

**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA  
EDUCACIÓN**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

**Análisis del discurso de los memes dentro del contexto cultural  
ecuatoriano durante la pandemia del Covid-19**

**Caso: Ecuadorean Wave ミームズ**

**AUTORA:**

**Velázquez Castro, María Sol**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciada  
en Comunicación Social**

**TUTOR:**

**Cortez Galecio, Cristian Arnulfo, Ph.D.**

**Guayaquil, Ecuador**

**12 febrero del 2022**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA  
EDUCACIÓN  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

## **CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Velázquez Castro, María Sol** como requerimiento para la obtención del título de **Licenciada en Comunicación Social**

### **TUTOR**

f. \_\_\_\_\_

**Cortez Galecio, Cristian Arnulfo**

### **DIRECTOR DE LA CARRERA**

f. \_\_\_\_\_

**Cortez Galecio, Gustavo Alberto**

**Guayaquil, 12 de febrero del año 2022**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA  
EDUCACIÓN**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Velázquez Castro, María Sol**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, **Análisis del discurso de los memes dentro del contexto cultural ecuatoriano durante la pandemia del Covid-19 Caso: Ecuadorean Wave**  $\Xi-\Delta\lambda$  previo a la obtención del título de **Licenciada en Comunicación Social**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, 12 de febrero del año 2022**

**LA AUTORA**

f. \_\_\_\_\_  
**Velázquez Castro, María Sol**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA  
EDUCACIÓN  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

## **AUTORIZACIÓN**

Yo, **Velázquez Castro, María Sol**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Análisis del discurso de los memes dentro del contexto cultural ecuatoriano durante la pandemia del Covid-19 Caso: Ecuadorean Wave めームズ**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, 12 de febrero del año 2022**

**LA AUTORA**

f. \_\_\_\_\_

**Velázquez Castro, María Sol**

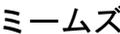


UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA  
EDUCACIÓN  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**REPORTE DE URKUND**

**TEMA:**

Análisis del discurso de los memes dentro del contexto cultural ecuatoriano durante la  
pandemia del Covid-19 Caso Ecuadorean Wave 

**AUTORA:**

Velázquez Castro, María Sol



The screenshot shows the URKUND interface. On the left, document details are listed: 'Documento: TESIS VELAZQUEZ.docx (D127292643)', 'Presentado: 2022-02-07 14:52 (-05:00)', 'Presentado por: cristian\_cortez@yahoo.com', 'Recibido: cristian.cortez.ucsg@analysis.urkund.com', and 'Mensaje: TESIS VELAZQUEZ. Mostrar el mensaje completo'. A yellow highlight indicates '3% de estas 137 páginas, se componen de texto presente en 11 fuentes.' On the right, a 'Lista de fuentes' table is visible with columns for 'Categoría' and 'Enlace/nombre de archivo'. The table lists several sources, including 'Tesis (2).doc', 'Tesis (1).doc', 'memes GOMEZ.docx', and two URLs from 'cuademo.pucmm.edu.do' and 'www.scieo.cl'.



f. \_\_\_\_\_  
**Cortez Galecio, Cristian Arnulfo**  
**TUTOR**

## **Agradecimientos**

Primero, quisiera agradecerle a mi mamá y a mi papá. Yo sé que su trabajo es tenerme fe, pero sin ustedes, no me hubiera creído que podría llegar a tanto. Además, les agradezco por haberme dejado utilizar el internet sin supervisión cuando era pequeña.

A mi hermana Alejandra. Gracias apoyarme y aconsejarme en los momentos más difíciles de mi vida.

A Emily. A pesar de que la universidad no nos haya dejado pasar todos los días juntas como en el colegio, siempre has estado ahí para mí. Gracias por existir, angel.

A Melany y a Andrea. Gracias por llenar mis años universitarios con recuerdos llenos de felicidad, locura y muchas enseñanzas. Sin ustedes habría perdido la cordura (más).

A Giancarla. Sin tu apoyo emocional no hubiera podido terminar esta tesis. Aunque no hayamos podido avanzar juntas, agradezco que apareciste en mi vida y que seas mi pata para la locura.

A mi gatita Wanda, que me acompañó todos estos meses de desvelo y desesperación.

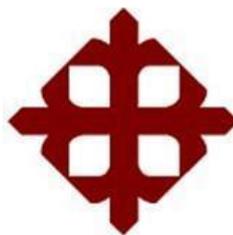
Y por último, un agradecimiento especial a mi tutor, Cristian Cortez. Este proceso fue más divertido gracias a su apoyo.

## **Dedicatoria**

A la pequeña Sol.

Te garantizo que vas a volarles la cabeza.

*Anytime...*



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA  
EDUCACIÓN**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

f. \_\_\_\_\_

DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. \_\_\_\_\_

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. \_\_\_\_\_

OPONENTE

## ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE GENERAL	IX
ÍNDICE DE TABLAS	XI
ÍNDICE DE IMÁGENES	XI
RESUMEN	XV
ABSTRACT	XVI
INTRODUCCIÓN	2
CAPÍTULO I   MARCO INICIAL	4
1.1. Planteamiento de hecho científico o situación problemática	4
1.2. Formulación del problema de investigación	5
1.3. Justificación	5
1.4. Línea de Investigación	6
1.5. Objetivos del proyecto	6
1.5.1. Objetivo general	6
1.5.2. Objetivos específicos	6
1.6. Localización y cobertura	6
1.7. Metodología	7
1.8. Categoría de análisis	7
1.9. Dimensiones de la categoría	7
CAPÍTULO II   MARCO TEÓRICO	11
2.1. ESTADO DEL ARTE O DE LA CUESTIÓN	11
2.2. MARCO CONCEPTUAL	13
2.2.1. Teoría de la Comunicación	13
2.2.1.1. De la Aguja Hipodérmica a las Narrativas Transmedia	14
2.2.1.2. Filosofía Light y la Actitud New Age	15
2.2.1.3. Agenda setting de los medios: Constructores de la realidad social.	17
2.2.2. Comunicación Digital	19
2.2.2.1. Internet y redes sociales	20
2.2.2.2. ¿De experimento en Harvard a monstruo mediático mundial?	22
2.2.3. Identidad(es)	22
2.2.3.1. En búsqueda de la Identidad Nacional	24
2.2.3.2. Ficciones reales: Cómo crear imaginarios sociales	27

2.2.3.3. Cultura Pop: para ti, para mi, para todos.	28
2.2.3.4. Construyendo el “Yo” virtual: Identidad <i>Online</i>	29
2.2.4. La palabra tiene poder: El Discurso	31
2.2.4.1. El discurso de poder en lo político y el papel de la ideología.	33
2.2.4.2. Semántica del discurso: la magia de la creación de ideas.	35
2.2.4.3. Evolución de discursos en espacios <i>online</i> al nacimiento del meme	37
2.2.5. La esencia de los memes: El Humor	39
2.2.5.1. Tipos de humor	41
2.2.6. Teoría del meme	42
2.2.6.1. Meme de internet	46
2.2.6.2. Tipos de memes: Por su estructura	49
2.2.6.3. El meme y la pertenencia social	53
2.3. MARCO REFERENCIAL	55
2.3.1. Historia del meme	55
2.3.1.1. El Pasado: Primeros memes	55
2.3.1.2. Una breve historia de las revistas humorísticas modernas en occidente.	57
2.3.1.3. Y así, el meme migró al internet	63
2.3.2. Memes de internet en Ecuador	67
2.3.2.1. Internet en Ecuador	67
2.3.2.2. Los Pioneros	68
2.3.2.3. Nuevas caras	72
CAPÍTULO III   MARCO METODOLÓGICO	75
3.1. Investigación Bibliográfica	75
3.2. Análisis del Discurso	76
3.3. Entrevista semiestructurada	84
3.4. Triangulación datos	90
CAPÍTULO IV   ANÁLISIS DE RESULTADOS	91
4.1. Matriz 1: Ficha técnica	91
4.2. Matriz 2: Componentes del discurso	99
4.3. Matriz 3: Perfil del emisor o sujeto enunciador	113
4.4. Matriz: Análisis de la formación discursiva	123
5. CONCLUSIONES	137
6. RECOMENDACIONES	140

REFERENCIAS	142
ANEXOS	153

## **ÍNDICE DE TABLAS**

Tabla 1: Autores ecuatorianos y el regionalismo	27
Tabla 2: Tipos de humor	41
Tabla 3: Tipos de chistes audiovisuales	42
Tabla 4: Taxonomía del meme	45
Tabla 5: Muestra para análisis	78
Matríz de análisis #1: Memembre o Ficha técnica	81
Matríz de análisis #2: Componentes del discurso	81
Matríz de análisis #3: Perfil del emisor o sujeto enunciador	83
Matríz de análisis #4: Componentes de la formación discursiva.	83
Tabla 6: Respuestas de entrevistas: Según el tópico	87
Tabla 7: Tipo de humor encontrado dentro de las piezas analizadas	130
_Toc95261400	

## **ÍNDICE DE IMÁGENES**

Imagen 1: Emoticons	49
Imagen 2: Acrónimos	49
Imagen 3: Hashtags	50
Imagen 4: Imágenes adyacentes a textos	50
Imagen 5: Imágenes con texto incrustado o imágenes macro	50
Imagen 6: Imágenes secuenciales.	51
Imagen 7: Gifs o imágenes en movimiento	51
Imagen 8: Productos audiovisuales con altos niveles de fidelidad	52
Imagen 9: Productos audiovisuales parcialmente metamórficos	52
Imagen 10: Productos audiovisuales como reinterpretaciones	53
Imagen 11: Cuadrado de Sator	55
Imagen 12: Las tres liebres	56
Imagen 13: Kilroy was here	56
Imagen 14: Punch or The London Charivari	57
Imagen 15: The Yellow Kid	58

Imagen 16: Expectative vs. Reality	59
Imagen 17: Caricatura en tiempos de guerra	60
Imagen 18: MAD Magazine	60
Imagen 19: Revista ‘‘El Jueves’’	61
Imagen 20: Revista Topaze	61
Imagen 21: Revista Humor Registrado	62
Imagen 22: Comentarios de Pancho Jaime	62
Imagen 23: Dancing Baby	63
Imagen 24: I can has Cheezburger?	64
Imagen 25: Meme Generator	64
Imagen 26: Rage Comics	65
Imagen 27: Una década de memes	67
Imagen 28: MecagodeRiZa	69
Imagen 29: Crudo Ecuador 1	69
Imagen 30: Crudo Ecuador 2	70
Imagen 31: Guayaco Batraccio	71
Imagen 32: Logo de Guayaco Batraccio	71
Imagen 33: Memes 2020’s	72
Imágenes 34: Est�tica Vaporwave	73
Imagen 35: Conteo Fecha de publicaciones	92
Imagen 36: Conteo Origen del Meme	93
Imagen 37: Conteo Tipo de Meme	94
Imagen 38: Estructura del meme: Imágenes adyacentes al texto	94
Imagen 39: Estructura del meme: Imágenes Macro	95
Imagen 40: Estructura del meme: Imágenes Secuanciales	95
Imagen 41: Gráfico: Conteo Tipo de Chiste	96
Imagen 42: Ejemplo: Chistes nacionales o del humor nacional	96
Imagen 43: Ejemplo: Chistes culturales-institucionales	97
Imagen 44: Ejemplo: Chistes no verbales	98
Imagen 45: Ejemplo: Etapas de la pandemia	98
Imagen 46: Ejemplos: Textos contextualizadores	99
Imagen 47: Ejemplo: Pieza #14	101
Imagen 48: Elementos Estrutcutrales: Adyacentes al texto	102

Imagen 49: Componentes estructurales: Imagen Macro-Imagen Secuencial	102
Imagen 50: Ejemplo: Componentes estructurales (Pieza #10)	103
Imagen 51: Ejemplo: Elementos estructurales (Pieza #8)	104
Imagen 52: Ejemplo: Intenciones emocionales	105
Imagen 53: Ejemplo: Personificaciones (Pieza #4 y #7)	106
Imagen 54: Ejemplo: Recacciones de la ciudadanía	106
Imagen 55: Figuras literarias: Descripción	107
Imagen 56: Figuras literarias: Alegoría	108
Imagen 57: Figuras literarias: Personificación	109
Imagen 58: Figuras literarias: Apóstrofe	110
Imagen 59: Figuras literarias: Gradación	111
Imagen 60: Figuras Literarias: Sinestesia	111
Imagen 61: Figuras literarias: Onomatopeya	112
Imagen 62: Ejemplo: Pieza #10	113
Imagen 63: Ejemplo: Pieza #5	114
Imagen 64: Ejemplo: Pieza #6	115
Imagen 65: Ejemplo: Pieza #10	115
Imagen 66: Marca de Agua	116
Imagen 67: Explicación de preferencias del autor	117
Imagen 68: Estereotípos Guayacos	119
Imagen 69: Historial de epidemias en Ecuador.	120
Imagen 70: El ecuatoriano ante la pandemia..	122
Imagen 71: Discursos: inicio y final..	123
Imagen 72: Conteo Función Discursiva	125
Imagen 73: Ejemplo: Pieza #9	126
Imagen 74: Ejemplos: Pieza #2 y #11	127
Imagen 75: Ejemplo: Pieza #4	128
Imagen 76: Ejemplo: Pieza # 13	129
Imagen 77: Ejemplo: Pieza # 13	131
Imagen 78: Ejemplo: Pieza #6	131
Imagen 79: Ejemplo: Pieza # 13 (2020)	132
Imagen 80 : Ejemplo: Pieza #10. (2020)	133
Imagen 81 : Ejemplo: Pieza #3. (2020)	134

Imagen 81: Conteo Elmentos de Adaptación	135
Imagen 82: Ejemplo: Pieza #2	135
Imagen 83: Ejemplo: Pieza #8	136

## RESUMEN

La pandemia de COVID-19 que llegó a Ecuador a inicios del 2020 impactó con gran magnitud al entorno social, tanto que las interacciones traspasaron el espacio físico y se mudaron a los espacios digitales. Es ahí donde entran las redes sociales y empiezan a cumplir con el rol, no solo de entretener, sino de dar cabida a la creación de piezas informativas de carácter divulgativo. Es por esta razón que este estudio analiza la construcción discursiva de los memes publicados por la página de Facebook, Ecuadorean Wave  $\Xi-\Delta Z$ , con el fin de retratar de manera sintetizada lo que los ciudadanos ecuatorianos experimentaron durante el inicio de la pandemia.

Para esto, se toman como referencias a *la Teoría del Meme de Internet* de Gabriel Pérez Salazar, y estudios desarrollados a partir de este. Así mismo, se contemplan investigaciones relacionadas con el comportamiento de los usuarios en redes sociales y las diversas teorías del imaginario social, ya que estos aspectos son de vital importancia para entender al usuario, su “proceso creativo” a la hora de crear una identidad en un espacio digital y su capacidad de inmersión con otros usuarios. Un análisis del discurso, desarrollado a partir de esta investigación puede facilitar su estudio. Así también, el empleo de entrevistas con especialistas y expertos aportarían con el fin de comprender el criterio actual acerca del fenómeno de los memes y en general, lo que se publica en redes sociales y otros espacios de interacción entre usuarios.

**Palabras Claves:** Memes, internet, comunicación digital, identidad social, Facebook, redes sociales.

## **ABSTRACT**

The COVID-19 pandemic that reached Ecuador in early 2020 impacted the social environment with great magnitude, so much so that interactions went beyond the physical space and moved to digital spaces. That is when social networks come in and begin to fulfill the role, not only to entertain, but to facilitate the creation of informative pieces of expository character. It is for this reason that this study analyzes the discursive construction of the memes published by the Facebook page, Ecuadorean Wave  $\Xi-\Delta\lambda$ , in order to portray in a synthesized way what Ecuadorian citizens experienced during the beginning of the pandemic.

For this, Gabriel Pérez Salazar's Internet Meme Theory and studies developed from it are taken as references. Likewise, research related to the behavior of users in social networks and the various theories of social imaginary are considered, since these aspects are of vital importance to understand the user, his "creative process" when creating an identity in a digital space and his capacity of immersion with other users. A discourse analysis, developed from this research can facilitate its study. Also, the use of interviews with specialists and experts would contribute to understand the current criteria about the phenomenon of memes and in general, what is published in social networks and other spaces of interaction between users.

**Keywords:** Memes, internet, digital communication, social identity, Facebook, social media

## INTRODUCCIÓN

La comunicación es uno de los aspectos más importantes en la vida del individuo. Desde el comienzo de la humanidad, esta le ha ayudado a crear relaciones con sus pares y así crear comunidades o espacios en los que se pueda desenvolverse de manera integral. Pero a lo largo de los años, las maneras en las que una persona puede llegar a comunicarse han cambiado gracias a la evolución misma de la humanidad. Pasando por la invención de la imprenta, la revolución industrial y la creación de los primeros medios de comunicación masivos como la radio, los periódicos, la televisión y la más reciente, el internet.

La integración del internet en la sociedad ha supuesto uno de los cambios más significativos dentro del campo comunicacional, ya que puso a disposición un espacio cuyo alcance era desconocido para los medios tradicionales y que con los años han sabido sacarle provecho para informar, entretener, etc.. Así también con la creación de plataformas de interacción como Facebook, Twitter e Instagram, más conocidas como redes sociales, el acto de comunicarse entre individuos se ha facilitado mucho más, ya que estas redes tienen la ventaja de poder difundir un mensaje en segundos.

Gracias a esto, los usuarios han logrado plasmar sus ideas, sus creencias, su identidad, su vida entera en el internet, llegando a crear o ser parte de un discurso. Y casi siempre, estos lo hacen a través del humor con los conocidos memes de internet.

En función de todo lo expuesto, se planteó el desarrollo de la presente investigación con el fin de analizar el discurso de memes previamente seleccionados de una página de Facebook ecuatoriana en donde se ilustró cómo se vivieron los primeros días de la pandemia de en el país a través de los ojos de los creadores de dichas piezas, basados en una metodología de carácter mixto en donde las de análisis son la herramienta principal.

Vale la pena mencionar que el mero hecho de que se haya establecido una investigación académica sobre un tema que se podría considerar como trivial, tal como es el caso de los memes, es un llamado a que se realicen estudios en los que se analicen este tipo de productos comunicativos. Esto debido a que acontecimientos tan trascendentales como lo pueden ser la pandemia, el confinamiento y la virtualidad,

sacaron a relucir su importancia, así como su capacidad de empezar debates sobre diferentes tópicos.

Para cumplir con estos objetivos, esta investigación va a ser dividida en capítulos. El Capítulo I presenta el marco inicial del proyecto, donde detalla el problema a investigar, la justificación, los objetivos de la misma. En el Capítulo 2 se presenta el marco teórico de la investigación, donde se conceptualizan variables de estudio y otros términos para tener una visión clara del tema que plantea. En el Capítulo III se explican las metodologías escogidas para la recopilación de información acerca del fenómeno escogido, seguido de esto va el Capítulo IV donde se explican los resultados aplicando las teorías declaradas anteriormente. Y por último, se redactarán las conclusiones de la investigación y las recomendaciones para futuros estudios relacionados con este tipo de fenómenos comunicacionales en línea.

# CAPÍTULO I

## 1. MARCO INICIAL

### 1.1. Planteamiento de hecho científico o situación problemática

La presente investigación propone el análisis del discurso de los memes publicados en la página de Facebook, Ecuadorean Wave  $\Xi-\Delta\text{Z}$ , durante el auge de la pandemia de Covid-19 para así, poder identificar cuáles son los elementos que se recopilan dentro de estos y cómo las piezas logran volverse exponentes del discurso social creado dentro del contexto cultural ecuatoriano.

Esto a partir de la teoría basada en los estudios de Richard Dawkins (1976) que dicen que los ‘‘memes’’ son las unidades mínimas de transmisión cultural. Esta teoría ha evolucionado a lo largo de los años junto con la tecnología, la aparición de Internet y las redes sociales. Y es precisamente en este espacio donde los memes se convierten en sinónimo de contenido humorístico, siendo los jóvenes los más expuestos a estos.

Actualmente, los memes son considerados un ‘‘snack cultural’’. Representan las modas y aspectos de una cultura de manera divertida y entretenida. Los usuarios devoran estas pequeñas piezas informativas de manera corta, rápida, y cada vez con más facilidad. Lo que puede llegar a ser adictivo. (Miller, 2007, s.p)

El internet es un lugar en donde los típicos parámetros del espacio y el tiempo son pocos respetados. Es un lugar donde nuevos mecanismos de comunicación son creados, evolucionados y extinguidos por los mismos usuarios dependiendo de sus circunstancias (López, 2005 cit por Rosero, 2015, p.7)

Este fenómeno invita a explorar y entender el contexto sociocultural en el que el usuario crea o reproduce un meme, ya que su divulgación depende de la interpretación y criterio de los acontecimientos en donde son producidas. (Jenkins, 2009, s.p)

Por último, la creación de narrativas (presentadas de cualquier forma) es empleada por los seres humanos como estrategia para sobrevivir, resistir y sobrellevar la realidad, sea buena o mala. Se necesitan para establecer vínculos comunicativos que unen al individuo con su entorno. (Rincón, 2006, p. 86-87)

## 1.2. Formulación del problema de investigación

¿Qué elementos definen los rasgos discursivos de los memes publicados en Ecuadorean Wave  $\Xi - \Delta \Sigma$  durante los primeros meses la pandemia de COVID 19 dentro del contexto ecuatoriano?

¿Cómo son codificados estos elementos para comprender su papel dentro de la creación del discurso en redes sobre la realidad referida?

## 1.3. Justificación

Durante los últimos años en Ecuador, al igual que en el resto del mundo, se ha podido evidenciar la rápida evolución del internet, y junto a este el de las redes sociales y el contenido que se genera y se distribuye dentro de estas. Siendo uno de los casos más conocidos el de los ‘‘Memes de Internet’’. Piezas multimedia de carácter humorístico que se han vuelto parte del día a día de los usuarios de estos espacios virtuales.

En redes sociales como Facebook, los memes son un pilar fundamental dentro del léxico de esta web en general. Tanto así que varios usuarios han creado cuentas o páginas donde exclusivamente se comparten memes creados por los miembros de la comunidad *online*. Al mismo tiempo, estas piezas pueden traspasar ese espacio y ser distribuidos en otras redes como Twitter e Instagram, o en aplicaciones de mensajería instantánea como WhatsApp o Telegram.

Pero lo que mucha gente ignora es el papel que juegan estas piezas de divulgación al momento de comprender el contexto físico en el que operan algunos de estos usuarios, lo que es demostrado por la casi nula existencia de estudios, proyectos o experimentos centrados en estudiar este tipo de fenómenos.

Por ello, es importante que tanto los académicos como los individuos comunes aprendan el potencial comunicativo que tienen los memes para poder ampliar las herramientas de análisis y comprensión de las narrativas discursivas vividas en sociedad.

## **1.4. Línea de Investigación**

Debido a que la presente investigación se va a centrar en analizar el discurso compuesto por elementos meméticos (imagen, mensaje, idioma, plantilla, etc.) y los cambios que estos sufren al configurarse para que quepan dentro del contexto cultural pop ecuatoriano visto en las publicaciones de las páginas de memes nacionales, la línea investigativa es la de Estudio de Construcción Discursiva y Recepción.

## **1.5. Objetivos del proyecto**

### **1.5.1. Objetivo general**

Analizar el discurso *online* creado en los memes publicados en la página de Facebook, Ecuadorean Wave ミームズ, entre enero y mayo de 2020, para comprender el contexto ecuatoriano durante el auge de la pandemia de Covid-19.

### **1.5.2. Objetivos específicos**

- Establecer las bases teóricas que han permitido el desarrollo de los memes y su uso discursivo en redes sociales por parte de los usuarios ecuatorianos.
- Identificar qué elementos de las piezas seleccionadas fueron utilizados para adaptarse al contexto ecuatoriano.
- Reconocer la importancia de los memes como nueva herramienta comunicativa que permite interpretar las múltiples realidades sociales en Ecuador.

## **1.6. Localización y cobertura**

Se optó por escoger 14 piezas o memes publicados en la página de Facebook, Ecuadorean Wave ミームズ, publicados entre el 22 de enero hasta el 3 de mayo de 2020 para el análisis de este caso.

Estas piezas fueron seleccionadas sobre la base de ciertas características como formato, el uso de referencias, la temporalidad y otros aspectos que parten desde los objetivos de esta investigación. Por esta razón se dejaron a un lado más de 30 piezas que no cumplían dicha afirmación.

## 1.7. Metodología

La metodología de este proyecto de investigación es de carácter mixto. Esto debido a que se planea emplear herramientas cualitativas como el análisis del discurso, entrevistas semi-estructuradas en profundidad y revisión de bibliografía. Al igual que herramientas cuantitativas como el uso de matrices de análisis para identificar la cantidad de características que se repiten. Esto va a ser explicado más adelante en el capítulo del marco metodológico.

