores de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Ambato, sobre la importancia de las aplicaciones periodísticas que presenta el meme dentro del ámbito político en la vida democrática de un pueblo.

Los estudiantes de comunicación social y los docentes son los llamados a utilizar las herramientas tecnológicas como el Facebook para contar con una estrategia de comunicación masiva.

Bibliografía

1. Ackerman, S. E., & Com , S. L. (2013). *Metodología de la Investigación*. Buenos Aires : Del Aula Taller.
2. Aunger, R. (2004). *El meme eléctrico* . Barcelona: Paidós.
3. Blackmore, S. (2000). *La máquina de los memes*. Barcelona: Paidós.
4. Campo, J. D. (2016). El uso de Facebook por parte de los ciberparlamentarios españoles. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación* , 365-379.
5. Dawkins, R. (1976). *El Gen Egoísta, Las Bases Biológicas de Nuestra Conducta*. Epublibre.
6. Echavarría, J. J. (1984). Una nota sobre el concepto de política. *Revista de Estudios Políticos (Nueva Época)*, 137-162.
7. García, I. G. (2013). Del meme al imeme: Trascendiendo la dimensión lúdica. *Entretextos*, 1-9.
8. Hernández, Fernández, & Baptista. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGrawHill.
9. Herrera, L., Medina, A., & Naranjo, G. (2004). *Tutoría de la investigación científica*. Ambto: Copyrigh.
10. Jessikka Aro. (2016). The cyberspace war: propaganda and trolling as warfare tools . *European View*.
11. Martínez Martín, M. (2012). REDES SOCIALES Y POLÍTICA 2.0. *MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y POLÍTICA*. UNIVERSIDAD DE SEVILLA, Sevilla.
12. Martínez Rolán , X., & Piñeiro Otero , T. (2017). EL USO DE LOS MEMES EN LA CONVERSACIÓN POLÍTICA 2.0 UNA APROXIMACIÓN A UNA MOVILIZACIÓN EFÍMERA. *Prisma Social* , 55-84.
13. McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica S.A.

14. McLuhan, M., & Powers, B. R. (1995). *LA ALDEA GLOBAL*. Barcelona : Gedisa, S.A.
15. Molina, D. F. (s.f.). *Ciberguerra: La lucha de los Trolls y posibles soluciones de los gobiernos . (Tesis de fin de grado en Criminología)*. Universidad de Valladolid, Valladolid.
16. Monje, C. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa*. Universidad Surcolombiana.
17. *Netquest*. (s.f.). Obtenido de Netquest: <https://www.netquest.com/es/gracias-calculadora-muestra>
18. Oviedo, G. L. (2004). La definición del concepto de percepción en Psicología con base en la Teoría Gestalt. *DOSSIER*, 89-96.
19. Pinto, L. G. (2015). Una aproximación al fenómeno de los memes en Internet: claves para su comprensión y su posible integración pedagógica. *Artigo*, 110-132.
20. Pinto, L. G. (2015). Una aproximación al fenómeno de los memes en Internet: claves para su comprensión y su posible integración pedagógica. *Artigo*, 110-132.
21. Soto, C. (11 de octubre de 2012). *Estadística y Tecnología de la Información y Comunicación en cuidados*. Obtenido de <https://cristina92sm.wordpress.com/2011/05/15/ejercicio-del-seminario-nueve-chi-cuadrado/>
22. Velasco, M. (2013). Redes sociales, lo público y lo político en construcción. *Ensayos*, 81-87.

Anexos

Encuestas

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMABTO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

OBJETIVO

El siguiente cuestionario tiene como objetivo determinar si el “meme político” de la red social Facebook afecta la percepción del lector en Carrera de Comunicación Social.

INDICACIONES:

- Estimados señores estudiantes solicitamos su colaboración en la encuesta a ser aplicada. Los datos permitirán obtener resultados idóneos para el trabajo de investigación.
- Por favor antes de contestar lea detenidamente la pregunta.
- Marque con una X solo una de las respuestas.