## 1.8. Categoría de análisis

### **El discurso de los memes como reflejo de la realidad ecuatoriana**

Partiendo de la premisa de que los memes son productos audiovisuales cuya característica principal es su facilidad de ajuste a las preferencias del creador. Lo que significa que estos están sujetos a una larga lista de antecedentes que rodean a dicho creador, como lo serían el idioma, la cultura y las tradiciones, creencias e ideologías, hechos históricos, entre otras. La relación que existe entre los memes y el autor, permite dar un vistazo a las construcciones sociales que se producen alrededor de este, y cómo, al mismo tiempo, colabora en dichas construcciones a través de publicaciones en espacios *online*.

## 1.9. Dimensiones de la categoría

### **1. Membrete o Ficha Técnica:** Datos generales de la pieza

**Fuente:** Nombre de la página de Facebook

**Fecha de publicación:** Fecha

**Tipo de meme:** Las múltiples maneras en las que se manifiesta el meme en internet.

- **Imágenes adyacentes a textos:** Lo que dice el texto, se muestra en la imagen que lo acompaña.
- **Imágenes con texto incrustado o imágenes macro:** Imagen (dibujo o fotografía, o un momento captado de un vídeo) que tiene un mensaje sobrepuesto. La imagen suele pasar por diversos grados de manipulación digital.

- **Imágenes secuenciales(micro-historietas):** Son memes en los se crea una historia usando plantillas o templates pre-elaborados que son adaptados a cada situación particular.

**Origen del meme: La procedencia de la referencia del meme.**

- Serie + Nombre
- Película + Nombre
- Videojuego + Nombre
- Video Viral + Nombre

**Tipo de chiste:** Clasificación de los tipos de humor audiovisual.

- **Chistes internacionales:** La reacción humorística no depende un mecanismo exclusivo a la lengua o cultura de origen.
- **Chistes culturales-institucionales:** Depende mucho del contexto cultural del autor.
- **Chistes nacionales o del humor nacional:** Este tipo está 100% ligado a la interpretación de humor de cada nacionalidad. El lenguaje puede variar (inglés, español o una combinación de ambos).
- **Chistes no verbales:** El significado de todo el meme recae en la imagen.

**Texto contextualizador:** Texto principal de la pieza.

**Contexto:** Una breve explicación de la situación en la que se creó el meme.

**Imagen:** Meme a analizar

**2. Componentes de un discurso:** Estructura general de la pieza.

**Componente:** Se enuncia cada uno de los elementos que conforman la pieza.

**Descripción formal:** Características de los elementos, forma de expresión y de contenido.

**Género:** Clasificación de fácil reconocimiento social que facilita la comunicación entre el autor y el destinatario. Estos están subdivididos en dos subcategorías:

- **Elemento:** Titular/texto - Fotografías, fotomontajes – Créditos
- **Carácter:** Crítico – Satírico – Ilustrativo.

**Semántica:** Significado de cada uno de los elementos de la pieza.

**Función Comunicativa:** Explicación sobre la función que busca transmitir dicho elemento para construir el discurso.

### 3. Perfil del emisor o sujeto enunciadador

**Componente:** Se enuncia cada uno de los elementos que conforman la pieza.

**Marcas sociales:** Huellas de la ubicación social y cultural que deja el sujeto. Se detalla el imaginario social creado alrededor de la pandemia de Covid-19.

**Marcas de estilo:** Huellas diferenciales que expresan los gustos, las necesidades y la forma particular de ser y de pensar del sujeto.

**Valores ideológicos:** Forma de pensar desde la cual el sujeto construyó su mensaje.

### 4. Análisis de la formación discursiva a la que pertenece un discurso: Recopila la información obtenida en los otros cuadros

**Discurso:** Mensaje general y sus significados en conjunto.

**Formación discursiva:** Idea principal, razones o propósito por las que creó la pieza.

**Elementos:** Descripción de características extra de la pieza

- **Objetos:** Productos discursivos concretos que son visibilizados por una formación discursiva.
- **Tipos de enunciación:** Valores, carácter y estilo que mantienen un conjunto de enunciados y describen un sujeto enunciadador.
- **Concepto:** Conjunto de determinaciones abstractas que describen cómo se relacionan los distintos objetos de una formación discursiva.
- **Temas:** Ejes transversales que atraviesan los objetos de una formación discursiva.

### **¿Qué cambia?**

Se describen los elementos o referencias que permiten una contextualización al escenario social ecuatoriano.

Estos puntos serán aplicados en las matrices para el análisis del discurso de las 14 piezas seleccionadas. Así también, servirán como método de contraste ante otras dos herramientas investigativas que se utilizarán para probar la tesis planteada en el presente trabajo de titulación.

## **CAPÍTULO II**

### **2. MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. ESTADO DEL ARTE O DE LA CUESTIÓN**

Antes de desglosar los conceptos claves para el entendimiento general del proyecto, se va a exponer el estado del arte de este que, según Molina (2005) ‘...es un método de investigación documental que permite el estudio del conocimiento acumulado (escrito en textos) dentro de un área específica (p.2). El cual es importante debido a que aporta un vistazo a aportaciones previas sobre el tema, así también como lo que no se ha dicho.

Para esto, se consultaron 7 documentos, entre tesis de grado y artículos académicos publicados entre 2014 y 2020 en países de América Latina y Europa, los cuales ayudarán a explorar los estudios desarrollados alrededor del uso de los memes de internet como método de discurso y de expresión de la identidad social durante acontecimientos específicos como lo puede ser la pandemia de COVID-19.

Estos serán expuestos de manera cronológica.

En el seminario-tesis denominado ‘El meme como evolución de los medios de expresión social’ realizado en Chile por (Muñoz, 2014), la autora opta por explorar las diferencias y similitudes que el meme de internet tiene con los afiches políticos. Ahí explica cómo los memes cumplen el mismo papel que los afiches que las personas se encontraban en las calles, al retratar la opinión pública en el desconocido terreno que aún eran las redes sociales. Esto, haciendo un breve análisis estructural de las piezas que pone como ejemplo, mientras menciona el contexto en el que fueron creados.

En la tesis ‘Análisis crítico del discurso de los “memes” alusivos al debate sobre paramilitarismo (2014) del Congreso de la República de Colombia’ escrita por (González y Herrera, 2015), tal como dice el título, los autores analizan el discurso dentro de memes que retratan momentos del debate entre los entonces senadores, Álvaro Uribe e Iván Cepeda. Dentro de esta investigación se agregan variables de estudio como el contexto en el que se desarrolla y el tipo de humor empleado.

La tesis de grado '*MEMES: Comunicación e identidad, análisis comunicacional de los memes de Crudo Ecuador como representación de la identidad ecuatoriana*' de (Rosero, 2015), el autor establece que su propósito al estudiar sus piezas seleccionadas es demostrar la capacidad comunicacional-discursiva de estas. Al mismo tiempo que busca destacar los códigos que ayudan a percibir las como 'propias de una nación', en este caso, al Ecuador.

Por otro lado, en la tesis publicada por Castañeda, '*Expresión popular en el espacio virtual: Estudio de los memes de internet como manifestación de la realidad peruana y sus situaciones desde la Teoría del Signo de Charles S. Peirce y la Teoría Memética de Richard Dawkins.*' (2017), se busca estudiar y entender la naturaleza replicante que tienen los memes. El autor lo hace tomando una muestra de 150 piezas (memes) que, a su juicio, representan escenarios de la vida cotidiana en el Perú. Por otro lado, este estudio destaca el descubrimiento de un lado B dentro de la creación de memes al describir cómo algunas piezas hacen burla de situaciones centradas en el discurso del odio.

Celorio, en su tesis '*Los memes, un producto comunicacional de visibilización y construcción de imaginarios políticos en el Ecuador. Caso de estudio: páginas de Facebook Crudo Ecuador y Soy Revolución, memes sobre la consulta popular 2018*' (2019), plantea un análisis a los memes de temática política publicados en dichas páginas de Facebook con el fin de, no solo identificar los imaginarios políticos ya establecidos dentro de esos espacios, sino también cuáles son construidos a partir de estas piezas.

La tesis de Gutiérrez (2019) denominada '*El uso estratégico del meme en comunicación política*' estudia el rol que desempeñan los memes como agente estratégico dentro de la construcción de opinión pública, de ideologías y por ende del discurso político que se comparte en espacios digitales como las redes sociales. Esto a partir del análisis de más de 300 memes publicados durante la época en la que se desarrollaba el caso Caval en Chile.

El artículo '*Humor en tiempos de pandemia.: Análisis de memes digitales sobre la COVID-19*' (Sola-Morales, 2020), realiza un análisis de contenido en busca de entender las formas de humor *online* desarrolladas durante el confinamiento en España por el COVID-19. Utilizando 360 memes como muestra, el autor logra estudiar

variables como la estructura, intertextualidad y la temática, logra definir ..el uso de estos como recurso comunicativo genera complicitad entre los miembros de una comunidad que está pasando por una misma situación. Además de servir como canalizador de emociones.

A pesar de que exista una amplia lista de bibliografía en donde se utiliza al meme de internet como objeto de estudio dentro del campo comunicacional, sigue siendo escasa en ciertos países. En el caso de Ecuador, son pocas las tesis, artículos científicos u otros productos investigativos en los que el meme sea sometido a metodologías como el análisis del discurso. Y es por esa razón, se optó por esta línea investigativa.

## **2.2. MARCO CONCEPTUAL**

### **2.2.1. Teoría de la Comunicación**

Lo primero que se viene a la mente cuando alguien menciona las palabras ‘‘teoría de la comunicación’’ es el resultado de alguna investigación o de un estudio que se centra en analizar el uso del lenguaje y cómo este sirve para que los individuos puedan relacionarse entre sí.

Algo así plantea Serrano (1982) al decir que ‘‘La Teoría de la Comunicación estudia el modo en el que los seres vivos, y más particularmente la especie humana, se producen y se reproducen a sí mismos, y a su medio, sirviéndose de la información compartida (...)’’. (citado por Sánchez, 2021, p.35). Es decir, que esta rama de las ciencias sociales se encarga de analizar, investigar e interpretar cómo estas interacciones entre individuos ayudan a la formación, tanto de ellos mismos como del espacio que los rodea.

La misma autora invita a aceptar que este fenómeno social -la comunicación- es activo y que está en constante cambio, ya que las ideas, pensamientos o información de los actores cambian casi de igual manera. (p. 36) En su mayoría, debido a la exposición de los productos mediáticos creados por las grandes industrias del entretenimiento y trayendo consigo lo que se conoce como Comunicación Mediática o de Masas.

La comunicación mediática o de masas es un tema que ha sido estudiado por más de un siglo y desde diversos puntos de vista. Scolari (2008) explica:

El territorio de las teorías de la comunicación de masas se encuentra atravesado por una trama de modelos teóricos, metodologías y diccionarios particulares imposibles de englobar en un único discurso. De la agenda- setting al enfoque funcionalista, pasando por la espiral del silencio, los usos y gratificaciones o las teorías de la dependencia y el imperialismo cultural, resulta imposible articular toda esta producción teórica en un discurso científico consistente. (p. 33)

Pero a pesar de estos impedimentos, siempre se ha tenido como base la influencia de los medios de comunicación sobre las masas o audiencias y cómo estas utilizan dichos productos en su día a día.

### **2.2.1.1. De la Aguja Hipodérmica a las Narrativas Transmedia**

De acuerdo con Aponte (2017) la teoría de la Aguja Hipodérmica se resume en:

(...) cómo los medios de comunicación inyectan sus ideologías a las masas, por medio de mensajes directos y unidireccionados. Su inicio se ubica entre la Primera y Segunda Guerra Mundial por Laswell, tomando como ejemplo el trabajo realizado por Joseph Goebbels, usando a la radio cine, teatro y prensa, para lograr de esta forma manipular a las masas desde la iniciativa pseudocientífica de la supuesta superioridad de la etnia aria sobre las otras (citado por Almeida, 2021, p. 10)

Teniendo esta teoría en mente, autores como Cáceres (2021) trasladan este modelo comunicativo a la actualidad, donde las nuevas herramientas tecnológicas como el internet y las redes sociales son el nuevo vehículo para masificar un mensaje. Este autor también señala que “este proceso se vuelve más fácil de hacer, siempre y cuando el medio de comunicación haya generado una comunidad no solo en su página web, sino en redes sociales, espacio en donde se dan a conocer los nuevos medios.” (p .24) Estos nuevos lugares para hacer comunicación son conocidos como "nuevos ecosistemas mediáticos" o NEM.

Dentro de estos, conviven los medios de comunicación tradicionales (televisión, radio, prensa escrita), y las nuevas tecnologías de la información (redes sociales, aplicaciones, el internet en general). Según Ávila (2020) estas herramientas se interrelacionan entre sí, se ayudan una a otras; se complementan, pero los primeros entienden que han perdido su estatus de “fuentes principales de información”, y ahora dependen de los segundos para seguir adelante. (p. 80)

Una de las características que permite este cambio de roles, es la facilidad que las nuevas tecnologías tienen de crear escenarios donde los usuarios puedan crear sus propias narrativas, desde cero o a partir de otra preexistente. Las cuales, de acuerdo con Londoño (2010) es “ (...) la forma que utilizan distintos lenguajes para contar hechos, historias, situaciones o acontecimientos que pueden estar ubicados en el pasado, el presente o el futuro y en un lugar o lugares determinados” (citado por González, 2021, p. 26). Lo que promueve la conectividad entre los internautas.

Así mismo, está el hecho de que estás no se quedan en un solo lugar, sino que pueden ser compartidas a través de muchas plataformas, convirtiéndose así en Narrativas “Transmedia”. Scolari (2013) define a esta clase de narrativa como “un tipo de relato en el que la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación, y en el cual una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión” (citado por Sierra & Silva, 2019, p. 40). Este término no sólo se refiere a la acción de transmitir el mismo mensaje a través de diferentes canales de difusión, sino de captar y hacer partícipe de esta a nuevas audiencias a través de diversos contenidos.

Esta interactividad propuesta por las nuevas tecnologías invita a dejar a un lado el ya presentado concepto del control de masas e insiste en aceptar que “Los usuarios dejan de ser objetos de manipulación para convertirse en sujetos que manipulan” (Vilches, citado por Peralta, 2017 p. 36)

Esto significa que los usuarios, destinatarios y audiencias son los responsables de construir narrativas. Estos contribuyen a la creación de nuevos productos audiovisuales que luego van a consumir, y al mismo tiempo inciden en la creación de otras narrativas. Es un ciclo sin fin.

#### **2.2.1.2. Filosofía Light y la Actitud New Age**

Debido a la constante demanda de nuevo contenido por parte de las audiencias, los medios de comunicación, a finales del siglo pasado, optaron por el entretenimiento como fuente principal para la creación de estas nuevas narrativas. Lo que lleva a autores como Rincón (2006) a razonar que “los medios de comunicación han determinado que su acción en el mundo de la vida es la lucha contra el aburrimiento” (p. 42)

El uso focalizado del entretenimiento ayudó a formar una ‘cultura mediática contemporánea’. Esto combinando la premisa de que los medios de comunicación y las nuevas tecnologías tienen la habilidad de transformar la producción de significados sociales. (Quiroga. 1999); junto con la búsqueda de mantener interesada a las audiencias para que no pierdan el interés en consumir los productos audiovisuales que ofrecían estos medios.

Por esta razón, la mayoría del contenido producido carece de fondo. Se ‘(..) ha propiciado un crecimiento exponencial del entretenimiento barato y sin sentido.’ (Vargas Llosa, citado por Campana 2015, p. 15). Como diría la gente, son cosas fáciles de digerir.

Como consecuencia del desarrollo de este fenómeno, aparecen 2 términos que definen el *mindset* de aquellos quienes son influidos por este nuevo estilo comunicacional.

En primer lugar, está la Filosofía Light o de la Instantaneidad, esta se define cómo:

Un modo de pensar que promueve que hay que evitar la densidad y el argumento para evitar los afectos y aplicar soluciones técnicas a los problemas. Nuestra filosofía de la actualidad es light porque es de búsquedas veloces (cero profundidad de tiempo) y estéticas sin referencia (cero profundidad de memoria). Todo es cuestión de estilo, no de ideologías. (Rincón, 2006, p. 65)

Los medios utilizan esta filosofía como estrategia narrativa, haciendo uso de lo breve, el fragmento, cosas fugaces; para establecer una realidad instantánea pero efímera.

El segundo término es Actitud New Age. El mismo autor describe esta actitud como la indicada para obtener la felicidad, y dicha felicidad se basa en ‘las buenas energías, creer en sí mismo y apostar por creerse digno de éxito’ (p. 72)

Estas corrientes de pensamiento invitan a las personas a establecer un estilo de vida libre de complicaciones, ni dilemas. Esto, basado en un modelo comunicacional que promueve el pensamiento subjetivo, que mantiene al individuo informado sobre cosas que le gustan, practicando ideas suaves, optimistas y con un estilo que ayuda a aliviar el estrés cotidiano. (p. 68)

Mucho de esto puede ser visto en cómo funcionan ciertas redes sociales que tienen como foco principal promover contenido fugaz. Por ejemplo, están las *stories* de

WhatsApp, Facebook e Instagram en las que los usuarios pueden publicar pequeños fragmentos de contenido que es borrado después de las 24 horas.

Este tipo de pequeñas producciones se vuelven parte de una serie de factores que ayudan a los medios de comunicación (tradicionales y nuevos) a construir la realidad que viven sus audiencias.

Esto se traduce en el proceso de producción y propagación de memes. En apartados más adelante, relacionados netamente a la explicación de los memes en general, autores como Shiftman (2014), Masuco (2018) y Meso Ayerdi, et al (2019), exponen sus ideas en cómo el usuario es creador, modificador y difusor de nuevos pensamientos y cómo los memes han ayudado en dicho proceso.

### **2.2.1.3. Agenda setting de los medios: Constructores de la realidad social.**

Berger y Luckmann, en su libro “La construcción social de la realidad” (1966) hicieron pública la idea de que “la realidad se establece como consecuencia de un proceso dialéctico entre relaciones sociales, hábitos tipificados y estructuras sociales, mirado desde un punto de vista social.” (citado por Yáñez, 2010, p. 292) Es decir que la realidad es una construcción que depende del ser humano.

Estos autores centran sus investigaciones en “la vida diaria”, o lo cotidiano. Esto debido a que argumentan que esta es la imagen más visible y reconocible de la realidad. Sostienen que dentro de este pseudo-espacio, se establecen las pautas de comportamiento, se crean actores y agentes de la dinámica social; los mecanismos de socialización que llevan al equilibrio cotidiano. (González, 2007, p. 33) Lo que, combinado con la premisa explicada en el párrafo anterior, se entiende que la realidad de un individuo está sujeta a la combinación de lo preestablecido por su entorno, y a la interacción con factores externos. A esto lo llaman intersubjetividad.

La propuesta (de estos autores) tiene como eje básico el concepto de intersubjetividad, comprendido como el encuentro, por parte del sujeto, con otra conciencia que va constituyendo el mundo en su propia perspectiva. La intersubjetividad no se reduce al encuentro cara a cara, sino que se amplía a todas las dimensiones de la vida social. (Rizo, 2015, p. 24)

Algo que caracteriza a los factores externos que permiten el desarrollo de la intersubjetividad, es su rol como mediadores de la realidad, y se podría decir que uno de los principales son los medios de comunicación. Así lo explica Bello (2015)

La realidad, salvo cuando se trata de nuestro entorno más próximo, está mediada y es necesariamente filtrada por alguien o algo: gobiernos, empresas, periodistas, tecnologías (la televisión, la radio, Internet). Los medios de comunicación, quizá los principales encargados de aquella labor, transmiten representaciones de los sucesos cotidianos, llenan los vacíos de nuestra limitada percepción, alimentan nuestros imaginarios y contribuyen, así, a la construcción social de aquello que entendemos como «la realidad». (p.118)

Tal como se explicó en apartados anteriores, los medios de comunicación ejercen gran influencia sobre sus audiencias. Esto debido a que, durante la decodificación del mensaje, los receptores, son más que propensos a aceptar sin hesitar lo que se muestra dentro de los productos independientemente del formato en el que sean presentados. Dicha posibilidad puede llevar a una potencial manipulación de los contenidos de estos productos, y por ende el de la realidad.

Mucho de esto tiene que ver con la teoría de la agenda setting. Esta es descrita por McCombs (2006) como la forma en la que “(...) los medios ejercen influencia sobre las audiencias, a través de los temas de mayor relevancia, y cómo estos deciden cuáles son las cuestiones que van a constituir el centro de la opinión pública” (citado por Ayala, 2017, p. 5). La autora también indica que dentro de esto se incluye el análisis de elementos que pueden influir en la opinión del receptor como imágenes y la elección de temas.

Pero este concepto fue establecido en una época en la que los medios de comunicación tradicionales (televisión, cine, radio, prensa escrita) dominaban la distribución de la información. En la actualidad, este concepto ha tenido que ser adaptado a la rapidez característica del internet y lo compartido en las redes sociales. Lo que involucraría la concepción de que la realidad está siendo construida a partir de esta nueva forma de divulgación de la comunicación, haciéndola más rápida. Más digital.

### 2.2.2. Comunicación Digital

Como ya se mencionó antes, la comunicación surgió como solución a una necesidad que el ser humano tenía que cumplir para poder interactuar con sus semejantes y poder lograr su supervivencia (Farinango, 2017, p. 4). Y gracias a varios estudios se llegó a la conclusión de que en este proceso participan seis sujetos:

- 1) Una fuente, de donde sale la señal o mensaje.
- 2) Un transmisor, que emite la señal.
- 3) Un canal por donde pasa la señal.
- 4) Un ruido, algo que perturba la señal del mensaje.
- 5) Un receptor que recibe y decodifica el mensaje.
- 6) Y un destinatario final quien interpreta el mensaje (por Magaña, 2017, p. 6)

Este proceso es una explicación de cómo funciona el modelo comunicacional presentado por Shannon y Weaver en 1948, el cual tiene como fin representar un sistema general de comunicación donde interfieren varios sujetos para lograr una óptima transmisión de información sin ningún tipo de interferencia. (Cevallos y Hernández, 2014, p. 12)

Como se observa, gracias a esta representación del proceso comunicativo, los individuos podrían llegar a identificar cada vez más la importancia de su papel dentro del mismo. Esto ha provocado que, con los años, se busquen nuevas maneras -o canales- en las que se desarrolle dicho proceso, fuera de los medios tradicionales: ver noticias en tv, escuchar la radio o leer el periódico. Y es ahí donde la comunicación digital surge como consecuencia de dicha presión por parte de las audiencias.

Monroy (2017) define a la comunicación digital como una rama de la comunicación que involucra la extensión eficaz y reproducción de todo eso que se considere material comunicativo en aquel momento dentro de un espacio en línea. (p. 26)

Este nuevo campo comunicacional trajo consigo un cambio drástico en el modelo presentado anteriormente, permitiendo “la existencia de varios receptores, y múltiples mensajes emitidos a través de distintos canales.” (Reyes, 2016, p. 24).

Dicho cambio obligó a los medios de comunicación tradicionales a adaptar su contenido para ser consumidos dentro de estas nuevas plataformas digitales y así suplir

la necesidad de transmisión inmediata de información que estaba empezando a adoptar la sociedad. Con el tiempo, esto progresa hasta el punto de que varios usuarios decidieron crear sus propios medios dentro de estos espacios virtuales creando así los conocidos “nativos digitales”. Nuevos medios, sin antecedentes *off line*, que exclusivamente distribuyen su información interactivamente y en línea. (Igaza, cit por Cazar, 2017, p. 12)

El mismo término es utilizado para describir a aquellas personas que han vivido rodeadas de las nuevas tecnologías y los medios de comunicación *online* desde muy temprana edad. Prensky (2001) menciona cómo los individuos de esta generación -la Z- es hablante nativa del lenguaje digital debido a que han estado expuestos a las computadoras, videojuegos y aparatos inteligentes desde siempre. En otras palabras, han crecido con el Internet muy presente en sus vidas. (cit por Gonzales y Rendón, 2018, p. 25)

#### **2.2.2.1. Internet y redes sociales**

Para la RAE (s.f), Internet se define como una “red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras mediante un protocolo especial de comunicación.” (s.p). En cambio, para Hahn (1995), Internet es el nombre de un enorme conjunto de redes, conectadas por computadoras las cuales están interconectadas entre sí, dando lugar a la mayor red de información en el mundo. (citado por Laguna, 2013, p. 9) El término es tan ambiguo que no se sabe si es un él, una ella o une elle.

A pesar de que existen muchas más concepciones de lo que es el internet, el humano común la define más como un sitio (no físico) al que se puede acceder a través de un dispositivo inteligente y en donde se ofrecen diferentes herramientas que ayudan a desempeñar tareas en el día a día. Pero el ciberespacio no fue siempre así.

Guerrero (2012) explica las diferencias entre las dos etapas que ha tenido la WWW. Durante la era de la Web 1.0, los usuarios se limitaban a ser simples espectadores. Lo único que podían hacer era leer y asimilar la información publicada en las páginas y entornos web, la cual, en su mayoría, eran solo textos. Los sitios eran considerados “estáticos” debido a que estos no daban apertura a la interacción entre el usuario y quienes manejan dichos entornos. En cambio, en la era de la Web 2.0, las audiencias

comenzaron a participar de manera más activa en el proceso comunicativo debido a los avances tecnológicos que han permitido que los portales en internet tengan espacios para que sus usuarios aporten de una u otra manera. (p. 13)

Esta interactividad involucra que los usuarios, no solamente den su opinión o que simplemente reaccionan a lo publicado por el sitio, sino que también les da la oportunidad de aportar en la producción de contenido, en su mayoría bits de información, fotos y videos, logrando que ellos se percatan de un poder comunicativo que no sabían que poseían. (Cabrera, 2009, pp. 167-168)

La misma interactividad es visible dentro de las populares redes sociales. Espacios en línea que permiten la conexión entre usuarios. A partir de la perspectiva informática, las redes sociales son un lugar en la que los individuos crean para compartir información, cooperar en la generación de contenidos y participar en movimientos sociales. (Valarezo & Llivichuzca, 2015, p. 16)

Siguiendo esta misma línea, Castells (2013) sostiene que las personas que crean una cuenta en alguna red social para poder estar conectados con sus más allegados dentro de estas. (citado por Medina, 2019, p. 10). Pero con el tiempo, los usuarios descubren que comparten intereses similares fuera de sus círculos personales, lo que los lleva a formar parte de una comunidad totalmente nueva.

A parte de la constante interacción entre usuarios, las redes sociales se diferencian de otros espacios virtuales de que el contenido que publica un usuario tiene la capacidad de posteriormente convertirse en futuras fuentes para la elaboración de nuevo contenido según el criterio de otro usuario de la misma red. (Rosero, 2015, p.10)

Internet es un “espacio de comunicaciones” donde un diverso número de modelos comunicativos tienen lugar: internet permite el desarrollo de mecanismos de comunicación mucho más complejos, que no responden a los parámetros tradicionales del espacio y el tiempo, un lugar en el que los mecanismos de comunicación nacen, trascienden, evolucionan y se configuran según los deseos de los usuarios. (López citado por Rosero, 2015, p. 7)

Existe una amplia lista de redes sociales que han sido creadas a lo largo de los años. Muchas han prevalecido, otras han cerrado, pero ninguna de esas con el gigante que es Facebook.

### **2.2.2.2. ¿De experimento en Harvard a monstruo mediático mundial?**

Después de haber pasado por muchos cambios, en la actualidad, Facebook se define como una *app* que ayuda al individuo a conectarse con amigos, familiares y comunidades que comparten sus mismos intereses. (Meta, s, f). Es decir, una red social.

Esta fue una de las primeras plataformas en ofrecer un formato ‘‘multidimensional’’. Así lo explica Martínez (2019), ya que esta le da la opción al consumidor de ‘‘ (...) compartir e interactuar a través de fotos, comentarios, videos, GIF, reacciones, historias en sus perfiles, mensajes directos.’’ (p. 21)

Al mismo tiempo, estas facilidades han convertido a Facebook en una plataforma donde se comparte contenido comunicativo. De acuerdo con Valverde (2015), esta red social ofrece la posibilidad del empleo de ‘‘códigos informativos para la comunicación’’ que ayudan a la generación de nuevos discursos, los cuales son asimilados sin dificultad debido a su uso continuo. (citado por Reyes, 2018, p. 36).

Así mismo, la facilidad con la que los usuarios pueden interactuar dentro del sitio web ha convertido a Facebook en el referente principal cuando se menciona el término ‘‘redes sociales’’. Ya que este les permite compartir sus gustos, intereses y preferencias entre sí, lo que les ayuda a crear ‘‘comunidades digitales’’. Un grupo de usuarios o internautas que se reúnen con un fin común, que conlleva un compromiso adquirido cerca de un objetivo especial. (Reyes, 2016, p. 34). Lo que promueve la creación de lazos o conexiones a nivel más personal y provocando un fenómeno sociocultural nunca antes visto.

Para concluir este apartado, se podría decir que el internet, junto a todas las herramientas que ofrece, ha aportado en el desarrollo individual y social de todos aquellos que tienen acceso a ellas. Al introducirse en estos espacios y empezar a interactuar con otros, los sujetos emisores-receptores han aprendido y enseñado al mismo tiempo; han dejado marca de quiénes son y en qué se quieren convertir.

### **2.2.3. Identidad(es)**

La identidad es uno de los aspectos de la vida del ser humano que ha resultado muy difícil de conceptualizar. Por ejemplo, autores como Ruiz y García (2014) explican:

La cuestión de la identidad se plantea de distinta manera en diferentes espacios culturales; la resistencia de algunos autores a emplear la palabra, su preferencia por términos como “subjetivación”, “producción de sujetos”, “autoimagen” o auto-comprensión”, indica, justamente, que no siempre se entiende la identidad de modo unívoco. (cit por Revista de Filosofía, 2014)

Esta dificultad podría darse debido a que este cuestionamiento acerca de la identidad es relativamente nuevo, ya que la mayoría de sus estudios más contemporáneos surgieron a mediados de los años 90 's.

Partiendo de este hecho, ciertos teóricos como Giddens (2002) aclaman que la identidad del “yo” (la de un individuo) es un plan muy ligado a la modernidad, ya el sujeto trata de construir una narrativa personal de manera reflexiva, que le permita entenderse a sí mismo y controlar su propia historia y futuro en condiciones inciertas. (citado por Vera & Valenzuela, 2012, p. 273). Lo que significa que esta persona está en la constante búsqueda de fuentes o referentes que lo ayuden a identificarse.

Una de las tantas nociones fruto de la búsqueda del significado de identidad es que esta depende de las relaciones que el sujeto tiene. Ya sea con otras personas o con su espacio. Desde el punto de vista de la sociología, Fetscher (1995), plantea que

(...) establece un puente sobre la brecha entre lo “interior” y lo “exterior”, entre el mundo personal y el público. El hecho de que nos proyectemos “a nosotros mismos” dentro de estas identidades culturales, interiorizando al mismo tiempo sus sentidos y valores, y convirtiéndolos en “parte de nosotros”, nos ayuda a alinear nuestros sentimientos subjetivos con los lugares objetivos que ocupamos dentro del mundo social y cultural. (cit por Romero, 2016, p. 34)

Por esta razón el sujeto no está sometido a tener “solo un tipo de personalidad”, ya que, como ya se explicó, este desarrolla la imagen que quiere mostrarle al mundo a partir de los diferentes factores a los que está expuesto. Y así, adaptarse a la situación en la que se encuentre.

En resumidas cuentas, se podría decir que la identidad es una marca indeleble que se crea y se proyecta por y a través del entorno del individuo. Al mismo tiempo, estas identidades pueden llegar a generar grupos con estos individuos, ya que sienten familiaridad entre ellos.

A partir de esto, Brewer (2001) identifica que el término identidad puede ser utilizado para: 1) Interpretar lo que surge a partir de los roles dentro de relaciones interpersonales; 2) Para entender las definiciones grupales en el auto-concepto, como identidad de género, identidad racial y étnica e identidad cultural; 3) Describir cuando un individuo se percibe a sí mismo como parte de una unidad social o grupo grande; y 4) Para explicar la participación activa del individuo en la construcción de la identidad de la unidad o grupo. (cit por Vera & Valenzuela, 2012, p. 273)

Esta última, teniendo más peso debido a que territorios (pueblos, ciudades y países) enteros dicen estar unidos por “una sola identidad”. Naciendo así una noción de pertenencia nacional.

### **2.2.3.1. La constante búsqueda de la Identidad Nacional**

La identidad nacional parte de las ideas ya presentadas acerca de lo que es en sí la identidad, pero este se enfoca más en el factor pertenencia. Ya que el individuo se siente obligado a actuar a favor de la comunidad a la que pertenece. Por ello, Anderson (1983) describió este paradigma identitario como el resultado de una serie de sucesos históricos que partieron de un factor común, el desarrollo de un grupo de personas dentro de un territorio en específico. Lo que desencadenó la formación de una idea de “nación”. (cit por Rosero, 2015 p. 13)

Esto lleva a considerar la idea de que la identidad nacional es un concepto que está en constante evolución, puesto a que todos los días pasan sucesos que aportan su concepción. Concluyendo así que la idea de la identidad nacional no es un hecho biológico, sino que es creada por el mismo ser humano.

Partiendo de este punto de vista, vale la pena mencionar la estrecha relación entre identidad y el Estado. Ya que, según Talavera (1998) la formación de un sentimiento de pertenencia y participación es indispensable para la cohesión y unidad de los estados. (citado por Canela & Moreno, 2009, p. 20). Lo que provoca una sensación de sospecha sobre las élites y los grupos de poder debido a que ellos son prácticamente los líderes y actores de acción dentro de la sociedad y por ende de una “nación”.

Dentro del mismo artículo se menciona que es justo por esta sospecha junto con factores externos fruto de la globalización (como el internet y los sitios de interacción *online*) que los individuos buscan desvincularse de este tipo de ideas sobre identidad

y buscan otras opciones, así creando ‘nuevas comunidades y nuevas formas de crear identidad-comunidad, como respuesta a la incertidumbre y al riesgo de las nuevas sociedades.’ (Bauman, citado por Canela & Moreno, 2009, p. 22)

En el caso de Ecuador, se encuentra la constante disputa de lo que significa ‘identidad ecuatoriana’. Un término que ha servido como foco de estudio de múltiples investigaciones de académicos a través de diferentes perspectivas y objetivos.

Un ejemplo de esto surge de un trabajo realizado por Padilla (2019) en el que plantea ¿Cómo nos ven los extranjeros? ¿Cuál es el resultado del contacto entre estereotipos y prejuicios dentro del mismo país? (...) busco realizar un acercamiento sobre los posibles rasgos identitarios característicos de los ecuatorianos que parecen latentes. Resulta que, al encontrarnos dentro del país, no podemos visualizarlo con facilidad, porque esto ha sido naturalizado (ocultado). (p. 125)

Con el fin de explicar cómo estos rasgos o preconociones pueden ayudar a conceptualizar una idea de nación ecuatoriana.

Por otro lado, Estrella (2017) encuentra que la búsqueda de una identidad unificadora ‘se vuelve contradictorio al mencionar que Ecuador es un país pluricultural, plurinacional y pluriétnico.’ (p. 10) Este discurso es promulgado principalmente por los grupos de poder (gente blanca-mestiza) que conforman la mayoría de los puestos del gobierno, los cuales quieren englobar a los ciudadanos de los territorios en donde ejercen poder. Pero este razonamiento es producto del ‘blanqueo’ consecuente de la colonización española y su implantación de la antropología europea-occidental en el continente. (O. Arias, comunicación personal, 29 de noviembre de 2021).

Es imposible no pensar que este intento de conceptualización tiene trasfondos discriminatorios hasta cierto punto, ya que evade cualquier otro tipo de idea de identidad que no sea el de ‘ciudadano ecuatoriano’. Tal es el caso de los muchos pueblos indígenas, los cuales se identifican como miembros de su grupo.

Este tipo de diferenciaciones producen confusión no solo para los interesados en estudiar este tipo de temas, sino también para los mismos individuos que habitan el territorio. Además de que crea una dicotomía Estado-Pueblo que aleja aún más la posibilidad de armar un concepto general de lo que sería la identidad ecuatoriana.

Un ejemplo que ayudaría a explicar esto es la manera en la que estos grupos son retratados en los medios de comunicación.

Los medios de comunicación masiva reproducen y refuerzan la discriminación estructural de una sociedad colonizada como la ecuatoriana. Consideran (los pueblos) que esa visión estereotipada, folklorizada, victimizante y criminalizante distorsiona su imagen diversa y denigra su identidad. (...) las personas de nacionalidades y pueblos, en general, se los representa casi exclusivamente como trabajadores del campo, pescadores, empleadas del servicio doméstico y curanderos o parteras. (CORDICOM, 2014, p. 36-37)

Esto, en contraposición de las típicas personas (blancas, clase media-alta, cisgénero, que viven en grandes ciudades) que salen en la mayoría de los productos audiovisuales, como compradores de grandes automóviles o casas en ciudades cerradas; que viajan por todo el mundo o como empresarios exitosos. Lo que prueba la existencia de una otredad entre los ‘‘ecuatorianos’’.

Otro aspecto que perpetúa esta ‘‘otredad’’ es el más que visible regionalismo latente en los ciudadanos, más que nada entre aquellos que viven en la costa con los de la sierra.

El regionalismo es un mal; no intrínsecamente, no por esencia sino porque los ecuatorianos lo preferimos así. Casi podríamos decir que preferimos una patria diminuta, fracturada en mil pedazos, aunque ya cuando llegamos al borde del precipicio nos arrepentimos. Mientras el abismo nos parezca alejado continuaremos, sin embargo, ensayando, tratando de determinar hasta qué punto podemos provocarnos serranos y costeños sin llegar al rompimiento final. (Estrada, 1977, cit por Donoso 2004, p. 12)

Donoso explica en su obra ‘‘Ecuador, ¿Identidad o esquizofrenia?’’, cómo a lo largo de la historia del país (durante la época de la colonia y sus años como república), diversos autores se han encargado de adoctrinar sobre el tema a sus lectores con sus ensayos, cartas, poemas, sonetos y otros tipos de escritos. Entre estos se encuentran Eugenio Espejo, Juan Bautista Aguirre, Belisario Quevedo, y otros.

Para comprender mejor la separación creada por las ideas regionalistas de los autores mencionados en el párrafo anterior, se plasmaron algunas en la siguiente tabla.

**Tabla 1**

***Autores ecuatorianos y el regionalismo. Costa vs. Sierra.***

Sobre la Costa	Sobre la Sierra
<ul style="list-style-type: none"><li>• "(...) la indolencia y la cruel barbarie de los habilitadores monteses de Guayaquil y Babahoyo."</li><li>• "(...) el genio de guayaquileño, siempre reñido con el seso, reposo y solidez de entendimiento."</li><li>• "(...) los guayaquileños, enemigos y reconciliable de los serranos."</li><li>• "El ecuatoriano, en general -el de la costa al menos-, adopta, de entrada una actitud de derrota, casi servil, de indio en el extranjero o frente a quien le parece superior por su nacionalidad, su cargo, su dinero: patrón en suma."</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• "Allá el serrano (...) por serrano, carga fardos, madera, piedras y otras cosas, sin poder decir una queja; mas le dan le azotan y le ponen apunto de morir."</li><li>• "Buscando un lugar maldito a que echarme su rigor, y no encontrando otro peor, me vino a votar a Quito."</li><li>• "Mientras con grande desvelo, miente el niño, miente el hombre, y, para que más te asombre, aún más cielo."</li><li>• "Éste es el Quito famoso y yo te digo, jocundo, que es el sobaco el mundo viéndolo tan asquerosa."</li></ul>

*Nota:* Donoso (2004, p. 12-22)

Las citas mostradas en esta tabla dieron pasó a la creación de estereotipos o generalizaciones poco beneficiosas para el grupo a quien se esté refiriendo, lo que, como ya se explicó, crea separación entre los habitantes del país.

En fin, como se puede ver, las muchas diferencias sociales que existen dentro del imaginario colectivo de los ecuatorianos dificultan el establecimiento de un concepto que abarque todas las aristas que caracterizan al ecuatoriano.

Por esta razón, y por bien de esta investigación, se considerará que la identidad ecuatoriana "(...) es una construcción de la nación, donde confluyen los saberes, tradiciones, costumbres de los diversos pueblos, nacionalidades y otras formas de organización de comunidades que conviven dentro del territorio" (O. Arias, comunicación personal, 29 de noviembre de 2021).

**2.2.3.2. Ficciones reales: Cómo crear imaginarios sociales.**

Pintos (1995) presenta a los imaginarios sociales como "representaciones colectivas que rigen los sistemas de identificación, de integración social, y que hacen visible la invisibilidad social" (citado por Celorio 2019, p. 15) Esto se traduce en que los imaginarios sociales son parte de una construcción colectiva de bienes simbólicos de

una sociedad los cuales son representados mediante la presencia de elementos concretos que existen en el contexto en el cual vive un individuo.

Esto se ve plasmado en las instituciones como las iglesias o las escuelas, las leyes, las tradiciones, las creencias, el dialecto y los comportamientos no se pueden explicar únicamente sobre la base de razones materiales. Por ejemplo, muchos ciudadanos de ciertos países piensan que el alemán es un idioma muy brusco, que suena como si estuvieran peleando o diciendo groserías. Pero en realidad, es que ese idioma es consecuencia de siglos y siglos de evolución e interacción con pueblos de la zona, y es totalmente normal para quienes la tienen como lengua materna.

Siguiendo esta línea, Baeza (2004) sostiene que los imaginarios sociales son construcciones mentales compuestas y modificadas socialmente que están destinadas a tener un significado existencial. En otras palabras, cualquier idea que surja de un individuo debe ser compartida y aceptada por la sociedad para llegar al punto de volverse común dentro de otros grupos sociales. Esto debido a que las sociedades crean estos mecanismos con la intención de dar sentido permanente de conexión y significancia social. (cit por Suarez, 2015, p 20-21)

En la actualidad, un ejemplo de cómo se crea un imaginario social es el internet. Ya que dentro de este espacio ha nacido un mundo virtual creado por la tecnología y en donde las redes sociales son escenarios de socialización en la que se crean formas, figuras, y realidades a partir de ideas producidas por individuos y aceptadas por otros. (Moreno & Lache, 2020, p. 43) Como producto de esto está todo el contenido publicado dentro de estas plataformas. Contenido altamente influenciado por referencias de la Cultura Pop.

### **2.2.3.3. Cultura Pop: Para ti, para mi, para todos.**

Al igual que muchos de los términos que han y serán explicados en esta sección, Cultura Pop o Cultura Popular tiene muchos significados. Por ejemplo, desde un punto de vista general, la cultura popular es vista como el producto y formas de expresión e identidad que son aceptadas, queridas o aprobadas de manera general, las cuales son características de una sociedad durante un período de tiempo en específico” (Delaney, 2007, p. 6-7) Pero para esta investigación se va a tomar en cuenta únicamente los conceptos sobre lo que es cultura pop desde el punto de vista mediático.

Para Crossman (2019) en occidente, *pop culture* hace referencia a productos culturales como música, arte, literatura, moda, danza, cine, tv, radio y cibercultura que son consumidas por la mayoría de la población de una sociedad. (s. p). En otras palabras, el término engloba todos los “productos mediáticos” que son atractivos y de fácil acceso. Lo que hace que los individuos se sientan influenciados y aceptan a través de la exposición constante a nuevas ideas, modas y costumbres.

Así lo confirma Del Castillo (2021) cuando dice que “es a través de la cultura popular que los integrantes de una sociedad establecen ideales de comportamiento y les dota de una identidad común.” (s.p)

El internet se ha prestado como escenario para la construcción y el desarrollo de la cultura pop. Esto ha sido posible porque, como ya se explicó en el apartado de Internet, los usuarios participan en la producción y distribución de contenido. Después de que se crea, ese contenido se convierte en propio, tanto del emisor como del receptor. Eso ayuda a crear una identidad dentro del espacio en línea.

#### **2.2.3.4. Construyendo el “Yo” virtual: Identidad *Online***

Como se ha venido mencionando en los apartados anteriores, la construcción de la identidad se ha trasladado a un nuevo escenario: Internet. En este espacio, los individuos pueden utilizar este nuevo territorio imaginario a su antojo, conectándose entre sí y así seguir desarrollando sus identidades.

Gracias a esta nueva realidad, las “culturas” han podido consumir videos, imágenes y otros contenidos disponibles en la red. Logrando así, una adaptación de parámetros de su identidad física con los elementos que se encuentran en la red, mientras que recopilan información ilimitada sobre sus gustos y preferencias, y haciéndolos parte de su misma realidad durante el proceso. (Rosero, 2015, p.18-19)

Por ejemplo, un hombre de mediana edad creció leyendo cómics y viendo series o películas en televisión y en el cine. Este escribe en el buscador *online* de su preferencia, el nombre de algún superhéroe de su infancia y le sale un sinnúmero de links a páginas webs o grupos en redes sociales que hablan de esos temas. A través de estos espacios nuevos adquiere, no sólo nuevos conocimientos acerca de temas que le interesan, sino que también puede aportar con sus conocimientos para los otros usuarios.

Este fenómeno lleva a Henríquez (2020) a definir lo que es la identidad virtual cómo (...) una configuración que se da «mediante el uso e intercambio de textos, imágenes o discursos multimodales con otros usuarios» (Yus, 2011, p. 36). (...) Esto implica un alto grado de compromiso entre los usuarios de una comunidad de habla virtual para intercambiar la información adecuada que permita construir la identidad personal y colectiva. (p. 39)

Este proceso posibilita la configuración de una serie de patrones de comportamiento o rituales específicos dentro de estas comunidades, las cuales ayudan a consolidar el sentimiento de pertenencia grupal. (p. 39-49)

Siguiendo la misma línea de pensamiento, Castañeda et al (2010a, 2012b) afirma que la identidad digital está compuesta por dos partes esenciales:

- La parte personal, donde el individuo se proyecta a sí mismo en la red a través de lo que dice, el lenguaje que usa, sus temas de interés, entre otras cosas. Su reflejo dentro de la red.
- Y la parte social, la cual engloba el grupo de usuarios que influyen al individuo y el grupo de usuarios a los que este puede llegar a influenciar. (Castañeda, cit por Tusa, p. 148-148)

Esto puede ser visto dentro de las redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram. Donde los usuarios tienen “perfiles” en donde se proyectan a su “yo virtual” a través del contenido que comparten y sus amigos o seguidores, son influenciados por dicho contenido. Y así sucesivamente.

Acerca de las redes sociales y la identidad, Boyd (2015) menciona que:

(...) en la última década, las redes sociales (...) se han convertido en los lugares donde se da forma a la presencia e identidad *online* y donde convergen expresiones sociales que antes sucedían en la realidad “análoga”, reubicando una porción significativa de la vida social de muchas personas, que acceden al mundo digital, en un contexto *online*. (citado por Rodríguez, 2018, p. 27)

Esto reafirma la idea de que la idea de lo que la identidad ha trascendido más allá de los límites “físicos”, y ha pasado a un nivel totalmente nuevo en donde se adquiere y se comparte información gracias a la existencia del internet.

Algo que vale la pena mencionar es que la manera en la que un usuario construye su identidad en línea no siempre es fiel con su realidad *offline*. Esto debido a que “el “yo” se expone a la mirada de los demás y su posición social siempre está en juego.” (Sibilia, citado por Serrano-Puche, 2013, s.p) Sin embargo, lo que se hace bajo esta identidad digital tiene consecuencias en el mundo real y viceversa.

#### **2.2.4. La palabra tiene poder: El Discurso**

Una vez más, el discurso es uno de esos términos cuyo concepto ha llevado tiempo armar. Esto debido a que ha sido estudiado desde varias ramas de la lingüística, como la pragmática, la semántica y la lexicología. Pero todo esto se ha dado a partir del análisis del “habla” entre sujetos.

Bourdieu (2008) infiere que el habla “no es mera emisión de sonidos, hay una producción de sentidos entre emisor y receptor propios del proceso de la comunicación, que termina en una transformación de contextos, en una transformación de realidades”. (citado por Ayala, 2017, p. 8-9) Es decir que este intercambio entre individuos representa la creación de significados sociales que luego serán compartidos dentro del espacio en el que se encuentren, y que, al mismo tiempo, se generan acciones como consecuencia de estos.

Rosales (2021) sostiene que es posible determinar si un enunciado es discurso o no, al percibir si en el proceso de comunicación se atribuyen determinadas cualidades al mensaje o la sustancia que hace que éste afecte al receptor. (p. 10) Entre estas cualidades se encuentran la elección de elementos expresivos (tono de voz, gesticulaciones faciales, etc.), el contenido presentado, quien lo está emitiendo y en qué contexto lo construye. (Prieto, citado por Soruco, 2018, p.18)

Entonces, teniendo en cuenta esta percepción, el discurso se puede definir “ (...) como una pronunciación, hablada o escrita, que caracteriza la variedad de situaciones informales e institucionales que conforman nuestras sociedades, con el fin de realizar actos sociales, políticos o culturales en diversos contextos locales. ” (Van Dijk, citado por Cáceres, 2021, p. 12). Este mismo autor explica que a través de la reproducción de

estos discursos, se logran estabilizar los saberes sociales a partir de la expresión de ideas, creencias, normas y valores. Los que luego sirven para orientar la acción humana. (citado por Pardo, 2012, p. 44)

Portilla (2014) describe esta caracterización de escenarios como “la situación de enunciación”. En esta, se presentan una serie de condiciones de un mensaje: quién y para quién se emite, cuándo y dónde; estos elementos permiten la interpretación final del propósito del mensaje. (p. 44)

Otra autora que habla del tema es Martínez (2015):

Es precisamente en la Situación de Enunciación donde se construyen los efectos de discurso basados tanto en las relaciones jerárquicas que se establecen entre las voces socio- institucionales de la SC como, y sobre todo, en los grados de cercanía y lejanía, de familiaridad y de formalidad que se construyen discursivamente entre ellas. La situación de enunciación dará cuenta de la gran dinámica y complejidad de relaciones entre los sujetos. (p.152)

Lo que pone sobre la mesa el posible hecho de que estas “conversaciones” tienen como propósito motivar algún tipo de reacción en la sociedad de acuerdo al tema del que se esté hablando. En muchos casos, esto es una acción planeada, ya que cada individuo elige sus palabras.