Encuesta reaizada a estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Ambato.

1. ¿Tiene conocimiento de lo que significa el término "meme" desde su concepción etimológica?

Mucho () Poco () Nada ()

2. ¿Observa "memes" en Facebook?

Mucho () Poco () Nada ()

3. ¿Cree que actualmente el "meme" ya es parte de la cultura del ser humano?

Mucho () Poco () Nada ()

4. ¿Encuentra con facilidad en Facebook un "meme" con contenido político?

Mucho () Poco () Nada ()

5. ¿Cree que es correcto manifestarse en redes sociales con acciones políticas?

Mucho () Poco () Nada ()

6. ¿Cree usted que la difusión mediática puede extenderse al uso de herramientas como el "meme" para hacer periodismo?

Mucho () Poco () Nada ()

7. ¿Piensa que los políticos utilizan los "memes" como herramienta perceptiva de comunicación para generar opinión pública?

Mucho () Poco () Nada ()

8. ¿Piensa que el "meme político" posee un lenguaje coloquial?

Mucho () Poco () Nada ()

9. ¿Se le hace fácil la interpretación de un "meme" con contenido político?

Mucho () Poco () Nada ()

10. ¿Cómo lector visual, le llama la atención un "meme político"?

Mucho () Poco () Nada ()

11. ¿Usted cree que se siente influenciado en su percepción por los contenidos de un "meme político"?

Mucho () Poco () Nada ()

12. ¿Cree que la interpretación de un "meme político" es parte de alguna de las Teorías de la Comunicación?

Mucho () Poco () Nada ()

13. ¿Cree en el "meme político" como una posible intervención del gobierno, a través de la percepción, en las decisiones democráticas de los ciudadanos?

Mucho () Poco () Nada ()

14. ¿Cree usted que la percepción, perteneciente a la psicología humana, puede ser intervenida para atraer visualmente al espectador?

Mucho () Poco () Nada ()

15. ¿Según su percepción, encuentra sentido al observar un "meme político"?

Mucho () Poco () Nada ()

16. ¿Piensa usted que daría resultado hacer un debate con respecto al "meme político" utilizando una fan-page de Facebook?

Mucho () Poco () Nada ()

GRACIAS POR SU COLABORACION

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMABTO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

OBJETIVO

El siguiente cuestionario tiene como objetivo determinar si el “meme político” de la red social Facebook afecta la percepción del lector en Carrera de Comunicación Social.

INDICACIONES:

- Estimados docentes, solicitamos su colaboración en la encuesta a ser aplicada. Los datos permitirán obtener resultados idóneos para el trabajo de investigación.
- Por favor, antes de contestar lea detenidamente la pregunta.
- Marque con una X solo una de las respuestas.

Encuesta realizada a docentes de la Carrera de Somunicación Social de la Universidad Técnica de Ambato.

1. ¿Tiene conocimiento de lo que significa el término "meme" desde su concepción etimológica?

Mucho () Poco () Nada ()

2. ¿Cree que actualmente el "meme" ya es parte de la cultura del ser humano?

Mucho () Poco () Nada ()

3. ¿Cree que es correcto manifestarse en redes sociales con acciones políticas?

Mucho () Poco () Nada ()

4. ¿Piensa que los políticos utilizan los "memes" como herramienta perceptiva de comunicación para generar opinión pública?

Mucho () Poco () Nada ()

5. ¿Cree usted que la difusión mediática puede extenderse al uso de herramientas como el "meme" para hacer periodismo?

Mucho () Poco () Nada ()

6. ¿Piensa que el "meme político" posee un lenguaje coloquial?

Mucho () Poco () Nada ()

7. ¿Cree en el "meme político" como una posible intervención del gobierno, a través de la percepción, en las decisiones democráticas de los ciudadanos?

Mucho () Poco () Nada ()

8. ¿Usted cree que se siente influenciado en su percepción por los contenidos de un "meme político"?

Mucho () Poco () Nada ()

GRACIAS POR SU COLABORACION