Así lo argumenta Prieto (1999) al decir que

Todo acto discursivo significa una selección de términos, una determinada combinación de los mismos, y a la vez, una selección de temas. Cada tipo de discurso tiene modos más o menos cristalizados de seleccionar y combinar los recursos del lenguaje. (citado por Soruco, 2013, p. 18)

Siguiendo con la misma línea de pensamiento, Macdonell (1986) afirma que el significado de las palabras usadas para emitir un discurso dependerá del contexto en el que se diga. Esto debido a que incluso las mismas palabras pueden usarse con diferentes significados dependiendo de a quien se esté dirigiendo el emisor. (citado por Otaola, 1986, p, 82)

A esto último, hay que añadir la idea de que cada uno de los elementos utilizados dentro de un discurso adquiere una función dentro del proceso comunicativo. Según

Morales (2014), hay que tener este factor en cuenta ya que así se evidencian (...) las intenciones de los hablantes en el intercambio comunicativo como los fines que persiguen.” (s.p)

Por otro lado, hay autores que sostienen que este uso calculado de las palabras está vinculado con aquellos grupos que ejercen poder sobre las masas. Entre ellos está el francés, Michel Foucault. Él da a entender que, “la reproducción del discurso en la sociedad no se da por inercia, sino que está ligada a una planificación que selecciona, organiza, jerarquiza y redistribuye un mensaje particular. “ (Rosales, 2021, p. 11)

Van Dijk (2000) secunda esta concepción de la utilización del discurso al argumentar que otro de los propósitos de este es el de asignar y desarrollar los roles de las personas dentro del contexto en el que se está emitiendo dentro del mismo. Lo que propicia la creación de relaciones de poder o de jerarquía entre los emisores y los receptores del discurso.

#### **2.2.4.1. El discurso de poder en lo político y el papel de la ideología.**

Se puede definir al discurso como una representación sensible de la realidad con sus problemas sociales y políticos. Cada generación crea un discurso que refleja los valores de su tiempo y su localidad, cuya socialización puede cambiar la percepción de la realidad, la identidad dentro de un grupo e incluso puede generar una acción directa en respuesta.

Sin embargo, Thompson (1993) argumenta que en la configuración y la difusión del discurso se reproducen las dinámicas de poder existentes, con los valores e ideas aceptados de manera colectiva. (p. 129) De este modo, se produce un discurso dominante, que suele excluir a sectores históricamente marginados o minoritarios como personas de escasos recursos, personas no caucásicas, personas neuroatípicas o personas de orientación sexual, raza o nacionalidad diferente.

Van Dijk (1994) en consideración de esta desigualdad en el lenguaje, sostiene que:

El objetivo central del Análisis Crítico del Discurso es saber cómo el discurso contribuye a la reproducción de la desigualdad y la injusticia social determinando quiénes tienen acceso a estructuras discursivas y de comunicación aceptables y legitimadas por la sociedad. (p. 5-6)

En un trabajo posterior, Van Dijk (1996) identifica a la ideología como la base del discurso y argumenta que puede cumplir una doble función. La ideología puede legitimar un discurso o generar rechazo. (p.27) Las ideologías son el conjunto de ideas sobre temas relevantes en la sociedad. Frecuentemente quienes comparten las mismas ideas llegan a establecer relaciones diferentes con sus similares y con aquellos que opinan distinto. La ideología del grupo se alimenta de la socialización entre pares, y cuando alguien comparte sus creencias está generando un discurso que va a llegar a alguien que se identifique con él.

El emisor elabora el discurso consciente de su posición dentro de un grupo y busca exponer las virtudes de su ideología y favorecer la percepción de aquellos que piensan igual. Partiendo del paradigma crítico de la Escuela de Sociología de Frankfurt, Van Dijk (1994) argumenta que las personas con mayor poder adquisitivo tienen mayor facilidad para difundir un mensaje que naturaliza su posición privilegiada y normaliza prejuicio, ya que tienen fácil acceso al discurso público. (p. 12)

La sobreexposición a este discurso ejerce un tipo de control o desensibilización a los abusos de poder, a la negligencia y a la corrupción, pero también se vuelve una manera de ejercer poder. Los medios, al estar constituidos como empresas con intereses económicos propios, tienden a funcionar como instrumentos del poder jurídico, económico y social.

Thompson (1998) define al poder como:

La capacidad para actuar de acuerdo a la consecución de los propósitos e intereses de cada uno, la capacidad de intervenir en el curso de los acontecimientos y de afectar a sus resultados. Al ejercer el poder, los individuos emplean los recursos que tienen a su alrededor; los recursos son los medios que les permiten alcanzar sus objetivos e intereses de manera efectiva. De ahí que, mediante la acumulación de recursos de varios tipos, los individuos puedan aumentar su poder. (p. 29)

El antagonismo entre grupos sociales existe desde la formación de las primeras civilizaciones. En algún punto de la historia un grupo con poder de ejercer coerción sobre otros logró naturalizar el abuso y la explotación de otros mediante la religión y esto pronto evolucionaría a formas más sofisticadas de la difusión del mensaje dominante. El discurso se vuelve más efectivo en aquellos que se benefician de su

legitimidad y esto crea antagonismo entre otros grupos. El racismo, la xenofobia, la homofobia, el antisemitismo entre otros sistemas de creencias que motivan conductas violentas, son aprendidos y están arraigados a problemas socioculturales normalizados en el discurso.

#### **2.2.4.2. Semántica del discurso: la magia de la creación de ideas.**

Para López (2016), la semántica es “(...) una parte de la gramática que investiga el modo como se proyectan los objetos y situaciones del mundo en el código de la lengua.” Es decir que estudia el significado de las palabras dependiendo de lo que se está comunicando, lo que es una de las partes fundamentales del discurso.

Como ya se mencionó antes, autores como MacDonnell, Prieto y Foucault pusieron sobre la mesa la idea de que la elaboración del discurso implica la elección premeditada y organizada de palabras y el uso de referentes con relaciones intertextuales, que afectan la comprensión del texto. Además de comprender los modismos y expresiones que se usaron en el texto, los eventos o personajes a los que hacen referencia dan un significado distinto a las palabras del interlocutor.

Van Dijk (1996) argumenta que:

La semántica ideológica subyacente a tal selección léxica sigue una pauta estratégica muy clara, esto es, en general se tiende a describir en términos positivos a los grupos a los que pertenecemos (ingroups) y a sus miembros, así como a sus amigos, aliados o seguidores, mientras que a los grupos ajenos (outgroups), a los enemigos u oponentes se les describe en términos negativos. (p. 23-24)

Por este motivo es importante complementar el análisis semántico a nivel textual, con un análisis exhaustivo del contexto de su producción, incluyendo la ideología de su emisor y sus antecedentes.

Para entender mejor, Pedro Santander (2011) destaca 3 condiciones que debe identificar el receptor de un discurso:

El uso de iguales estrategias lingüísticas para propósitos antagónicos, por ejemplo, al momento de utilizar el adverbio personal 'tú' el cual puede marcar cercanía o por el contrario lejanía, según el contexto (...). Cuando el género discursivo puede primar sobre el contenido, por ejemplo, en el caso de los noticieros en donde siempre existe

repetición de las mismas noticias con los mismos contenidos discursivos al momento de relatar los hechos, que también se repiten (...). El uso distorsionador, el cual cumple una función ideológica, por ejemplo, con expresiones como el hecho de llamar a países con menor riqueza económica el “Tercer Mundo” a diferencia de otros lugares mejor situados llamados 'Primer Mundo', entre otros claros ejemplos." (p. 211)

Así mismo, según Thompson (1993) la ideología y los medios de comunicación se corresponden, al considerar que la misma se presenta en cada proceso de transmisión de información. “Es solo con el desarrollo de la comunicación de masas que los fenómenos ideológicos pudieron transformarse en fenómenos masivos, es decir, fenómenos capaces de afectar a grandes cantidades de individuos en ámbitos diversos y separados” (p. 33).

Esto brinda un vistazo a cuando los receptores están expuestos a un flujo constante de información, demostrando así que, son más susceptibles a asimilar el discurso sin cuestionarlo y esto permite que se mantenga el status quo con sus carencias y prejuicios. Luego, cuando el discurso es aceptado, se crean nuevas relaciones de significado entre objetos, eventos y problemas reales. “Esta legitimación se logra a través de apelar a fundamentos racionales, tradicionales o carismáticos, los cuales, valdría la pena añadir, se expresan generalmente por medio del lenguaje” (Gutiérrez, 2006. p. 3).

El discurso se desarrolla en el acto social, pero la semántica sostiene que la valoración del discurso es subjetiva. La significación, como producto de un proceso que genera sentido para el intérprete, se da sobre un conocimiento previo de su entorno social y estas experiencias anteriores hacen del sentido del signo, algo personal para cada receptor.

Esto se remonta la teoría de significante y significado de los signos de Saussure (1945) en la que exhibe la existencia del signo lingüístico la cual define como “una entidad doble, hecha de la unión de dos términos psíquicos” (cit por Tovar-Viera y Guanoquiza-Iza, 2014, p. 109). Lo cual se traduce en que hay una relación entre la imagen mental de un objeto y la idea que llega a la cabeza cuando se hace referencia a algún elemento.

Acerca de la semántica del discurso, Otaola (1989) afirma que:

No existe «el» significado, pues el sentido puede «informar» cualquier tipo de unidad constitutiva de la sustancia lingüística, y las unidades de contenido son extremadamente diversificadas en cuanto a su naturaleza y su estatus. Éste puede ser denotativo/connotativo; proposicional/pragmático, en lengua/instanciado, etc. (p. 88)

Es decir que no existe un significado concreto para una palabra. Esto depende mucho de la intención al comunicarse.

En la actualidad, gracias al internet y los espacios de comunicación creados dentro de este, el discurso ha migrado, evolucionado y adaptado, hasta el punto de que se han creado nuevos significados y nuevas formas de referirse a ciertas personas, lugares u objetos. Los que luego, son traídos hasta el espacio físico y generan nuevos ‘‘nuevos’’ significados a aspectos que ya estaban establecidos en la sociedad.

#### **2.2.4.3. Evolución de discursos en espacios *online* al nacimiento del meme.**

A lo largo de la historia ha existido una tensión constante entre clase dominante y clases dominadas que se manifiesta en el discurso público. La religión, la literatura, las leyendas y otras prácticas sociales que han llevado al acto discursivo han sido medio de difusión de una clase que busca ejercer autoridad sobre otra. Con la ilustración y los cambios sociales que se vivieron en Europa durante el siglo XVII, el pueblo libre creó medios de comunicación independientes en los cuales denunciaron el abuso de los monarcas y sus instituciones. No obstante, como consecuencia de la modernidad estos medios se institucionalizaron como empresas o *medias* que, de acuerdo con Van Dijk (1999), y asimilaron el discurso que favorecía los intereses políticos y económicos de las elites. (p. 29)

La prensa, aunque cumple con el propósito de exponer abusos de poder y problemas sociales, normaliza la pobreza, el abuso de poder y la corrupción consecuencia de la desigualdad de clases y la incompetencia de las autoridades.

Según este mismo autor:

En los ‘‘media’’ las rutinas de la elaboración de noticias caracterizan a los grupos minoritarios como de menor importancia y credibilidad. Se los ve poco «noticiables», salvo si son percibidos como causas de problemas o como responsables de crímenes,

violencias o desviaciones. Se los invita, entrevista y cita menos, incluso en las noticias sobre ellos mismos. (p. 34)

Sin embargo, no existe un control total por parte del grupo social que maneja el discurso público. A la asimilación o aceptación d3e tal mensaje se anteponen los intereses colectivos e individuales de quienes conforman las minorías.

Cuando las minorías no encuentran forma de difundir su mensaje en los medios reconocidos por las instituciones socioeconómicas hegemónicas, crean sus propios medios o productos culturales por los cuales expresan su visión del mundo a receptores con ideales similares. Afortunadamente, el desarrollo de las tecnologías y las redes sociales facilitan la difusión de discursos típicamente ignorados por los medios análogos comunes. De esta manera, los usuarios se vuelven interlocutores de un discurso y una ideología que se opone a las creencias y los valores tradicionales, puede llegar a más receptores.

En este nuevo contexto de producción de discursos, los jóvenes asumen un papel importante en la configuración del mismo. Históricamente el discurso predominante tiende al adultocentrismo, sin reconocer la opinión de los jóvenes como relevante para la opinión pública. El adulto controla la estructura sintáctica y semántica del discurso, y tiende a rechazar o ignorar las ideas de la generación más joven creyendo que estas son demasiado idealistas e incluso inmaduras (Cárdenas, 2014, p. 59), pero en las redes sociales, los jóvenes encuentran un medio para denunciar y exponer la realidad de su entorno, configurando así un discurso propio, que puede ser oral, escrito, visual o híbrido.

Con la era digital no solo aparecen nuevos medios de comunicación, sino también nuevas formas de representar la realidad, entre ellas el meme. El meme surge como una representación visual y una reflexión de la realidad, es inmediato, usa un registro coloquial y es de carácter intertextual pues requiere conocimiento previo del formato del meme y hace referencias ya sea a la cultura pop, eventos importantes o a situaciones de la cotidianidad. El meme idealmente es jocoso y se difunde rápidamente. Sobre la estructura del meme, Medina (2018) argumenta que:

En los memes debe considerarse que los elementos paratextuales, como las imágenes, tienen mayor efecto que la parte lingüística. Puesto que, como se ha explicado, en los

entornos virtuales las imágenes tienen mayor protagonismo. En tal sentido, la composición de este tipo de mensajes, regularmente, implica una parte gráfica y una lingüística. La brevedad de este segundo elemento es una de sus características principales (...) En este punto, también, se debe considerar la afirmación de Castañeda (2017), quien tomando como referente la teoría del signo de Pierce (1974), plantea que un meme de internet, como signo, establece una correlación icónica o simbólica con el objeto que representa. (p. 12)

Lo que presenta al meme como un nuevo modelo comunicacional, y por ende discursivo. Uno lleno de imágenes y texto; signos referenciales que hacen reconocibles a ciertos grupos y que significan mucho para ellos. Este discurso es humorístico, y casi para todo público.

#### **2.2.5. La esencia de los memes: El Humor.**

El término humor tiene muchos significados dependiendo desde el punto de vista del que se lo esté investigando. Por ejemplo, una de las primeras instancias que se tiene del uso de la palabra “humor” fue en durante la edad media. Esta era usada para describir las sustancias líquidas que se encuentran dentro del cuerpo humano.

(...) en esa época, surge la teoría de los cuatros humores prevalecientes de las civilizaciones griegas y romanas, que consistía en que el cuerpo humano estaba formado por cuatro líquidos: la sangre, la flema, la bilis amarilla y la bilis negra. Los cuatro líquidos guardaban una relación con los cuatro elementos de Empédocles: el aire, el agua, el fuego y la tierra. Para determinar el estado de salud de un individuo, se observaba que sí había un equilibrio o si existía una alteración en la cantidad de alguno de los cuatro líquidos. (Recio, cit por Sánchez, 2021, p. 51)

Esto fue denominado la Teoría de los Cuatro Humores, la cual ayudó a entender que cuando una persona estaba de mal humor era porque agentes externos como la alimentación y mala actividad física generan “mal humor” o enfermedades. Y de acuerdo con Sierra (2004) a las personas que presentaban este desequilibrio, se les recetaba reír. (citado por Gofiondo, 2019, p. 13)

Siglos más tarde se comenzó a estudiar al humor desde un punto de vista vinculado a la risa. Autores importantes como Freud (1905) con su “acerca del chiste puedo aseverar que es una actividad que tiene por meta ganar placer a partir de los procesos

ánimicos” (p. 90); y Bergson (2011) con su “La risa debe responder a ciertas exigencias de la vida en común. La risa debe tener un significado social.” (p. 12), ayudaron mucho a crear esta línea de pensamiento en la que centran a la risa como consecuencia del humor.

Dentro de este campo académico, los estudiosos concluyeron que “el humor se basa en el acto perlocutivo o efecto, es decir, en la suma del contexto más la interacción entre emisor y receptor.” (Esnal, 2019 p. 13). Esta percepción desde la psicología se ha convertido en la base de varios estudios en otros ámbitos de los estudios sociales como la comunicación o las relaciones humanitarias.

A partir de esto, la autora invita a tener en cuenta que el humor es “culturalmente específico”. Esto significa que los individuos dentro de una comunidad o sociedad normalmente comparten una o la combinación de varias culturas que los lleva a desarrollar un patrón de actitudes y creencias, lo que ayuda a familiarizarse con las situaciones graciosas, algunas basadas en el dolor, que pueden llegar a vivir. Así mismo, afirma que los chistes dentro del ámbito comunicacional sirven para afirmar y perpetuar sentimientos de identidad y pertenencia. (p. 14).

Acerca del dolor y otros aspectos poco atractivos que rodean el humor, Massucco (2014) sostiene que:

El humor nos permite una mirada crítica sobre nosotros mismos. (...) Es la posibilidad de reírnos de nosotros mismos. Tomar conciencia de que hay otra manera de vernos. Lo cual significa que hay otra manera de que veamos, o de ver en general. (...) Que todo es según el color del cristal con que se mira. Y ese cristal es el referente al que nos remitimos cuando nos reímos de nosotros mismos.(p. 41)

A esto, el mismo autor añade que por mucho que alguien se autocritique de manera graciosa siempre hay un límite cuando se comparte estas ideas de uno mismo o de la manera de pensar acerca de un tema en específico.

Asumir una mirada ajena sobre sí mismo sin que, necesariamente, compartamos la opinión que la mirada implica. Porque el humor siempre nos deja el margen necesario para entender que también puede ser cuestionable la manera de ver de los demás. (p. 42)

Implicando así que, aunque un individuo considere que algo es gracioso o la causa de un chiste, no siempre va a generar la misma reacción en otros

Con lo expuesto previamente, se puede llegar a la conclusión de que la palabra humor define el estado de ánimo de un individuo, ya sea habitual o circunstancial, el cual le predispone a actuar de cierta manera frente a su situación actual. (Hernández, 2008)

### 2.2.5.1. Tipos de humor.

Como se mencionó anteriormente, el humor es subjetivo. Es decir, puede ser provocado por cualquier tipo de objeto, situación, recurso visual, físico o no. Por eso existe una gran variedad de formas de provocar la risa. Todo depende de las preferencias de la audiencia. Así lo dice Cajal (2019) “(..) el humor puede presentar una clasificación basada en el contenido de aquello que se dice, se ve, se intuye, se sabe o se oye.” (s.p)

Sánchez (2021) plantea una clasificación de tipologías del humor basados en su contenido, la cual ha sido plasmada en una tabla con el fin de explicar las características de cada uno, de la forma más fácil y resumida posible.

**Tabla 2**

#### *Tipos de Humor.*

Blanco	Negro	Satírico	Verde	Gráfico
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo de humor considerado como el más puro y "sano".</li> <li>• Evita la ridiculización y la burla.</li> <li>• Intenta alejarse de lo sarcástico y se enfoca en promover mensajes positivos.</li> <li>• No muestra violencia o temas de índole sexual.</li> <li>• También conocido como "chistes de salón".</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se busca generar gracia juzgando o criticando a un individuo, una acción o una situación.</li> <li>• En la mayoría de los casos la burla va dirigida hacia algo que provoque dolor como una tragedia personal o social. Así como la violencia o desgracias del día a día.</li> <li>• Acepta a la vulgaridad, pero no es imprescindible.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Busca burlarse más de los defectos físicos de un individuo o una persona.</li> <li>• Termina ridiculizando a otros.</li> <li>• Históricamente ha sido utilizada como manera de crítica o protesta social.</li> <li>• Ha pasado por varios formatos. Desde la literatura hasta la TV y el cine.</li> <li>• Se puede decir que es el más makerteable.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Su recurso principal es la vulgaridad.</li> <li>• Posee doble sentido, groserías y casi siempre hace alusiones a situaciones de carácter sexual. Cualquier cosa que se considere obsceno o de mal gusto.</li> <li>• Por su naturaleza, este tipo de humor va dirigido hacia adultos.</li> <li>• Es difundido en medios en especial en internet y novelas gráficas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entretiene a su audiencia a través de imágenes, caricaturas, viñetas, textos, o cualquier recurso que ayude a "aterrizar" la broma.</li> <li>• Puede ser usado para cualquiera de los otros tipos ya mencionados.</li> <li>• Actualmente, es el tipo de humor más utilizado debido a la facilidad que tiene de ser reproducido dentro del internet y aparatos inteligentes.</li> </ul>

*Nota:* Sánchez (2021, p. 53-55)

Para una mejor comprensión de la sección " Humor gráfico ". Esnal (2019) realizó una clasificación de los diferentes tipos de chistes. "Un texto breve, hablado o escrito,

que es ingenioso o divertido por un juego verbal o conceptual y que debe hacerte reír” (Serrano, 2016, p. 196), y cómo estos se aplican exclusivamente en el ámbito audiovisual.

En este caso, se pueden evidenciar las diferentes tipologías humorísticas que se pueden encontrar dentro videos virales o “memes”, que en su mayoría son vistos dentro de cualquier medio audiovisual, ya sea televisión, cine, espacios en línea como: redes sociales, foros, páginas webs independientes; pero dependiendo de la ubicación o contexto en el que se encuentre el creador y su audiencia.

Dicha clasificación está representada en la siguiente tabla que, al igual que la anterior, ha sido resumida para el fácil entendimiento de cada una de las particularidades de estas.

**Tabla 3**  
**Tipos de Chistes Audiovisuales**

<p><b>Chistes internacionales</b> <span style="float: right;">10 minutos</span></p> <p>Son parte de una cultura universal que provoca que los individuos compartan inconvenientes o realidades semejantes y por consiguiente equipara mucho sus actitudes frente a estímulos parecidos.</p>	<p><b>Chistes culturales-institucionales</b> <span style="float: right;">10 minutos</span></p> <p>Esta clase depende mucho de los referentes culturales pertenecientes a la “esfera de conocimiento” o contexto cultural del autor. Quien lo reproduzca, tiene un rol de vital importancia ya que es su trabajo es mantener la carga humorística de una cultura a otra.</p>
<p><b>Chistes nacionales o del humor nacional</b> <span style="float: right;">10 minutos</span></p> <p>Este tipo está 100% ligado a la interpretación de humor de cada nacionalidad. En esta categoría se deberían de incluir los chistes relacionados con los estereotipos sobre otras nacionalidades. El tipo de lenguaje es indiferente, el chiste siempre aterriza.</p>	<p><b>Chistes no verbales</b> <span style="float: right;">10 minutos</span></p> <p>Estas piezas humorísticas dependen en su totalidad de la imagen. Pueden contener texto, pero el significado recae más en la imagen.</p>

*Nota:* Zabalbeascoa, citado por Esnal (2019, p. 21-30)

Estas clasificaciones son solo una muestra de la diversidad de humor y chistes que se cuentan o muestran todos días, más que nada, en lugares como el internet y sus perfiles personales. Lo que ayuda a entender el tipo de lenguaje y, por ende, de discursos que se transmiten dentro de estos espacios.

### 2.2.6. Teoría del meme.

Los memes son conocidos como la unidad mínima de información cultural, que se transmite de un individuo a otro (Dawkins, 1976, s. p). Según Henry Jenkins (citado por Rosero, 2015) los memes se convierten en una unidad de información en la mente

de una persona, influyendo en acontecimientos en donde son creadas copias de estos, para luego ser manipuladas y ajustadas creando nuevos contenidos de acuerdo con la interpretación y criterio de las mentes de los otros individuos. (p. 5)

En relación con la propuesta de Dawkins, se forma una nueva rama de investigación en la que se estudia la replicación de estas piezas llamada ‘‘Memética’’ o ‘‘Mimética’’. La cual, se enfoca en analizar cómo estos fragmentos culturales perduran a lo largo del tiempo y del espacio, y los factores que lo permiten. Es ahí donde entra la comunicación en juego, al ser un medio por donde los sujetos pueden establecer patrones de conducta que luego otros pueden seguir. (Pérez Salazar, 2017, p. 21)

Rodríguez (2013) dice que los memes son como genes, egoístas. ‘‘No tienen por qué ser necesariamente buenos, ni bellos, ni útiles, ni verdad. Lo único que hacen es extenderse y sobrevivir’’ (p.25). Lo que se traduce en que independientemente del carácter del meme, nadie se salva de ser partícipe de la propagación de estos. Es como un virus sin cura.

En Rosero (2015), el autor explica que, los memes poseen 2 elementos importantes que justamente se asemejan a un virus: 1) La esencia de lo viral: una idea se transmite de una mente a otra y de esa a otra una y otra vez y 2) Su adaptabilidad al multiplicarse, en donde el multiplicador (o persona encargada de la reproducción de meme) se apropia de la idea y la modifica a su propio estilo para que esta llegue a las nuevas mentes. (p.5)

Esto significa que los memes dependen únicamente de los sujetos para poder mantenerse relevantes, caso contrario, estos desaparecen con el tiempo. Es decir, si los memes son reproducidos de manera reiterada por un largo grupo de personas pueden llegar a formar un conjunto, el cual tiene la posibilidad de persistir a lo largo del tiempo y espacio, formando así parte de una cultura de acuerdo con Dawkins (citado por Salazar, 2014, s. p).

Siguiendo este argumento, Rodríguez y Chicaiza (2018) agregan que

El meme conserva características esenciales de las raíces culturales que heredaron en anteriores generaciones para la transformación de su estructura en cuanto su forma y contenido, (...) los memes inciden en las emociones, deseos y pensamientos de los individuos que forma parte de los distintos mecanismos del sistema memético, por

medio los estímulos cerebrales que conservan la información por un largo periodo de tiempo. (p.18)

Estas concepciones han generado debates dentro de la comunidad de estudiosos que deciden aventurarse en las investigaciones acerca de los memes y las formas de interpretar su propósito cómo agente cultural, lo que lleva al surgimiento de dos posturas: la instrumentalista y la mentalista.

La primera concibe al meme ‘‘casi como un ente que de alguna manera busca sobrevivir a partir de ser replicado, y que existe en un plano que es de naturaleza mental.’’ (Pérez Salazar, 2017, p. 25) Esto es fundamentado por autores como Blackmore (1999), quien sostiene que los memes representan una nueva perspectiva sobre cómo se difunde la cultura y muestra que esta idea puede explicar lógicamente una gran cantidad de procesos de aprendizaje y evolución, incluidos los que ocurren en entornos sociales (p. 25). Esta postura se asemeja casi al 100% a la conceptualización de Dawkins y su comparación con la naturaleza de los genes.

Esto derivó en un modelo de comprensión sobre la prevalencia de los memes en la sociedad. Siguiendo con lo postulado en las investigaciones de Pérez Salazar (2017), este indica 3 características con las que se puede analizar la eficiencia de un meme, denominándose ‘‘Taxonomía de los Memes’’:

- 1. Fidelidad:** El grado de mutación que el meme sufre cuando pasa de una persona a otra.
- 2. Fecundidad:** Se refiere a la tasa de generación y la vida útil del meme.
- 3. Longevidad:** El tiempo durante el cual un meme es empleado o puede ser copiado. (p.37)

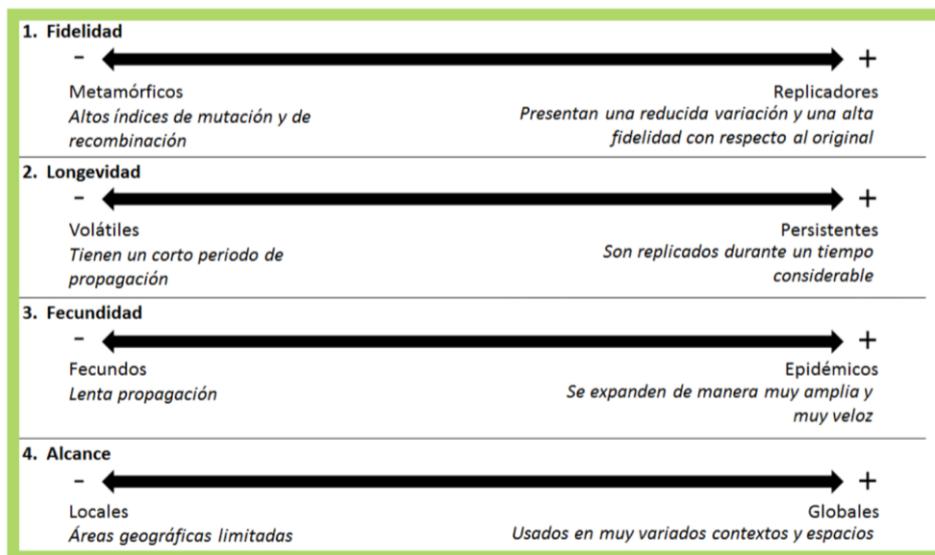
En 2007, Da Cunha agrega un 4to factor:

- 4. Alcance:** El alcance geográfico que puede llegar a tener un meme. (p. 37)

Para comprender mejor este análisis de la versatilidad de los memes, la autora de este realizó un cuadro explicativo en el que se ilustra de manera corta, simple y concisa las diferencias entre una meme exitoso, versus uno tuvo poca trascendencia. Razón por la cual se decidió plasmar en este apartado de la investigación para aclarar posibles dudas que pueda tener el lector.

**Tabla 4**

**Taxonomía del Memes**



*Nota:* Da Cunha, citado por Pérez Salazar, 2017, p. 38

Por otro lado, la tendencia instrumentalista que “identifica como objeto de análisis, a las expresiones observables de un meme determinado: una frase, imagen o conducta que es repetida.” (p. 26). Elementos percibibles a simple vista. Dentro de esta línea entrarían los memes que son vistos y compartidos en línea.

Esto debido a que los memes de internet tienen elementos fácilmente identificables o reconocibles por los usuarios, los cuales han tenido que pasar por un proceso de aprendizaje y aceptación de dichos elementos, y que han logrado ser adheridos a la cultura de cada uno. Hecho que permite su replicación, posible modificación y alcance inmediato dentro de espacios en la red, convirtiéndolos en piezas culturales cibernéticas.

Debido al progreso alrededor de la evolución del concepto de lo que es un meme, y sus repercusiones sociales, muchos académicos alrededor del mundo se han interesado en estudiar este fenómeno para explicar su relevancia y su aporte dentro de las sociedades *online* y físicas. Propiciando así, nuevas formas de teorizar este fenómeno cultural.

### 2.2.6.1. El meme de internet.

La famosa enciclopedia de memes, *Know Your Meme* (s.f), define a estos como una pieza de contenido o una idea pasada de una a otra que ha evolucionado a lo largo del camino y que han ganado popularidad con el auge de la Cultura de Internet. (citado por Rodríguez, 2018, p. 46) Esto debido a que el meme ha logrado adaptarse y materializarse en espacios dentro del internet (redes sociales, foros, blogs, etc.).

Siguiendo con esta idea, los memes de internet (o i-memes, para abreviar), también son conocidos como “producciones a través de las cuales la gente despliega su ingenio y creatividad, que encierran significados contextuales, se dirigen a otras personas y pueden ser interpretados por ellas.” (Chen citado por Meso-Ayerdi, et al, 2019, p. 673) Lo que, debido a la naturaleza del meme. crea una cadena de mensajes e interpretaciones muy extensa.

Tanto ha sido su impacto que se es considerado como “una de las grandes revoluciones mediáticas de los últimos años (...) por su manera novedosa, creativa y original para transmitir o propagar información de una manera inmediata y eficaz.” (Rodríguez y Chicaiza, 2018, p. 22) Esto debido a su rapidez y nivel de alcance entre los usuarios en internet. Así lo afirma (Rodríguez, 2018)

Estas unidades culturales digitales que se han apropiado del término son los compuestos por fotos y textos los que ocupan el puesto titular de los llamados memes. Estas piezas visuales son creadas, circuladas y transformadas tantas veces que su presencia ha empapado las redes digitales. (p. 46)

Esto es debido a que cualquier usuario con acceso a internet, no solo puede acceder a páginas generadoras de memes, sino que también pueden crear los suyos desde cero que luego pueden ser compartidas. (González-Nuñez, 2019, p. 135).

Por ejemplo, Nardi, Schiano & Gumbretch (2004) comentan cómo los memes generados en las páginas que se dedican a producir memes ofrecen la opción “compartir”, lo que facilita su llegada a redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram. Esto permite que su transmisión sea mucho más prolongada entre los individuos. (citado por Du Preez & Lombard, 2014, p. 27) Esto último, debido a que los contactos de estas personas pueden verlas y seguir con el ciclo de transformación y difusión previamente mencionado.

Magaña (2017) realizó una tesis con el propósito de demostrar que los memes de internet que circulan en la red social Facebook deberían ser considerados como contenido comunicativo al mismo tiempo que de expresión social de los usuarios de dicho espacio online.

Para probar esto, realizó un cuadro en donde relaciona el ya mencionado proceso comunicativo presentado por Shannon y Weaver (1949) en su teoría matemática de la comunicación -explicado en el apartado de Comunicación Digital- con la forma en la que se produce y difunde contenido dentro de Facebook. Dicho proceso se resume en los siguientes pasos:

1. **Creación de una idea:** Se hace referencia a que el usuario o dueño de la cuenta se convierte un potencial emisor o fuente de información debido a que tiene la capacidad de generar ideas, pero además este comparte, porque pertenecer a una subcultura- o grupo definido a partir de ciertos códigos- dentro de la red. Gracias a la apertura que la red social tiene, la puede compartir y el proceso tiene mayor alcance.
2. **Codificación del mensaje:** Se refiere a los diferentes formatos en la que el meme de internet puede ser presentado y difundido. Esto depende mucho de las intenciones de la fuente y con quienes este planea interactuar.
3. **Recepción del meme:** Los usuarios al recibir el meme tienen la oportunidad de convertirse en nuevas fuentes repetidoras y emisores de información si deciden compartirlos entre sus grupo de ‘amigos’ o comunidad dentro y fuera de la red. Esto puede estar sujeto a la modificación de alguno de los elementos del meme debido a que esa es la naturaleza del fenómeno en cuestión.
4. **Viralidad:** Se refiere al poder que los usuarios de la red poseen para hacer famoso un meme. Pero esto depende únicamente del criterio del individuo, ya que, si no encuentra de su agrado el contenido del mensaje, este tiene la libertad de cortar el proceso comunicativo y así ayudando al declive del meme. (p. 43-46)

Este fenómeno de la viralidad - aquel contenido difundido en internet, alcanza una alta cantidad de visitas en un corto tiempo (Romero, 2017) - descrito en el proceso comunicativo dentro de Facebook demuestra ‘la satisfacción de crear contenido que los humanos quieran compartir, en vez de solo crear algo que les guste a los robots’ (Peretti citado por Rowan, 2014). Siendo los principales interesados los usuarios

productores de contenido desde diferentes escenarios - Fanpages, grupos o perfiles *online*.

Esto, secundado por la información y conclusiones obtenidas por Segado-Boj et al. (2015) en donde se afirma que “(...) el factor que condiciona la viralidad de un mensaje comunicado por un medio de comunicación en su perfil de Facebook es su contenido” (p. 160)

Pero estos también pueden ser compartidos en aplicaciones de mensajería instantánea como WhatsApp, Telegram o Facebook Messenger, superando la barrera tradicional de las redes sociales.

Otro de los aspectos característicos de los memes es su tono humorístico. Tal es el caso que es imposible escuchar la palabra y no pensar instantáneamente en una frase o imagen graciosa independientemente del tópico que se esté tratando. (González-Nuñez, 2019, p. 135). Estos pueden ir desde la política y problemas sociales hasta el deporte, el arte y el mundo del espectáculo.

Esto puede hacerse utilizando cualquier tipo de lenguaje. Para Esnal (2019) más allá de la traducción, el meme es de carácter global debido a que casi siempre son los mismos solo que en otros idiomas, pero hay otros que poseen elementos que hacen referencia a realidades concretas o bromas que sólo se entenderían en una localización determinada. (p. 3)

Estas dos características justamente se consideran como parte de su atractivo. El hecho de que se puede generar una conversación o crítica social acerca de cualquier tema. Así lo afirman González y Herrera (2015) al decir que los memes “(...) permiten construir una narrativa que refleje una crítica, una burla o una postura regularmente satírica ante la situación o hecho que ahí se describe” (citado por López, 2019, p.15). Esto se puede atribuir a que es un producto audiovisual de estructura sencilla y de fácil entendimiento.

### 2.2.6.2. Tipos de memes: Por su estructura.

Como fruto de varios estudios acerca de los memes y su comportamiento en internet, Pérez Salazar (2014) realizó una clasificación de acuerdo a su estructura:

- **Meme como cadena de caracteres:** Estos están basados en caracteres representables en los sistemas de cómputo. Estos se subdividen en:
  - **Emoticons:** Normalmente representan expresiones faciales a través de grafías. Por ejemplo, el conocido *smiley face* ‘:)’’, que significa una cara feliz.

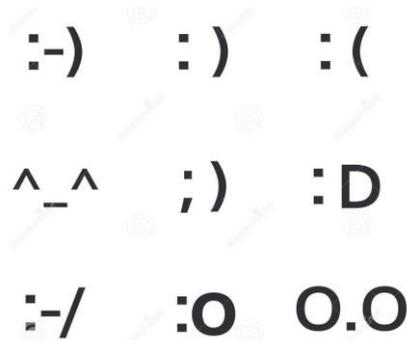


Imagen 1: *Emoticons*. Alexey Bezrodny. (2017)

- **Los acrónimos:** Su uso es empleado para abreviar textos. Por ejemplo el IDK ‘I don’t know’ o LMFAO ‘laughing my ass off’. La mayoría de estos son frases coloquiales en inglés.



Imagen 2: *Acrónimos*. VectorStory. (s.f)

- **Hashtags:** Este tipo de memes cumple una función hipertextual, ya que facilitan la búsqueda de contenidos que hayan sido marcados con el carácter ‘#’, creando así hipervínculos. Es una manera de organizar la información.



Imagen 3: Hashtags. Magic Pictures. Typography style poster (s.f)

- **Imágenes estáticas:**

- **Imágenes adyacentes a textos:** Formas simbólicas mixtas, en las que el meme está dado tanto por la imagen, como por un texto que la acompaña. Lo que el texto dice, se muestra en la imagen.



Imagen 4: *Imágenes adyacentes a textos.*  
Carlos Baquerizo (2021) y Swiftties 1989 (2021)

- **Imágenes con texto incrustado o imágenes macro:** Normalmente es una imagen (dibujo, fotografía, o un momento captado de un video) que tiene encima un texto. La imagen suele pasar por diversos grados de manipulación digital. Además, tiene incorporados elementos lingüísticos directamente relacionados con el sentido que socialmente se vincula al meme en cuestión.



Imagen 5: Imágenes con texto incrustado o imágenes macro.

Ecuadorean Wave ミームズ (2021) y Señor Indie (2021)

- **Imágenes secuenciales (micro-historietas):** Son memes en los que se crea una historia usando plantillas o templates pre-elaborados que son adaptados a cada situación particular. (cit por González, 2017, p. 10-11)



Imagen 6: *Imágenes secuenciales.*  
Memes Gringos Subtitulados (2022) y StarWars El Salvador (2021)

- **Gifs o imágenes en movimiento:** Estas son secuencias de animaciones sin sonido. Los Gifs son una serie de capas de imágenes las cuales, si son reproducidas de acuerdo con un orden específico, producen una animación. (Pérez Salazar, 2017, p. 81)



Imagen 7: *Gif. A Band Apart. Pulp Fiction. (1994)*

- **Productos Audiovisuales:** Expresiones a través de imágenes en movimiento acompañadas de sonidos o banda sonora y muchas veces referidas como videos virales. Estos se subdividen en:
  - **Productos audiovisuales con altos niveles de fidelidad:** Estos son videos publicados dentro sitios reproducción bajo demanda como YouTube. Luego son compartidos en espacios como las redes sociales dónde están sujetos a replicación.



Imagen 8: *Productos audiovisuales con altos niveles de fidelidad.*  
M.T. only. *Ricky Thompson crying video template (2020)*

- **Productos audiovisuales parcialmente metamórficos:** Estos videos están conformados por 3 elementos: Los primeros dos son el video junto al audio original sin ningún tipo de alteración. Pero el tercero, los subtítulos, no corresponden al diálogo, sino que está modificado de acuerdo a los sucesos que se quieren representar dentro del meme. Estos eventos pueden hacer alusión a cualquier carácter (local, nacional, internacional, e incluso mucho más pequeños).



Imagen 9: *Productos audiovisuales parcialmente metamórficos.* Profesor Lucas Castro. *Reunión de profesores en la cuarentena. Hitler se entera de la situación de la educación.* (2020)

Esta escena fue sacada de una película alemana llamada “Der Unterganges” o “La Caída”, es uno de los ejemplos más famosos de esta clase de meme. Tiene cientos de videos como estos.

- **Productos audiovisuales como reinterpretaciones:** Los videos dentro de esta categoría son completamente alterados. O sea, se toma como inspiración un video viral existente y se replica modificándose algunos elementos, los que crean un video

totalmente nuevo. Un ejemplo de esto son los *trends* de Tik Tok o los *challenges* de YouTube. (Pérez Salazar, cit por González, 2018, p. 11-12)



Imagen 10: *Productos audiovisuales como reinterpretaciones.* DizastaMusic. *Do the Harlem Shake* (2012)

Este es otro ejemplo muy famoso, el Harlem Shake. Se hizo por primera vez a principios del 2011, y desde entonces se replicó hasta el cansancio.

Esta división, no solo explica las diversas formas en la que los memes son representados en internet, sino que también ayudará muchísimo más adelante a comprender el análisis de las piezas escogidas para esta investigación.

### **2.2.6.3. El meme y la pertenencia social.**

Como ya se ha venido explicando, el ser humano tiene la necesidad de crear lazos y sentir que pertenece. El internet y las nuevas tecnologías se han prestado para esto con las diversas plataformas y los diferentes tipos de contenido creados dentro de estas, y era de esperar que el i-meme sea uno de estos tantos recursos que ayudan a los individuos a crear comunidad.

Autores como Shifman (2014), argumentan que los memes son referencias compartidas dentro de subculturas específicas. (citado por Gutiérrez, 2019, p. 15) Estas referencias compartidas son el resultado de una asociación de ideas aceptadas y concebidas por un grupo. Así lo explica Massucco (2014):

Cuando la asociación de ideas se comparte en un grupo pequeño, familiar o de amigos, que participa de problemas o actividades comunes; cuando los sentidos que adquieren las palabras están adoptados y consensuados por el grupo, ya hablamos de referentes compartidos. (p. 97)

El mismo autor comenta que estas referencias pueden ser adquiridas por los individuos gracias a la influencia de las diferentes ideologías y comportamientos de grupos e instituciones externas. Por ejemplo, los medios de comunicación y sus productos de ficción, las élites y sus ideas de estructuralismo social, organizaciones políticas o sociales, etc. (p. 97)

En el caso de las redes sociales, este intercambio de referencias se da gracias a la constante interacción de las culturas presentes dentro de ellas. Esta concentración de factores ayuda a la creación de culturas totalmente nuevas. ‘‘Se podría decir entonces que, si tendríamos que elaborar una receta para el meme exitoso, los ingredientes que no podrían faltar serían: humor, emoción e identificación.’’. (Castagno, 2013, p. 66)

Por ello, la motivación de los usuarios para participar en la circulación y reinterpretación de los memes *online* es precisamente la necesidad de pertenecer a la comunidad definida, al menos en parte, por estas costumbres culturales creadas dentro de este ‘‘espacio de afinidad’’. (Gutiérrez, 2019, p. 15)

En la misma línea, González (2017) afirma que la mayoría de los memes de internet se difunden dentro de comunidades homogéneas en redes sociales en lugar de circular a través de internet en general, dichas comunidades comparten el sentido de pertenencia. (p. 13) Pero gracias a sus cualidades evolutivas, el meme puede llegar a salir de dichos grupos y trasladarse a otros con un nuevo significado que engloba sus referentes.

En todo caso, se podría decir que los memes ayudan a la difusión social y cultural del ser humano dentro de internet. Los memes se vuelven objetos vivientes que se propagan con ayuda de los usuarios de las plataformas web, donde ‘‘se constituyen en varios tipos de memes estructurados que conforman un objeto cultural creado en la sociedad virtual.’’ (Rodríguez y Chicaiza, 2018, p. 23)

Resumiendo todo lo planteado en este subcapítulo de la investigación, se ha podido evidenciar que el meme es mucho más de lo que se cree. Su rápida aceptación social ha generado que se convierta en objeto de interés de diversos autores como Pérez Salazar, Esnal y Rosero, hasta el punto de estudiarlo a profundidad para descubrir cuál es el éxito tras este fenómeno. Por esta razón, se consideraron diferentes perspectivas teóricas, como las que se basan en el discurso de Van Dijk; conceptos sobre la

identidad como la de Brewer y diversas teorías que engloban la comunicación en la nueva era digital, como las de Rincón y Scolari. Aclarando así que los memes son el resultado de factores sociales.

## 2.3. MARCO REFERENCIAL

### 2.3.1. Historia del meme. Cronología.

#### 2.3.1.1. Imágenes del Pasado: Los primeros memes.

Los memes podrían ser tan antiguos como la humanidad misma. Los predecesores de todas estas imágenes y videos que conocemos hoy, antes tomaban la forma de pinturas, jeroglíficos, palabras y más. A continuación, se van a exponer tres ejemplos de "memes" antiguos y algunos que aún son relevantes hoy en día.

Uno de los más antiguos es el cuadrado SATOR o el TENET, una composición que Zanette y Bedell (2013) describen cómo es uno de los primeros memes registrados como una unidad con un diseño específico.

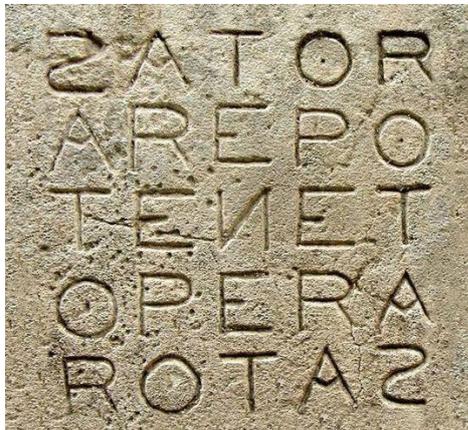


Imagen 11: Grabado. elperiódico.com. *Cuadrado de Sator. (s.f)*

Se dice que esta es una inscripción en latín que representa las primeras palabras del Padre Nuestro, y habría sido utilizado por las primeras comunidades cristianas del Imperio Romano. Era usado para identificarse entre sí. (s.p) Pero también ha sido encontrada en iglesias construidas en la Edad Media localizadas en Reino Unido y Francia.

También se dice que este conjunto de palabras tiene propiedades mágicas, y es utilizado hoy en día para rituales esotéricos.

Algunos años después, más de 500 para ser exactos, apareció el Triángulo de Tres Liebres. A pesar de que no se conoce su lugar de origen, se presume fue viralizado durante la Edad Media, ya que se puede ver en diversos templos, desde templos en el lejano Oriente hasta iglesias en las islas británicas, pasando por Persia, Mesopotamia y el centro de Europa.

Las teorías sostienen que este símbolo puede estar relacionado con cultos a la fertilidad y el ciclo lunar. En el caso de las iglesias cristianas, este pudo usarse como una referencia a la Trinidad. La hipótesis más aceptada es que cada cultura la incorporó adaptándola a sus propias creencias, una vez que se perdió su significado original. (Carvajal, 2016)



Imagen 12: *Escultura*. labrújulaverde.com. *Las tres liebres*. (s.f)

Otro ejemplo más contemporáneo es el famoso “Kilroy was here” o “Kilroy estuvo aquí”. Se dice que la primera vez que apareció fue durante la Segunda Guerra Mundial, cuando los soldados estadounidenses los dibujaban en paredes cada vez que avanzaban en territorio europeo. “Una pequeña invasión dentro de la invasión” (Rodríguez, 2013, p. 21).



Imagen 13: *Grabado*. eluniverso.com. *Kilroy was here*. (2014)

Algunas teorías dicen que el autor original de este dibujo fue un supervisor de navíos de la marina de los Estados Unidos, quien marcaba las tablas de acero como sello de aprobación. Pero lo hizo sin pensar que este garabato iba a terminar como parte de la

exposición y memorabilia de museos como el Museo Nacional de la Segunda Guerra Mundial en USA.

Este tipo de personajes caricaturescos han aparecido a lo largo de la historia, en diferentes formatos, pero ninguno se compara con el mismo impacto y reconocimiento de las revistas humorísticas.

### 2.3.1.2. Una breve historia de las revistas humorísticas modernas en occidente.

La invención de la imprenta moderna en el siglo XV y la seguida implementación como un método con el que se puede distribuir información, trajo consigo la creación de folletos, suplementos o revistas que fueron repartidas al público. Siendo una de las más reconocidas aquellas cuyo fin era el de entretener al lector, casi siempre creando situaciones burlescas sobre temas y acontecimiento que le rodean

Uno de los ejemplos de los que se tiene más constancia es la revista de humor y sátira británica *Punch* o Golpe, en español. La también conocida como *The London Charivari*, fue fundada en 1841 por Henry Mayhew y el grabador de madera Ebenezer Landells.

Según cuentan algunos historiadores, esta revista ayudó a acuñar el término "caricatura" en su sentido moderno como una ilustración humorística. Esto debido a que se apropiaron del término italiano *cartone* o cartón, el cual era utilizado para decorar los edificios del Parlamento británico, y lo empezaron a usar para referirse a sus caricaturas políticas. Esta revista tuvo tanto éxito que hasta la misma reina Victoria y el príncipe Albert eran fieles lectores. (Hmong.com, s.f)



Imagen 14: Portada. Wikipedia. *Punch or The London Charivari*. (1941)

Contenido como este pudo haber servido como inspiración inicial para el personaje conocido como *Yellow Kid*. Creado por Richard F. Outcalt y publicado por periódicos como el *New York World* de Joseph Pulitzer y el *New York Journal* de William Randolph Hearst entre 1895 a 1898.

Esa caricatura de un niño calvo, de dientes desalineados y vestido por una bata lisa color amarillo, junto a su grupo de amigos, representaban el día a día de los grupos marginales que vivían en Nueva York a finales del siglo XIX.

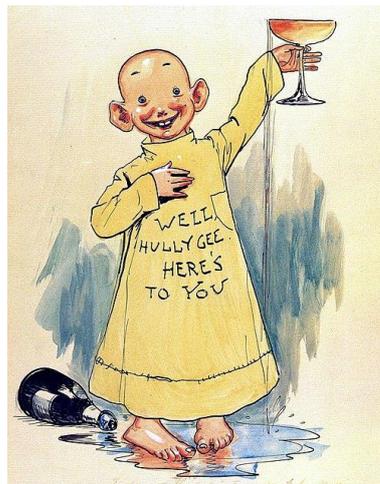


Imagen 15: *El primer comic*. Richard F. Outcalt. *The Yellow Kid*. (1845)

Históricamente, a este personaje se le atribuyen 2 reconocimientos. El primero es que las aventuras de este fueron las primeras instancias de lo que ahora se considera el cómic. Y el segundo es la creación del término “prensa amarilla”, el cual se usa para describir a aquellos medios que publican historias exageradas o sensacionalistas por el simple hecho de vender periódicos. Lo cual describe exactamente lo que hacían los periódicos donde se publicaba la tira cómica. (Nuño, 2021)

Ya para el siglo XX, era costumbre encontrarse con alguna ilustración graciosa mientras se leía un diario o revista. Por ejemplo, está esta tira cómica publicada por la revista universitaria *Judge* en 1921.

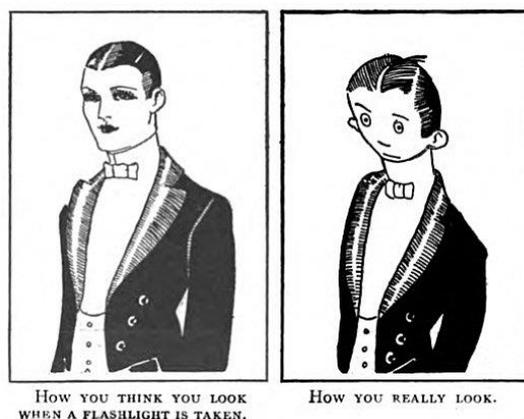


Imagen 16: *El primer meme. The Judge. Expectative vs. Reality. (1921)*

En esta se retrata una situación cotidiana en la que alguien está siendo fotografiado con flash haciendo referencia a el recurso de “Expectativa vs. Realidad”. La ilustración se volvió famosa casi 100 años después de su publicación gracias a un tweet de 2018, en la que los usuarios consideraban la tira cómica como “el primer meme”, ya que formatos parecidos siguen siendo utilizados hasta hoy en día. (Fernández, 2020). Esto más tarde sería conocido como Caricatura periodística o editorial la cual, de acuerdo con Lloret (2008), tiene como finalidad el “(...) comunicar con trazos y dibujos la opinión (...) acerca de los sucesos de máxima actualidad. La caricatura editorial define, personifica y profundiza el perfil editorial de una publicación más que cualquier otro recurso formal.” (citado por Jiménez, 2016, p.16)

Durante la misma época, uno de los tópicos principales para la creación de caricaturas fue la política. Tal es el caso de los trabajos realizados por Clifford K. Berryman, las cuales fueron publicadas en periódico, *The Washington Star*. A lo largo de su carrera retrató temas como las elecciones presidenciales, disputas políticas en Washington, la Gran Depresión, la Primera y la Segunda Guerra Mundial, entre otros conflictos bélicos. (National Archives, s. f)



Imagen 17: *Caricatura Política*. Clifford K. Berryman. *The Red Round-Up* (1919)

Otro ícono de las revistas de humor es la conocida MAD Magazine. Fundada en 1952, en Estados Unidos. Esta revista es famosa por su contenido humorístico/satírico basado en acontecimientos de la cultura popular. Estos van desde el mundo del espectáculo como películas y referencias a libros, hasta chistes relacionados con política y problemas sociales un poco más serios. (Orlando, 2019)

La figura principal o la mascota de la revista es un personaje llamado Alfred E. Neuman, el cual representa al ciudadano estadounidense blanco promedio.

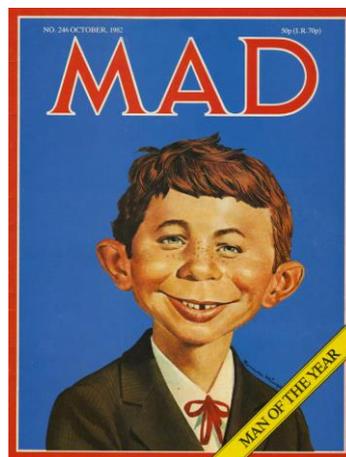


Imagen 18: *Portada*. MAD Magazine. #246. (1982)

Esta revista ha sido distribuida a varias partes del mundo, desde países latinoamericanos como Argentina y México, hasta países en Asia como Taiwán y Japón; pero lamentablemente la mayoría de estos números internacionales fueron cancelados por el tipo de contenido que se manejaba.

En el caso de revistas en español, se puede destacar la publicación española, ‘El Jueves’.



Imagen 19: Portadas. Revista ‘El Jueves’ #2233 (2020) y #2255 (2020)

Sus comienzos datan de la época conocida como la Transición Española, cuando el país estaba dejando atrás los años de dictadura franquista. El semanario salió por primera vez en 1977, tres semanas antes de celebrarse las primeras elecciones después de la dictadura. (Fortuny, 2017) Desde entonces, este se ha encargado de retratar la realidad española a través de caricaturas.

En el caso de Latinoamérica, circularon varias revistas de mismas características. Una de las más reconocidas es la Topaze de Chile, el auténtico "barómetro de la política chilena", tal como rezaba su subtítulo. A lo largo de sus años de tiraje (1931-1970), caricaturizó la cruda vida de un país que estaba sumido en una aguda crisis económica y política, además de otros sucesos a nivel internacional. (Memoria Chilena, s.f)



Imagen 20: Caricaturas. Revista Topaze. Políticas fiscales expansivas (1945) y Estados Unidos y la Unión Soviética se pelean América Latina (1947)

Un ejemplo de estas es la revista argentina, Humor Registrado. Desde 1979 hasta 1999, publicó más de 500 ejemplares dónde varios periodistas y caricaturistas plasmaron sus habilidades mientras hacían denuncias sociales a través de narrativas satíricas. (Periodismo.com, 2019)

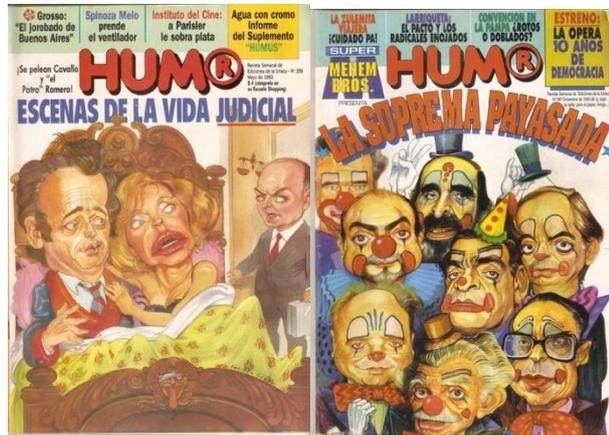


Imagen 21: Portadas. Andrés Cascioli. Revista Humor Registrado (mayo y diciembre de 1993)

En Ecuador también han circulado diversas revistas de contenido satírico, siendo una de las más populares la llamada ‘Comentarios de Pancho Jaime’ publicada en los 80 's por Víctor Francisco Jaime Orellana, mejor conocido como Pancho Jaime.

En esta, el autor arremete de manera cruda y obscena a todo, iba en contra de los políticos de turno, la realidad del país. ‘Representaban una visión de la vida en sociedad que ponía de manifiesto las características socioculturales de sus respectivos entornos, desde los que emergen unos códigos de comportamiento.’ (Velasco, 2015)



Imagen 22: Tira cómica. Pancho Jaime. Comentarios de Pancho Jaime. (1988)

Para concluir, se podría decir que la aceptación que estas revistas humorísticas tuvieron y que algunas todavía tienen, son un antecedente de cómo los memes de internet iban a ser recibidos por el público. Ya que ambas comparten el mismo objetivo de entretener

a las masas, ya sea satirizando situaciones o personajes, para alejar o distraer hasta cierto punto, de las realidades (políticas, económicas, sociales) que viven.

### **2.3.1.3. Y así, el meme migró al internet.**

Los orígenes del Internet se remontan a 1969, cuando se estableció el primer enlace informático, conocido como ARPANET, entre tres universidades de California y una en Utah en Estados Unidos (Pazmiño, 2010, p. 18). Pero fue gracias a sucesos como el cambio al sistema conocido como Internet Protocol en 1983, y el descubrimiento de la World Wide Web de Tim Berners-Lee en 1989, que el internet funciona tal y como lo conocemos. (Laguna, 2013, p. 11)

Con la aparición de las Tres W'S a finales de los 80's, aparece en la jugada un escenario extremadamente propenso a fortalecer nuevos procesos de comunicación, debido a que este fenómeno "declaró paulatinamente un rompimiento de fronteras físicas y relanzó el fenómeno comunicativo en un contexto marcadamente globalizador." (Arago-Forero, 2013, p. 683) Un nuevo escenario para los memes.

Según el texto de Reyes (2018) se menciona que para Stryker (2011) los primeros en usar el término memes fueron los periodistas en 1998, para referirse a los fenómenos de Internet (videos, cadenas de emails y celebridades de internet) considerándolos como fragmentos de la cultura popular. (p. 24).

Uno de los primeros memes que aparecieron en la web fue una animación llamada Dancing Baby. Este fue un video lanzado en 1996 por Character Studio, y desde entonces, tanto usuarios como animadores profesionales, comenzaron a hacer sus propias versiones, las cuales luego fueron compartidas en foros y difundidas vía correo electrónico o mediante sitios de descarga. (Pastor, 2020, s.p)



Imagen 23: Primer meme de internet. Character Studio. *Dancing Baby*. (1996)

Con la popularización del Internet a principios del siglo XXI, las personas comenzaron a crear sus propias páginas/foros. En estas comenzaron a subir imágenes graciosas como 4chan, 9gag y Reddit en inglés, y Cuantocabrón, la más popular en español. Cada una de estas páginas subían contenido con un contexto que los miembros de dichas comunidades entendían.

Uno de los productos más conocidos de estos sitios fueron las *Macro Images*, que de acuerdo con Know Your Meme (s.f), fueron publicados en la página web SomethingAweful.com en 2004. Utilizando imágenes de gatos junto a una frase divertida.



Imagen 24: Lolcatz. Eric Nakagawa. *I can has Cheezburger?* (2007)

Este formato fue utilizado como plantilla base en las primeras páginas que se hasta ahora se dedican a la producción de memes como MemeGenerator y la homónima Can I Has Cheezburger. Ahí dentro surgieron muchos memes conocidos como Condescendig Wonka, Bad Luck Brian, Conspiracy Keanu, Philosoraptor, Grumpy Cat y muchos más.



Imagen 25: Memes. Meme Generator. (s.f)

Otro ejemplo son los conocidos *Rage Comics*. Creados y publicados por primera vez en 4chan.com en 2008. Estas caricaturas de “bolitas y palitos, pero elaborados” tienen como “ (...) principal labor es expresar alguna emoción simple que permite hacer uso del humor en experiencias simples.” (Rodríguez, 2018 p.60). Luego, estas pasaron a

Reddit, los usuarios comenzaron a hacer sus propias versiones y crearon nuevos personajes. Entre estos está Rageguy, Trollface, Cereal Guy, Forever Alone, Challenge Accepted Guy, entre otros.



Imagen 26: *Rage Comics Style*. MKT Capacitación. (s.f)

Como se puede ver en esta imagen, este formato comenzó a utilizar gráficos más elaborados, casi siempre de celebridades como los actores Nicolas Cage y Jackie Chan; el deportista chino, Yao Ming; el cantante Freddie Mercury e incluso al expresidente de Estados Unidos, Barack Obama.

Casi en simultáneo, se estaban creando y desarrollando las primeras redes sociales. Entre ellas estaba Friendster en 2002, MySpace y LinkedIn en 2003, pero en 2004 todo cambió con la creación de Facebook.

Mark Zuckerberg lanzó oficialmente la plataforma ‘Facebook’ el 4 de febrero de 2004 con el fin de ‘ayudar a los estudiantes de la Universidad de Harvard a conectarse entre sí’ (Piscitelli, Adaime y Binder, cit por Ganchozo, 2018, p. 32). Pero con los años, esta página pasó de ser un espacio donde los universitarios enviaban mensajes y compartían fotos y videos, a ser el monstruo cibernético que todos conocen hoy en día.

Después del anuncio en 2006, de que cualquier persona con acceso a internet podría crear su propio perfil dentro de la plataforma, y la creación de una versión en español en 2007, Facebook comenzó a subir el número de usuarios a nivel mundial. (Meta, 2021, s.p).

Antes de la traducción al español, había menos de 400.000 personas utilizando Facebook, y un año después, una vez traducido el servicio, más de 4 millones de personas la utilizan y 22 millones de ellas usaban esta red social en español en todo el mundo. (Diario ABC, citado por Ganchozo, 2018, p. 33)

En el mismo año, Facebook lanzó su primera versión para la aplicación móvil. Esto aprovechando la introducción del internet móvil gracias a la tecnología 3G y la aparición de los primeros smartphones como el BlackBerry y los primeros iPhone. Con estos teléfonos ya era posible realizar videoconferencias, intercambiar correos electrónicos, ver vídeos, usar internet en general. Esto abrió las puertas a un espacio para la difusión de memes nunca antes visto.

Gracias a las diversas herramientas ofrecidas por Facebook, como la opción de crear un perfil propio, una página o un chat grupal, se pudieron establecer los primeros espacios dedicados a creación y difusión de memes dentro de la red social. Todo lo que se venía creando en MemeGenerator y compartiendo en los foros, pasó a formar parte de este nuevo espacio de conexión entre usuarios de internet. Pero este éxito no hubiera sido posible sin la existencia del botón “Compartir”. Solo con un clic, se pudo agilizar la viralización y por ende la replicación de estas piezas por toda la página web.

Ya en la década del 2010, el contenido de estas páginas evolucionó gracias a los cambios supuestos por la aparición de nuevos personajes, historias y formas de pensar entre los usuarios. Las plantillas de los memes cambiaron. Pasaron de imágenes aleatorias, dibujos y frases graciosas; a fotogramas de películas, series, videojuegos, videos de YouTube, etc.

Todo se convirtió en un posible meme. Esto debido a la evolución, tanto de la cultura como la del consumo, de los intereses de la audiencia digital en un tiempo y un espacio determinado.



Un año después, el segundo nodo (Ecuonet) fue establecido por la Corporac. Esta fue auspiciada por el Banco del Pacífico, la Escuela Nacional Politécnica del Litoral, la Universidad Católica Santiago de Guayaquil y otras entidades. Así, esta red comenzó a formar parte de la red mundial que proveía este servicio a organizaciones no gubernamentales y de desarrollo. (Rodríguez, 2019)

Como se puede ver, durante los primeros años del internet, este estaba centrado en la conectividad entre empresas e instituciones de todo tipo. Es ahí donde aparecen los primeros avistamientos de masificación del internet, debido a que se tuvo acceso a exploradores como Netscape, IE y Opera. Esto permitió el acceso a las plataformas de mensajería instantánea, sobre todo el correo electrónico que permitió abaratar costos de llamadas y fax en las empresas y el aparato público. (Jaramillo, 2014)

Mientras todo esto pasaba, se estaban dando los primeros pasos en la telefonía móvil moderna. En 1992 el Instituto Ecuatoriano de Telecomunicaciones (Ietel), encargado de controlar la telefonía en el país, aprobó el reglamento para la concesión del servicio de telefonía celular. Con los años surgieron las marcas Porta (ahora Claro), Movistar, entre otras. (Revista Líderes, 2015)

Con la llegada del nuevo milenio y las posibilidades de los ciudadanos de comprar una computadora, el internet comienza a llegar a los hogares de los ecuatorianos. Este acontecimiento y el cambio de target, supone un cambio en la forma en la que la red va a ser utilizada dentro del país.

A partir de este punto, los usuarios de Ecuador tenían acceso a todo tipo de páginas (casi todas en inglés) como Wikipedia y Yahoo!. Así mismo, comenzaron a crear perfiles en foros, páginas de discusión o en las primeras redes sociales como Hi5 o MySpace. Después llegaron otros portales como Facebook, Instagram entre otras aplicaciones y sitios web, los cuales ganaron mucha popularidad desde la introducción de los smartphones a principios de los 2010 's al país.

#### **2.3.2.2. Los Pioneros.**

De las pocas primeras páginas ecuatorianas que se dedicaban a la creación de memes de las que se tiene récord -o al menos que aún están disponibles para su vista- está el blog humorístico “MecagodeRiZa”, del ahora conocido influencer, Felipe Crespo.

Este blog fue creado a mediados del 2011, en Blogspot. Como ya se dijo, dentro de este espacio se posteaban imágenes, vídeos, gifs (algunos demasiado explícitos) y muchos, pero muchos memes, en su mayoría en formato de los Rage Memes, el de las imágenes macro o las adyacentes al texto.



Imagen 28: *Primeros memes ecuatorianos*. Felipe Crespo. *MecagodeRiZa* (2012-2013)

Como se puede ver, algunas de estas publicaciones ya hacían uso de referencias a personajes de la TV, videos virales nacionales, situaciones cotidianas, políticos etc.

En 2012, con la popularización de la tendencia de crear páginas o fanpages en Facebook, aparecieron dos de las que se consideran las pioneras en la creación de memes que retratan la vida del ecuatoriano promedio. Estas eran Crudo Ecuador y Guayaco Batracio. En estas páginas se usaban plantillas, tanto internacionales como nacionales (creadas para estas páginas de memes), en donde se hacía referencia a personajes célebres de la TV ecuatoriana o gente de la política.

Dentro de esta última categoría, se podría decir que Crudo Ecuador es el mejor ejemplo. Esta página fue creada el 25 de julio del 2012. Durante sus primeras publicaciones se puede ver que seguía una línea tradicional de creación de memes; imágenes macro, con fotografías genéricas, que eran adaptadas según el contexto que se le quería dar. Casi siempre los temas estaban relacionados con las políticas que el gobierno de aquel entonces imponía en el país.



Imagen 29: *Memes*. Crudo Ecuador. (2012)

Pero durante un tiempo (2013-2015) estas publicaciones empezaron a ser más directas, e incluso se podría decir que eran más "radicales". La mayoría eran publicaciones en las que se hacían denuncias sociales contra entidades gubernamentales o cuestionando la labor del entonces presidente Rafael Correa.

El alcance de la página era tan amplio, que estos memes llegaron a las infames Sabatinas, donde el expresidente atacó la página. Esto se convertiría en una disputa constante entre las dos partes.



Imagen 30: Memes. Crudo Ecuador. (2014)

Esta pelea *online* marcó un antes y un después para las páginas de creación de memes en Ecuador, ya que fue la primera vez que el gobierno se concentraba tanto en “desenmascarar” a un administrador de Facebook. Esto llevó a la difusión de sus datos personales (una vulneración a sus derechos). Fue perseguido y recibió amenazas fuera de la atmósfera digital. (Redacción Criterios, 2019)

El administrador se vio obligado a cerrar varias cuentas, fue denunciado dos veces, y fue obligado a dejar de publicar ese tipo de contenido. Pero después de la salida de Correa en el poder, la página ha regresado, con menos fuerza, pero con las mismas intenciones.

Por otro lado, y con solo un día de anticipación, el 24 de ese mes, se creó la página Guayaco Batracio. De acuerdo con una entrevista en Ecuador en Directo (2019), sus fundadores, Ricardo Ponce y Santiago Vásquez, comentaron que la razón por la que crearon la página fue debido a que se dieron cuenta que les iba muy bien a las páginas mexicanas y de otros países que se dedicaban a crear contenido basado en el humor local.

En el caso de Guayaco, el contenido siempre fue más relajado. Los temas están centrados en las realidades, costumbres y nostalgias; se puede publicar cualquier cosa

que no cause ningún tipo de controversia, como lo pueden llegar a ser la religión, el fútbol, desnudos o gore. También se tratan temas relacionados con política, pero de manera un poco más light en comparación con Crudo Ecuador.



Imagen 31: Memes. Guayaco Batracio. (2018, 2019 y 2020)

En esa entrevista también cuentan que el nombre del fanpage es la unión del gentilicio vulgarizado ‘Guayaco’, alguien que nació en Guayaquil o en la provincia del Guayas; y la palabra ‘batracio’, que en jerga urbana se refiere a ‘(...) las personas descomplicadas y directas al momento de decir las verdades o burlarse de alguien en frente, aunque también se lo usa para referirse a alguien de escasos recursos con pocos modales y de lenguaje vulgar.’

Durante sus años de actividad, esta página ha tenido muchos administradores, pero ninguno tan famoso como el ya mencionado Felipe Crespo. Mientras este estuvo a cargo de subir contenido, se hicieron virales videos como "No montes la de patán", "La Mafia Chumi", o el clip "La Vecina" donde este exclama "Ándate a la v\*rg4", entre otros. (Sánchez, 2021, p. 62-63) Otro elemento que aportó a la página fue su *icon* representativo.



Imagen 32: Logo de Guayaco Batracio. Felipe Crespo. Original. (2013) y Guayaco Batracio. Modificada (2018)

Este ‘arte’ es una representación de uno de los más icónicos reportajes de José Delgado para el programa En Carne Propia (programa descrito como un retrato de la realidad de la gente humilde de Guayaquil). En este dibujo se retrata en blanco y negro

a Julio César Ayala, conocido como “El más Malcriadito”, personaje que se popularizó con la frase “Amor, comprensión y ternura”.

Al pasar de los años, al igual que en el resto de las páginas de memes de Facebook, Guayaco Batracio ha ido cambiando el formato de los memes que publica (hasta se mudó a Instagram). Esto se debe al ya mencionado crecimiento de la cultura de consumo mediático y su rápida creación de contenido multimedia. Pero esto solo ha inspirado a la nueva generación de creadores de memes, quienes tienen para largo.

### 2.3.2.3. Nuevas caras, más tecnología.

Con el pasar de la década, inspirándose en las páginas mencionadas en el apartado anterior, surgieron nuevas fanpages dentro de Facebook. Con los mismos formatos, pero actualizados; mismas situaciones, pero más contemporáneas; misma esencia, y mucho mejor percibida.

Algo que diferencia mucho a estas páginas nuevas son las referencias mediáticas utilizadas en la creación del meme. Por ejemplo, en la actualidad muchas piezas contienen elementos provenientes de animes japoneses, series extranjeras, canciones en otros idiomas, películas de culto (unas bien rebuscadas). Pero no se deja a un lado el uso de personajes de la cultura pop nacional.

Así mismo, han desarrollado una nueva diagramación del meme, optando por estilos de edición que tiene 2 extremos: muy cargados o muy minimalistas.



Imagen 33: Memes. Instituto Ecuatoriano De Bellos Memes – IEBM (2018 y 2019)

Otro aspecto que caracteriza a las nuevas *fanpages*, es que están han adoptado estéticas, es decir, algún estilo en específico al momento de querer hacer identificable o reconocible a su página. Un ejemplo aquella escogida para esta investigación, Ecuadorean Wave ミームス (Memes). El origen de esta página es desconocida, pero su primera publicación data del 23 de abril de 2018. Es considerada una de las primeras

en marcar un espacio (y algunos de sus memes) utilizando la estética vaporwave (originario de USA y popularizado por Tumblr), y convirtiéndose en una de las más populares.



Imágenes 34: *Estética Vaporwave*. johntitor36. *Arte Original*. (s.f) y Ecuadorean Wave ミームズ. *Adaptación ecuatoriana* (2019)

También hay otras que han adoptado esta estética como la página ‘ ‘ Memes about ecuador and some shitpost クソ画像’ ’ o ‘ ‘Equadorian L O- F I memes’ ’.

Por otro lado, usted, la/el/le lector, se pudo dar cuenta que estas cuentas han escogido nombres bien particulares. Estos casi siempre son combinaciones de varios idiomas (español, inglés y japonés), pero siempre utilizando ecuatorianismos o elementos identificables para los ecuatorianos.

Entre estas páginas se pueden mencionar:

- Guayaquil Posting,
- Memes con sabor a encebollado para curar el chuchaqui
- Instituto Ecuatoriano De Bellos Memes - IEBM
- Memes con sabor a bolón
- Ministerio del Meme Ecuatoriano
- El último memero del Chimborazo
- Memes con chifle y pan
- Ecuashitpost

Algo que se podría decir acerca de estas y las otras muchas páginas que se dedican a la distribución de memes tienen en común, es que sus administradores, que al menos

han experimentado situaciones similares para crear contenido. Tal puede ser el caso de desastres naturales como el terremoto del 2016 o algún paro nacional como el de octubre de 2019, pero el más reciente podría ser el de la pandemia de Covid-19.

Después de que empezó este episodio histórico en el mundo, los memes de cómo el país iba a reaccionar a la situación no tardaron en aparecer en los feeds de Facebook.

Para concluir este capítulo del trabajo, cabe aclarar que todas las teorías, definiciones, y hechos históricos plasmados en el Marco Teórico servirán más adelante para la explicación de los resultados fruto del análisis y la aplicación de las otras herramientas de investigación.

## CAPÍTULO III

### 3. MARCO METODOLÓGICO

En este apartado, se procederá a explicar las técnicas y herramientas de investigación y análisis escogidas para la realización de este trabajo.

Para empezar corresponde aclarar que responde un enfoque, diseño, paradigma investigativo cualitativo, aunque para su desarrollo se hayan usado técnicas y análisis cuantitativos. Las técnicas declaradas para recabación de datos e información fueron: Investigación bibliografía, Análisis del discurso, Entrevista semi-estructurada en profundidad y Triangulación de datos.

#### 3.1. Investigación bibliográfica.

Para un trabajo de naturaleza inductivista, es necesario establecer una base o sustento informativo. Según la UNAM (2018), una de las principales ventajas de utilizar este método investigativo es que permite al autor/a estudiar una amplia gama de fenómenos, ya que abarca más de una realidad espacio-temporal. (p.2) En otras palabras, al consultar libros, ensayos, tesis, códigos y papers, videos, entrevistas, podcast o redes sociales; se puede entender mejor los múltiples puntos de vista en las que el fenómeno u objeto de estudio ha sido tratado con anterioridad.

En este caso en particular, esta recopilación de información se refleja en el capítulo del Marco Teórico, donde se consultaron diferentes tipos de bibliografía como trabajos de grado, artículos y libros que tienen como foco principal la explicación de cómo ciertos factores sociales y tecnológicos han permitido la creación y evolución de lo que ahora se conoce como Meme de Internet, y cómo estos ha ayudado al desarrollo de diversos aspectos sociales como el discurso.

Entre los autores que han sido pilares para esta investigación se encuentran Teun Van Dijk, Ferdinand de Saussure, Omar Rincón, Gabriel Pérez Salazar y Erick Rosero.

### 3.2. Análisis del Discurso.

Otra técnica investigativa-elegida para este trabajo final de graduación es el análisis del discurso.

Cabe recalcar que esta es una de las pocas dentro de la epistemología social que es tanto teoría como técnica investigativa, por lo que aparece tanto en el Marco Teórico como en el Metodológico, desde diferentes perspectivas.

Para recapitular un poco lo que se explicó en el Marco Teórico, el concepto de discurso ha ido variando a través de los años. Otaola (1989), en su artículo "El Análisis del Discurso. Introducción teórica" comenta que Brown y Yule (1986) conceptualizaron al discurso como "el registro verbal de un acto comunicativo". (p. 82)

Por otro lado, Bello (2016) explica que "el discurso se expresa como un evento comunicativo completo en una situación social, tanto a nivel lingüístico como de interacción colectiva." (citado por Quesada, 2021, p.28) Esta autora lo traduce como que el discurso no solo se refiere a palabras y oraciones, sino que también se refiere a elementos no verbales, interacciones sociales, actos de habla y las representaciones cognitivas involucradas en el proceso de producir o incluso comprender el habla.

A partir de estas y otras concepciones, el análisis crítico de discurso (ACD) se ha convertido en una herramienta muy útil para desmontar construcciones discursivas dentro de las diferentes ramas de los estudios sociales, donde la comunicación tiene un sitio preponderante. Lo que ha permitido entender a este proceso como una práctica que ayuda a leer la realidad social (Santander, 2011, pg. 210) y aquellos que viven en ella.

Esto teniendo en cuenta lo que el mismo autor llama la opacidad de los discursos. En donde se toma en cuenta que "el lenguaje no es transparente, los signos no son inocentes (...) que el lenguaje muestra, pero también distorsiona y oculta, que a veces lo expresado refleja directamente lo pensado y a veces solo es un indicio (...)". (pg. 208)

Para poder avanzar, se debe aclarar que esta investigación es de 3 tipos: inductivista, exploratoria y descriptiva. La primera se define como "(...) una forma de razonar partiendo de una serie de observaciones particulares que permiten la producción de

leyes y conclusiones generales.” (Diferenciador, s,f). La segunda se utiliza para manejar áreas problemáticas nuevas áreas que han sido poco estudiadas, y la última tiene como propósito describir o darle claridad a fenómenos o problemáticas actuales; detallar cómo son y cómo se manifiestan. (Hernández-Sampieri et al, p. 91-92) Todas estas se aplican al presente estudio debido a que se tomó como objeto de estudio a piezas (memes) que tienen un gran potencial investigativo, ya que su presencia es prácticamente nueva.

De acuerdo con todo lo mencionado anteriormente, se ha decidido optar por el análisis del discurso como herramienta de estudio debido a que este permitirá la interpretación de los elementos dentro de la muestra de estudio (imágenes/memes) a partir de la mezcla de “las dos semióticas” en las que se mezclan las propuestas de Saussure (1997) y la relación de los signos con los contextos sociales (pg. 214)

Para este trabajo, se ha decidido establecer categorías de estudio, con sus dimensiones, basadas en investigaciones previas que procuren ofrecer un diagnóstico y descripción objetiva de carácter cuantitativo y cualitativo, para poder determinar cómo, ensamblando ciertos elementos intertextuales para la creación de un meme, se puede analizar el discurso acerca de la sociedad ecuatoriana que este presenta en la unidad de análisis: los usuarios de Facebook que interactúan con la página Ecuadorean Wave  $\Xi-\Delta Z$ .

Para esto, se tomará como base las matrices de análisis presentadas en el estudio del análisis del discurso realizado por el catedrático de la FLACSO-Ecuador, Christian León (2014). Estas han sido utilizadas previamente por Rosero (2015) en su trabajo “MEMES: Comunicación e identidad, análisis comunicacional de los memes de Crudo Ecuador como representación de la identidad ecuatoriana”, y por Celorio (2019) en “Los memes, un producto comunicacional de visibilización y construcción de imaginarios políticos en el Ecuador. Caso de estudio: páginas de Facebook Crudo Ecuador y Soy Revolución, memes sobre la Consulta popular.”; con algunas aportaciones realizadas por la presente autora.

Para el desarrollo de este caso de estudio, se plantea el uso de 3 de las 4 matrices utilizadas en los análisis previamente mencionados debido a que, dentro de esta propuesta no se considera el estudio de la audiencia. En las que se van a evaluar 14

piezas o memes publicados en la página de Facebook, Ecuadorean Wave  $\Xi-\Delta\text{ス}$ , publicados entre el 22 de enero hasta el 3 de mayo de 2020.

Como se mencionó en el Marco Referencial, se desconoce la fecha exacta de su creación, pero su primera publicación data del 23 de abril de 2018. Esta página es conocida por ser de las primeras en utilizar el estilo “shitposting” (contenido de calidad pobre y sarcástico) en el espacio digital ecuatoriano. Sus publicaciones siempre han sido variadas (imágenes, gifs y videos), pero pesar de que su hábitos de posteo han cambiado con los años y ya no publiquen tan seguido como en un principio, en sus 4 años de existencia, han ganado más de 150 mil seguidores gracias a su tono irónico e irreverente.

Estos dos últimos aspectos fueron de gran importancia al seleccionar las piezas además de otras características como el formato, el uso de referencias, la temporalidad y otros aspectos que parten desde los objetivos de esta investigación. Por esta razón se dejaron a un lado más de 30 piezas que no cumplían dicha afirmación.

Con la finalidad de ilustrar mejor la muestra, a continuación se presentará una tabla en la que se exponen secada una de las piezas escogidas para el análisis. En estas se señala el día de publicación y la imagen.

**Tabla 5**

**Muestra para el análisis**

Muestra	
Fecha de publicación	Imagen
22 de enero de 2020	
29 de febrero de 2020	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%;"> <p>El mmv que tuvo dengue, zika, ah1n1</p>  </div> <div style="width: 45%;"> <p>Quando tu pana guayaco empieza a toser y no es por tanta H que se mete.</p>  </div> </div>

<p>2 de marzo de 2020</p>	
<p>14 de marzo de 2020</p>	
<p>16 de marzo de 2020</p>	<p style="text-align: center;"><b>Coronavirus en Ecuador</b></p> <p>Yesterday: 37 cases Today: 58 cases</p> <p style="text-align: right;">Cuando te acuestas con una tos y despiertas en el discurso de Jaime Roldós Aguilera.</p> 
<p>17 de marzo de 2020</p>	
<p>18 de marzo de 2020</p>	<p style="text-align: center;"><b>Ecuadorians right now.</b></p> 

<p>24 de marzo de 2020</p>	
<p>25 de marzo de 2020</p>	
<p>11 de abril de 2020</p>	<p><b>Personajes con habilidades de sanación sobrehumanas</b></p> 
<p>17 de abril de 2020</p>	
<p>3 de mayo de 2020</p>	<p><b>Covid19: *Exists*</b> <b>Ecuador:</b></p> 

Nota: Ecuadorean Wave ミームズ (enero-mayo 2020)

A continuación, se detallan los parámetros de análisis para la clasificación y descripción de los elementos que componen a la muestra de estudio:

## Matríz de análisis #1

### Memembre o Ficha técnica

Se decidió incluir una cuarta tabla que servirá como membrete o ficha técnica de la pieza. Este sirve para marcar datos como: la fecha de publicación, el tipo estructural del meme, el tipo de chiste del meme a analizar, el título, y otras generalidades.

<b>Fuente</b>	Nombre de la página de Facebook
<b>Fecha de publicación</b>	Día/mes/año
<b>Origen del meme</b>	Serie + Nombre Película + Nombre Videojuego + Nombre Video Viral + Nombre Esta clasificación se hizo sobre la base de lo explicado en el apartado de Cultura Pop.
<b>Tipo de meme</b>	acuerdo con la clasificación de Pérez Salazar (2014) Imágenes adyacentes a textos. Imágenes con texto incrustado o imágenes macro. Imágenes secuenciales (micro-historietas)
<b>Tipo de Chiste</b>	acuerdo con la clasificación de Esnel (2019) Chistes internacionales Chistes culturales-institucionales Chistes nacionales y sentido del humor nacional Chistes no verbales
<b>Texto contextualizador</b>	Texto principal de la pieza
<b>Contexto</b>	Una breve explicación de la situación en la que se creó el meme.
<b>Imagen</b>	Meme por analizar

*Elaboración propia*

## Matríz de análisis #2

### Componentes del discurso

Pretende explicar cómo la combinación de los elementos primordiales que contiene un meme para generar un discurso. Donde se mezclan diferentes tipos de manifestaciones culturales las cuales provocan un acercamiento con el destinatario debido a su familiaridad con los referentes lingüísticos, el contexto local y el humor

<b>Componente</b>	<b>Descripción Formal</b>	<b>Rol estructural</b>	<b>Semántica</b>	<b>Función comunicativa</b>
<p>Se enuncia cada uno de los elementos que conforman la pieza.</p> <p>Para Shifman (2011) toda enunciación producida y colocada en línea es una práctica cultural ya que esta sigue un patrón de construcción que incorpora signos visuales que hacen referencia al contexto en el que es producido. (cit Pérez Salazar, et al, 2014 p.95)</p>	<p>Características de los elementos, forma de expresión y de contenido</p> <p>Según Cordero (2010) se refiere al aspecto formal de éste expresado en términos genéricos, sin ninguna referencia al tema representado. (p.1)</p>	<p>Clasificación de facilitan la comunicación entre el autor y el posible destinatario.</p> <p>Estos están subdivididos en dos subcategorías:</p> <p><b>Elemento</b>  Inspirado en el modelo de Triángulo Invertido usado para la creación de noticias teorizado por Emil Dovifat.</p> <p>Para Bonilla (2011) este sistema propone presentar los datos de acuerdo con la importancia de los datos para mantener el interés del receptor:  Titular/texto  Fotografía  Fotomontaje  Créditos</p> <p><b>Carácter</b>  Crítico  Satírico  Ilustrativo</p>	<p>Significado o intención de cada uno de los elementos de la pieza.</p> <p>Esto de acuerdo con lo explicado en el apartado de Semántica del Discurso.</p> <p>También se señalará las posibles Figuras Literarias (FL) encontradas en las piezas.</p>	<p>Explicación sobre la función del elemento dentro de la construcción del discurso (Morales, 2014),</p>

Nota: Rosero (2015, p, 38)

### Matríz de análisis #3

#### Perfil del emisor o sujeto enunciador

Esta matriz se encarga de perfilar a la persona que ha creado el producto comunicacional, por medio de analizar marcas sociales, de estilo y valores ideológicos según cada uno de los elementos de cada pieza.

Componente	Marcas Sociales	Marcas de estilo	Valores ideológicos	Perfil del enunciador
Se enuncia cada uno de los elementos que conforman la pieza.	Huellas de la ubicación social y cultural que deja el sujeto.  Basado en las conceptualizaciones de Imaginario Social de Celorio (2019)	Huellas diferenciales que expresan los gustos, las necesidades y la forma particular de ser y de pensar del sujeto.  Basado en las conceptualizaciones del apartado de Identidad <i>Online</i> y Facebook.	Forma de pensar desde la cual el sujeto construyó su mensaje.  Esto parte de las ideas de Van Dijk y Thompson en el apartado de Ideologías del discurso.	Posible perfil del enunciador que creó el meme /hizo el discurso de la pieza.  Basado en las conceptualizaciones del apartado de Identidad <i>Online</i> .

*Nota:* Rosero (2015, p.40)

### Matríz de análisis #4

#### Componentes de la formación discursiva.

Recopila la información obtenida en los otros cuadros: el mensaje, temas, conceptos y definir el motivo por el cual fue realizado el meme; es decir, que es lo que realmente busca comunicar el sujeto enunciador y porqué lo hace. Ya que este producto comunicacional o pieza es una representación de la opinión pública, y, por ende, un reflejo de la identidad de esa población, región, o nacional.

Discurso	Función discursiva	Elementos	¿Qué cambia?
<p>Descripción general de la pieza, el mensaje y sus significados en conjunto.</p> <p>Basado en los conceptos del apartado del Discurso y sus subtemas.</p>	<p>Idea del mensaje y el propósito por la que se creó la pieza analizada</p> <p>Basado en los conceptos de los apartados respecto al Discurso.</p> <p>Dentro de este apartado se determinará si la pieza pertenece o no dentro del género periodístico de opinión conocido como Caricatura Editorial.</p>	<p><b>Objetos:</b> Productos discursivos concretos que son visibilizados por una formación discursiva.</p> <p>Es como una descripción formal condensada.</p> <p><b>Tipos de enunciación:</b> Valores, carácter y estilo que mantienen un conjunto de enunciados y describen un sujeto enunciador.</p> <p><b>Concepto:</b> Conjunto de determinaciones abstractas que describen cómo se relacionan los distintos objetos de una formación discursiva.</p> <p><b>Temas:</b> Líneas semánticas o ejes transversales que atraviesan los objetos de una formación discursiva.</p>	<p>Elementos que se adaptaron al contexto ecuatoriano.</p> <p>Basado en la teoría de Esnal (2019)</p>

*Nota:* Rosero (2015, p. 41)

Los resultados de las 4 matrices empleadas para el desglose de los elementos discursivos dentro de las 14 piezas seleccionadas van a ser explicados en el capítulo de Análisis de Resultados.

### 3.3. Entrevista semiestructurada

La siguiente técnica que se utilizará en esta investigación es la entrevista semiestructurada a profundidad. Para ello, se debe explicar lo que es una entrevista en sí.

De acuerdo con Folgueiras (2016)

La entrevista es una técnica de recogida de información que además de ser una de las estrategias utilizadas en procesos de investigación, tiene ya un valor en sí misma. Tanto si se elabora dentro de una investigación, como si se diseña al margen de un estudio sistematizado, tiene unas mismas características y sigue los pasos propios de esta estrategia de recogida de información. (p. 2)

Díaz-Bravo, et al (2013) clasifica a las entrevistas en 3 categorías: 1) estructuradas, 2) semiestructuradas y 3) no estructuradas. En cuanto a la segunda categoría, estos autores consideran que estas presentan mayor flexibilidad, debido a que estas suelen partir desde preguntas pre-establecidas, y las respuestas permiten la formulación de nuevas a lo largo de la entrevista. Otra ventaja que mencionan es la posibilidad de su adaptación dependiendo al sujeto, lo que permite motivar al interlocutor, aclarar términos, identificar ambigüedades y reducir formalismos. (p. 163)

Para contrastar la información obtenida para este trabajo se optó por entrevistar a 5 especialistas, entre académicos, expertos en sus áreas y creadores de contenido. Estas fueron realizadas entre noviembre de 2021 y enero de 2022. Estos son:

**Soc. Óscar Arias.:** Investigador. Profesor de materias relacionadas con las ciencias sociales y Coordinador Académico de la Facultad de Jurisprudencia, Ciencias Sociales y Política en la Universidad de Guayaquil.

**Dr. David Aguirre:** Psicoanalista y psicoterapeuta. PH.D y ex investigador académica en el área de psicología de la Universidad de Palermo.. Docente de la Carrera de Psicología Clínica en la Universidad Católica Santiago de Guayaquil.

**Dra. Cecilia Vera de Gálvez:** Escritora guayaquileña; alumna fundadora de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación de la UCSG de la que ha sido su docente desde 1968 y decana. Actualmente instruye materias relacionadas con la semiótica y análisis del discurso las cuales destacan la importancia de temas relacionados al estudio de los signos y cómo afectan en la sociedad.

**Dr. Marco López:** Doctor en Comunicación y profesor investigador en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Ex subdecano de la facultad Ciencias Sociales y

Comunicación de la UTE; autor de varios artículos con interés en las redes sociales y la tecnología desde un punto de vista comunicacional.

**Anónimo.** Administrador y creador de memes en la página de Facebook, Guayaquil Posting 2.0.

**Tabla 6**

**Respuestas de entrevistas: Según el tópico**

<b>Tópico</b>	<b>Oscar Arias</b>	<b>David Aguirre</b>	<b>Memerx-Administrador de Pg. de Facebook</b>	<b>Marco López</b>	<b>Cecilia Vera</b>
<b>Idea general de lo que es un meme.</b>	Imágenes, figuras.	Un sentimiento generalizado puesto en imágenes de algo que, en algún momento, todos hemos vivido.  Son una herramienta de identificación entre comunidades.	Es una manifestación visual que tiene como fin hacer mofa o crítica para generar diversas opiniones, ya sea una situación ajena o propia.	Es una forma de expresión social y una transformación del lenguaje. Pero socialmente, hemos aprendido a ver el meme de manera divertida.	Un gráfico ingenioso que trata sobre un tema actual para advertir, ironizar o criticar.
<b>Propósito de los memes en la sociedad</b>	De comunicación, más que nada. Sea cual sea la intención del meme, siempre busca comunicar.	Una forma de lidiar con lo angustiante.  Justamente pienso que para eso sirven los memes, para hacer un trámite entre lo que sí y lo que no puede ser nombrado..	Que una persona se pueda llegar a identificar con la situación referida en un meme.  Que les haga sentir y que puedan opinar al respecto.	Muchos de estos llaman a reflexionar ciertas situaciones de la vida.  Los memes cumplen el rol del ‘‘no hablante’’, simplemente muestra imagen alusiva a algo.	Creo que logran una amplia comunicación que el texto tradicional lo tiene, pero en menor escala.
<b>¿Es creador/Seguidor de páginas de memes ecuatorianos?</b>	No. Solo me salen las publicaciones en mi feed, pero no sigo a ninguna.	Si, sigo algunas. Pero no tantas como antes, entre estas estaban ‘‘El Albán Borja’’ y ‘‘BatiCholo’’	Si. Actualmente soy creador de memes en Guayaquil Posting 2.0 en Facebook.  Sigo otras páginas también.	Si. Sigo páginas como Guayaco Batracio y Crudo Ecuador.  También sigo otra llamada ‘‘Del norte para el mundo’’. Sus memes están ambientados en la provincia del Carchi.	No. Pero me llegan muchos por las redes sociales. Y los disfruto.
<b>Los memes son un reflejo de la realidad.</b>	Si, de manera exagerada, pero si.	Si, son piezas que se convierten en retratos de experiencias compartidas.	Si, como creadores siempre buscamos temas relacionados con vivencias y las	Si. Ese ha sido siempre su trabajo, solo que ahora es <i>online</i> con imágenes, videos	-

			publicamos de acuerdo con el contexto del país.	y otros productos audiovisuales.	
<b>Ideologías, identidades y el discurso</b>	<p>Eco tiene razón al decir que “las redes son un espacio para escribir estupideces”, pero también son espacios para que la gente se manifieste.</p> <p>Esto aporta a la creación de ideas colectivas que serán aceptadas o desechadas dependiendo del usuario.</p>	<p>Tiempos de capitalismo salvaje, desde un punto de vista ideológico donde hay un ciclo de consumo y desecho fugaz, hace que casi todos los productos multimedia no perduren. Lo mismo con los memes.</p> <p>Pero estos han llegado a tal masificación que se han adquirido un rol importante a la hora de formar el criterio personal de un sujeto acerca de un tema.</p>	<p>Siempre nos guiamos por la sátira y la crítica social.</p> <p>Bajo ese aspecto, evitamos entrar en controversias con grupos sociales y hacer burlas ante hechos lamentables como accidentes de tránsito, discriminación racial, y cualquier tipo de maltrato.</p>	<p>Meme debe ser tomada como una forma lingüística representativa, construida con una retórica constituida de una imagen y el discurso social.</p> <p>Al final, el mensaje que este tenga va a llegar a todo el mundo y va a crear una reacción dependiendo de la interpretación de la persona.</p>	<p>Todo discurso tiene una carga ideológica pensando este concepto desde lo cultural. Sea cual sea el formato (oral, escrito, vía la web), siempre va a haber algún rastro ideología dentro del discurso.</p>
<b>¿Son los memes un formato comunicativo?</b>	<p>Si, a nivel popular. Esto porque se crean del imaginario popular.</p>	<p>Si, conecta tanto a las personas hasta el punto de crear comunidades enteras.</p>	-	<p>Si. Hay que entender a todos estos nuevos métodos de comunicación como los stickers y los gifs, como un discurso estructurado.</p> <p>Somos nosotros los que transformamos la comunicación y la forma en la que nos comunicamos, y debido a esto es como el meme aterriza a nosotros como producto comunicacional.</p>	<p>Sí. De hecho, lo son</p>
<b>Comportamiento del creador/consumidor de memes de internet</b>	<p>Las personas que dedican su tiempo a redes sociales</p>	<p>La inmersión en el mundo de la creación de</p>	<p>Hay que marcar un límite. Hay muchos que aseguran que para los memes no</p>	<p>Los usuarios creadores de memes siempre buscan detonadores sociales.</p>	<p>Todo discurso para su completa comprensión está relacionado con el contexto.</p>

	<p>quieren trascender. Pero es todo imaginario, solo lo hacen para divertirse y pasar el tiempo, no comunican nada.</p> <p>Esto se puede ver en la producción de memes, todo es muy rápido, porque su contenido no es de "saberes".</p>	<p>memes es un arma de doble filo.</p> <p>En la pandemia se sobreprodujo memes sobre ese tema, y pegaron tanto hasta el punto de que muchos se preguntaron cómo alguien puede reírse de cosas tan serias.</p>	<p>existen los límites, pero se debe trazar una línea entre lo ofensivo y lo chistoso. Si no se hace eso, se tergiversa la idea principal de los memes.</p>	<p>Referencias a películas, series, personajes de la farándula o políticos para retratar realidades. Con el fin de llegar a los otros usuarios.</p> <p>Por otro lado, no es necesario que el creador esté al tanto de los contextos culturales y sociales para hacer un meme, solo busca situaciones genéricas que luego van a ser adaptadas por el replicante.</p> <p>Los creadores de meme cumplen el "trabajo de las ideas". Construyen sus ideas y envían un mensaje a través de los memes, siempre buscando resaltar.</p>	<p>Por lo tanto, del de los memes también.</p> <p>Así que es más que crucial el uso de referentes para una aterrizaje o recepción efectiva del discurso.</p>
<p><b>Mememes como escape de la realidad</b></p>	<p>Esto depende mucho del pensamiento emocional. Hasta cierto punto es normal, pero si ya es un patrón frecuente, es un problema.</p>	<p>Es una acción natural del humano. Este tipo de neurosis es fruto de todo lo que rodea a los individuos más el hecho de que debemos desenvolvernos en una sociedad que te lanza muchas cosas al mismo tiempo.</p>	-	-	-

*Elaboración Propia*

### **3.4. Triangulación datos.**

La última herramienta que se utilizará en esta investigación es la triangulación de datos. De acuerdo con Flick (2007), esta técnica es perfecta para analizar los datos cualitativos dentro de una investigación, ya que se basa en analizar datos recogidos por otras técnicas (entrevistas, revisiones bibliográficas), lo cual permite analizar una situación desde diversos ángulos. (p. 153) En otras palabras, es una herramienta que facilita un contraste cruzado empleando diferentes fuentes, instrumentos o técnicas de recogida de datos.

Para Aguilar y Barroso (2015) existen 4 tipos de triangulación que pueden ser utilizados dentro de una investigación: 1) triangulación de datos, 2) triangulación de investigador, 3) triangulación teórica, y 4) triangulación metodológica. A su vez, esta última puede ser utilizada de 2 formas: Intramétodo y Entre Métodos. En el primer caso, el investigador utiliza sólo una técnica de estudio de forma reiterada a lo largo del trabajo. En cambio, en la segunda, como dice su nombre, se combinan herramientas cualitativas y cuantitativas los cuales se complementan unos a otros con el fin de utilizar sus fortalezas de cada uno de ellos y así, observar si se llega a las mismas conclusiones. (p. 74-75)

Y es por esa razón, que se optó por esta última tipología, no sólo porque permite una indagación profunda al objeto de estudio escogido, sino que ayudará a contrastar los resultados obtenidos tras el empleo de las otras técnicas de investigación explicadas anteriormente.

## CAPÍTULO IV

### 4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

En este capítulo se van a analizar e interpretar los datos encontrados en las tres técnicas: Análisis del discurso: con las cuatro matrices explicadas con anterioridad, los cuales serán contrastados los hallazgos de la revisión bibliográfica y entrevistas semi-estructuradas a profundidad a especialistas, utilizando una cuarta técnica: la triangulación de datos.

Cabe recalcar que como esta investigación es de carácter mixto, habrá algunas categorías de estudio acompañadas de gráficos estadísticos, y en otros casos, se las interpretará en la redacción de la memoria escrita.

Para esto, se va a realizar dicha interpretación guiándose por la categoría analítica, declarada en el marco inicial y partiendo de la técnica análisis de discurso, de acuerdo con el orden en el que aplicaron las tablas o matrices. El orden es el siguiente: Matriz 1: Membrete o Ficha técnica, Matriz 2: Componentes del discurso, Matriz 3: perfil del emisor y Matriz 4: Formación discursiva.

#### 4.1. Matriz 1: Ficha técnica.

##### 4.1.1. Fuente: Procedencia.

Cada una de las catorce piezas analizadas tienen la misma procedencia, la página de Facebook, Ecuadorean Wave  $\xi-\mu\lambda$ . Este espacio dentro de Facebook cumple con el concepto de Reyes (2018) acerca de las comunidades digitales y cómo en estas, los usuarios se reúnen con un fin común. En este caso el de consumir memes que cuentan de manera graciosa los problemas, las inquietudes, entre otras situaciones; que se dieron durante el auge de la pandemia de Covid-19.

Sobre esto Oscar Arias (2021) argumenta que las personas que pertenecen a esta clase de grupos, se encuentran en un punto medio en cuestión de su posición dentro de lo que se considera la ‘realidad física’. Esto es debido a que considera que las páginas de memes no son un espacio 100% informativo o 100% entretenimiento/distractor, lo que ayuda a crear una realidad propia basándose en situaciones o hechos reales, lo que los suele alejar un poco de la realidad.

Por otro lado, un administrador de la página de memes llamada Guayaquil Posting 2.0, al que se lo llamará Anónimo, defiende la idea que la razón más importante detrás de la creación de una comunidad de memes es la generación de un sentimiento de pertenencia y la generación de opiniones acerca de acontecimientos populares del momento. (2021)

#### 4.1.2. Fecha de publicación: Periodización.

Como se explicó con anterioridad, se escogieron 14 piezas publicadas en el periodo enero-mayo del año 2020, lo que significa que estas fueron seleccionadas en base al objetivo general de esta investigación, el cual aclara que se seleccionaron dichos memes debido a que representan las primeras instancias de lo que sería la construcción del discurso sobre la pandemia, para así entender la realidad social que se vivía en ese entonces. Por esta razón se dejaron a un lado más de 30 piezas que no cumplían dicha afirmación.

Después de esta aclaración, la realización del análisis y una tabulación de datos, se pudo verificar que el mes donde más se publicaron memes fue marzo, con 8 piezas. Lo que se podría tomar como obvio debido a que en ese mes, la emergencia sanitaria estaba en pleno apogeo.

Luego le siguen febrero y abril, con 2 piezas cada uno. Y por último, enero y mayo con 1 pieza cada uno. Esto podría explicar la percepción de muchos que dicen que la pandemia empezó ‘‘oficialmente’’ en marzo.



Imagen 35: Gráfico. Elaboración Propia. *Conteo Fecha de publicaciones.* (2022)

### 4.1.3. Origen del Meme: Referencialidad.

La diversidad de referencias a diferentes productos audiovisuales (cine, TV, moda, música, etc) para la creación de las piezas/memes es un reflejo de la dominancia de la exposición a la cultura de consumo mediático de fácil acceso, que Crossman (2019) define como Cultura Pop.

El docente investigador de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE), Marco López, afirma que el uso de estas referencias a películas o series reconocidas, ayudan a la codificación del mensaje y a que este sea receptado con facilidad. (2021) Además también sirve como indicativo de *trademarking* o marca de estilo del autor. Este tema será discutido más adelante.

En lo que refiere los resultados de las matrices de análisis ~~tablas~~, en el gráfico se puede evidenciar que en la mayoría de las referencias utilizadas para la creación de los memes fueron obtenidas de series o programas de TV, con 5 piezas. Luego le siguen las películas con 4 piezas, y los videojuegos con 3. Y por último, se encuentran los videos virales y una inesperada combinación de dos categorías (Series y Películas), con 1 pieza cada uno.

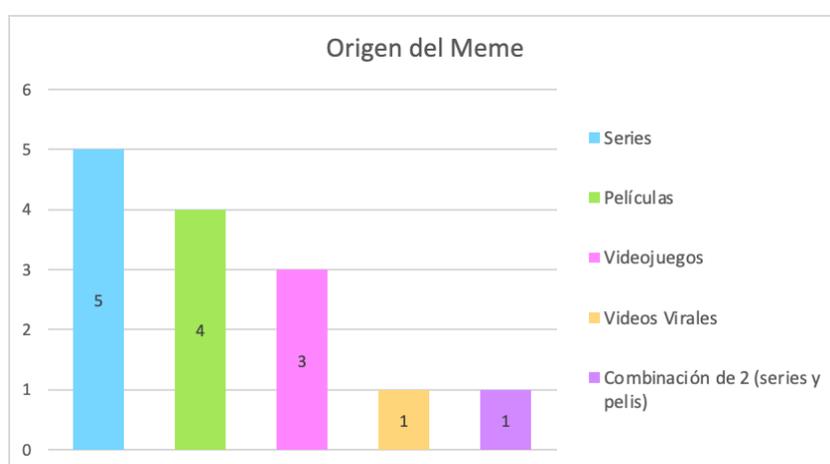


Imagen 36: Gráfico. Elaboración propia. *Conteo Origen del Meme*. (2022)

Pero para el psicólogo David Aguirre (2021), esta variedad de referencias, hipertextualidad, es una señal de que la cultura de consumo se está saliendo de control. “Hay un ciclo de consumo y desecho de forma fúrica, que hace que todas las producciones multimedia no perduren”. Asegurando así, que estas referencias luego pueden ser desechadas y reemplazadas con otros para terminar retratando la misma idea.

#### 4.1.4. Tipo de Meme: Tipologías.

De acuerdo con los resultados de las tablas, se han evidenciado el uso de las 3 clases de memes que caben dentro de la clasificación de tipos de imágenes estáticas creada en 2014 por Gabriel Pérez Salazar en su trabajo *El Meme en Internet: Identidad y Usos Sociales* (cit por Gonzales, 2018)

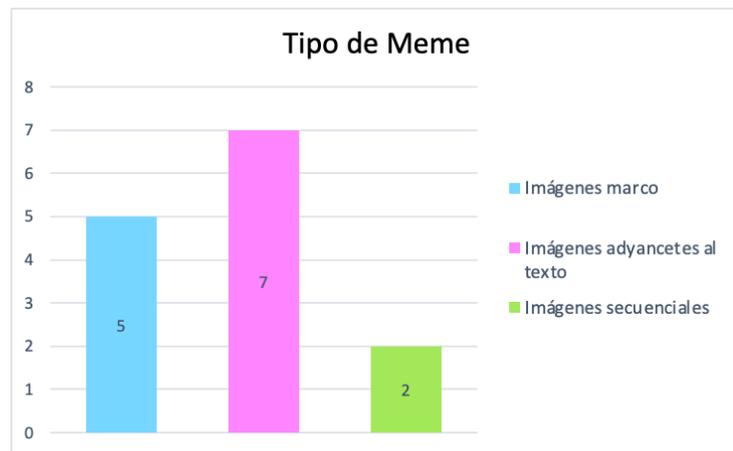


Imagen 37: Gráfico. Elaboración propia. *Conteo Tipo de Meme.* (2022)

En el gráfico, se evidencia que el formato más utilizado es el de Imágenes adyacentes al texto, con 7 piezas en total, ya que el elemento textual como el de la imagen, le dan sentido al mensaje dentro del meme.



Imagen 38: Estructura del meme. Elaboración propia. *Imágenes adyacentes al texto.* (2022)

Lo que el texto dice, se muestra en la imagen. Después le siguen las Imágenes Macro, con 5 piezas, debido a que estas presentan una imagen general con uno o varios elementos editados, como un texto o efectos de distorsión de la imagen

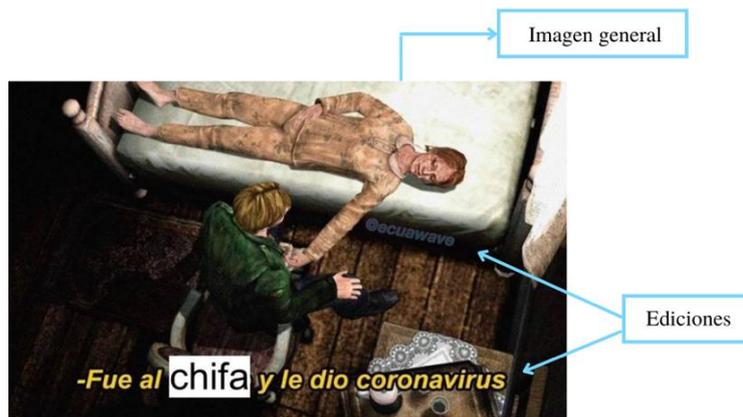


Imagen 39: Estructura del meme. Elaboración propia.  
 Imágenes Macro. (2022)

Por último, las Imágenes Secuenciales con 2 piezas, ya que solo estas presentan un formato tipo historieta que ayuda a contar una historia dentro del meme. (p. 10-11)



Imagen 40: Estructura del meme. Elaboración propia.  
 Imágenes Secuenciales. (2022)

López (2021), afirma que estos diferentes tipos de formatos sirven para “adaptar algo que ya está hecho para hablar de un tema actual”. Es decir que se está colocando el discurso memético sobre un formato que ya existe y que ha sido utilizado desde hace mucho tiempo.

Esto se puede relacionar con la afirmación que Rodríguez y Chicaiza (2018) hacen respecto a los memes al decir que estos son “una de las grandes revoluciones mediáticas de los últimos años (...) por su manera novedosa, creativa y original para transmitir o propagar información de una manera inmediata y eficaz.” (p. 22) Esto debido a su rapidez y nivel de alcance entre los usuarios en internet.

#### 4.1.5. Tipo de Chiste: Construcción.

En las matrices análisis se han evidenciado la presencia de las 4 clases de chistes que caben dentro de la clasificación de tipos de chistes empleado por Esnal para su estudio *La traducción del humor en el mundo digital: Una aproximación a los memes de Internet* (2019).

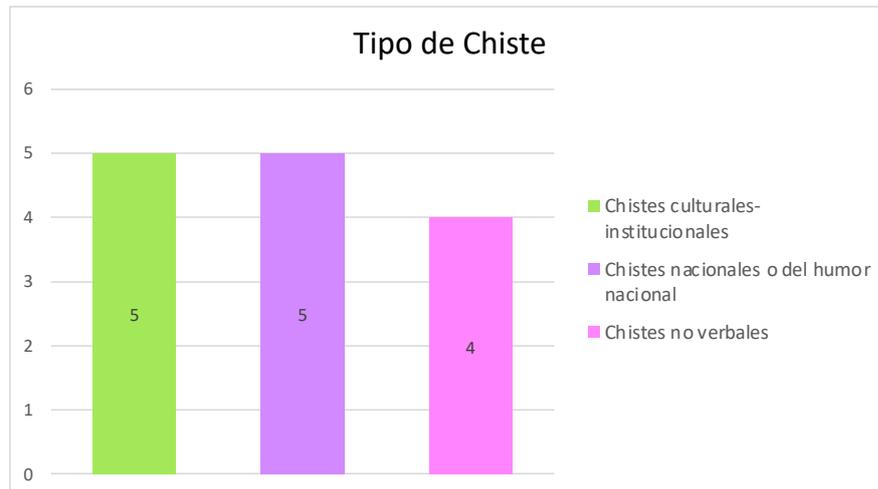


Imagen 41: Gráfico. Elaboración propia. *Conteo Tipo de Chiste*. (2022)

Como indica el gráfico, los chistes más recurrentes fueron los clasificados como “Nacionales o del humor nacional”, con 5 piezas. Esto debido a que estos memes que esta clase de chiste está 100% ligado a la interpretación de humor de cada nacionalidad. Entre estos se hacía burla a ciertos grupos demográficos dentro y fuera del país, o se hacían alusiones a dichos que sólo un ecuatoriano podría entender como “Arrecho nunca muere y si muere, muere arrecho”.



Imagen 42: Ejemplo. Ecuadorean Wave ミー入  
*Chistes nacionales o del humor nacional (Pieza #5)*. (2020)

Después, vienen los chistes “Culturales-institucionales”, con 5 piezas. Esto se debe a que están sujetos a la esfera de conocimiento y el contexto sociocultural del lugar origen y de destino. Es decir que el autor debe utilizar referencias que tanto él como su público objetivo entienda. Por ejemplo, hace alusión a experiencias compartidas como la temporada de dengue en el país, reacciones situacionales a la pandemia por parte de las autoridades y la ciudadanía, etc. (p. 25)

## El mmv que tuvo dengue, zika, ah1n1



Imagen 43: *Ejemplo.* Ecuadorean Wave ミー入  
*Chistes culturales-institucionales. (Pieza #2) (2020)*

Aguirre (2021), afirma que estas “experiencias compartidas” son la clave para la creación de un meme. Así mismo, López (2021) clasifica a estos elementos referenciales como “detonadores sociales”, ya que ayudan a crear una reacción o generar familiaridad con los receptores.

Con relación a esto, autores como Massucco (2014), manifiestan que esta familiaridad es fruto de una asociación de ideas aceptadas y concebidas por un grupo debido a la interacción de los diferentes comportamientos de los grupos coexistentes en un espacio.

Por otro lado, están los chistes “No verbales”, los que pueden ser encontrados en 4 piezas. Esto debido a que no necesitan texto para generar gracia. En algunos casos, como el de las piezas #3, #9 y #12, los acompaña un texto contextualizado, pero estos no son los detonadores del chiste.



Imagen 44: *Ejemplo.* Ecuadorean Wave ミームス  
Chistes no verbales. (Pieza #10). (2020)

#### 4.1.6. Contexto: Espacio-Temporalidad.

Los contextos o entornos en el que los memes fueron publicados están separados en 3 etapas. La primera es el de inicios de la pandemia (piezas publicadas en enero y febrero) donde existía incertidumbre si este nuevo virus iba a llegar al país y las reacciones hacia los primeros casos. Luego, la segunda etapa se centra en la propagación del Coronavirus y sus consecuencias (piezas publicadas en marzo y principios de abril).

Y por último está la tercera etapa, en donde se retratan las primeras reacciones institucionales a las ya mencionadas consecuencias del virus, y buscan una solución. Se podría decir que, para esta época, el Coronavirus ya se había convertido en una realidad establecida, con la que se tenía que aprender a vivir (piezas publicadas a mediados de abril y mayo)



Imagen 45: *Ejemplo.* Ecuadorean Wave ミームス  
Etapas de la pandemia (Pieza #3, #6, #13) (2020)

Todas estas etapas descritas reflejan la rapidez con la que las conversaciones alrededor de la pandemia iban cambiando conforme a los hechos iban sucediendo. De acuerdo

con el sociólogo Oscar Arias (2021), esto se debe a que estos tópicos en particular se habían vuelto parte de la cotidianidad, de la vida diaria. Por lo que se crean memes nuevos que retratan la realidad de acuerdo con el suceso del momento.

Esto se entrelaza con la teoría de ‘‘Construcción de la Realidad’’ de Berger y Luckmann (1966) enfocada en el estudio de los factores que crean la realidad de un individuo, en donde los medios de comunicación de todos los formatos influyen en dicha construcción. (Bello, 2015, p. 118)

## 4.2. Matriz 2: Componentes del discurso.

### 4.2.1. Componente.

Siguiendo el argumento de Shifman (2011) que indica que cada una de las enunciaciones sigue un patrón de construcción que incorpora signos visuales que hacen referencia al contexto en el que es producido. (cit Perez Salazar, et al, 2014 p.95) Si se traslada esta perspectiva al campo del discurso, autores como autores como Prieto (1999) aseguran que todo ‘‘(...) acto discursivo significa una selección de términos, una determinada combinación de los mismos, y a la vez, una selección de temas.’’ (citado por Soruco, 2013, p. 18) Así mismo, esto depende del contexto en el que se emita.

Pasando a los resultados obtenidos tras el análisis de las tablas, se puede evidenciar que en todas estas se realizan estas separaciones para poder indicar los componentes de la pieza y así desglosarlas de manera independiente de acuerdo a la composición del meme. Casi siempre repitiendo la presencia de una o más imágenes junto algún tipo de texto contextualizador.



Imagen 46: Ejemplos. Elaboración propia. *Textos contextualizadores* (2022)

En todas las tablas se realizan estas separaciones para poder indicar las partes de la pieza y así desglosarlas de manera independiente de acuerdo a la composición del meme. Casi siempre repitiendo la presencia de una o más imágenes junto algún tipo de texto contextualizador. El mejor ejemplo de esta observación son las piezas que corresponden al formato ‘‘Imágenes adyacentes al texto’’ en donde se parte de un texto general que contextualiza o da paso a lo que se va a retratar con las fotografías o fotomontajes. (*Vèase en Imagen 38*)

#### **4.2.2. Descripción Formal.**

De acuerdo con Cordero (2010) y su explicación de lo que es una ‘‘descripción formal’’, se puede entender que esta expresión describe a la expresión de términos genéricos, sin ninguna referencia al tema representado. (p.1) Es decir que simplemente se detalla lo que a simple vista se ve, basado en primeras impresiones.

Siguiendo esto, se procedió a realizar la descripción formal de cada uno de los elementos visuales (tanto los textos como las imágenes) de la pieza en todas las tablas. En estas se especificaron netamente las características generales de dichos elementos.

Por ejemplo, cuando se trataba de textos tipo encabezado, todos compartían la descripción de ‘‘texto negro sobre fondo blanco’’. Pero tenían sus especificaciones como el tipo de fuente (sans serif o serif); tipo de letra (normal, en cursiva o negrita) y el idioma (español o inglés). Las combinaciones que más se repetían eran el tipo de letra sans serif, en cursiva y escritas en inglés.

En cuanto a los subtítulos, aparte de mencionar su tipo fuente y letra, su color y el idioma, dependiendo de su posición en la imagen, se los describió como ‘‘muy parecidos a los subtítulos de una película’’. Esto ya que se trataban de diálogos que se daban dentro de las escenas utilizadas como referencia.

**Covid19: \*Exists\***  
**Ecuador:**



Imagen 47: Ejemplo. Ecuadorean Wave ミーム Pieza #14. (2020)

En el caso de las imágenes, las descripciones eran muchísimo más específicas, ya que se trataban de diferentes situaciones y referencias, así que se podría decir que cada desglose era único.

#### **4.2.3. Rol estructural.**

Esta categoría está inspirada por el modelo de la Pirámide Invertida de Emil Dovifat para la creación de noticias. Autores como Bonilla (2011) sostienen que este sistema propone presentar los datos de acuerdo a la importancia de los datos para mantener el interés del receptor.

Al mismo tiempo, esto se entrelaza con el aporte de Rincón (2006) acerca de cómo, desde inicios del siglo XXI, los medios utilizan un modelo comunicacional que promueve el pensamiento subjetivo, que mantiene al individuo informado sobre cosas que le gustan, practicando ideas suaves, optimistas y con un estilo que ayuda a aliviar el estrés cotidiano. (p. 68) A esto último, Aguirre (2021) añade que una de los roles principales que los memes cumplen en sociedad es el de lidiar con lo angustiante.

En cuanto a la aplicación dentro de las tablas de análisis de las piezas, se comenzaron con los elementos más importantes dependiendo del caso. Por ejemplo, al desglosar los elementos dentro de los memes tipo “Imagen Adyacente al Texto”, siempre se comenzaba por el Titular o Texto Principal, seguido por las imágenes y los subtextos, y por último el sello de autoría que señala que la pieza pertenece a Ecuadorean Wave ミーム.

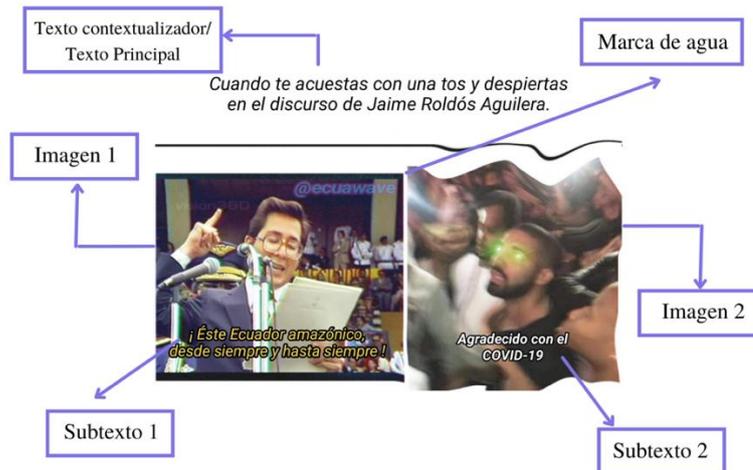


Imagen 48: *Ejemplo. Elaboración propia. Elementos Estructurales Adyacentes al texto (Pieza #6) (2022)*

Por otro lado, cuando se analizaron los memes tipo ‘Imágenes Macro’ y tipo ‘Imágenes Secuenciales’, se comenzó con la imagen principal, seguido por el texto principal y los subtítulos, acabando con el sello de la página.

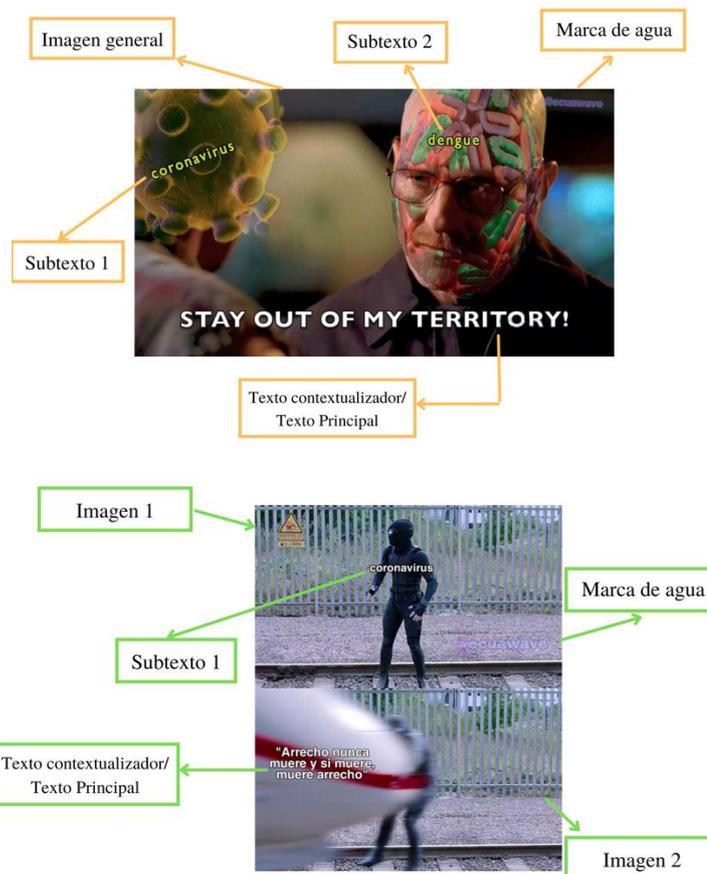


Imagen 49: *Ejemplo. Elaboración propia. Componentes estructurales Imagen Macro-Imagen Secuencial (Pieza #4 y #5) (2022)*

La pieza #10 fue el único caso en el que se trató con una imagen sin texto alguno. A parte de la mención de dicha imagen, solo se incluyó el sello de autoría.

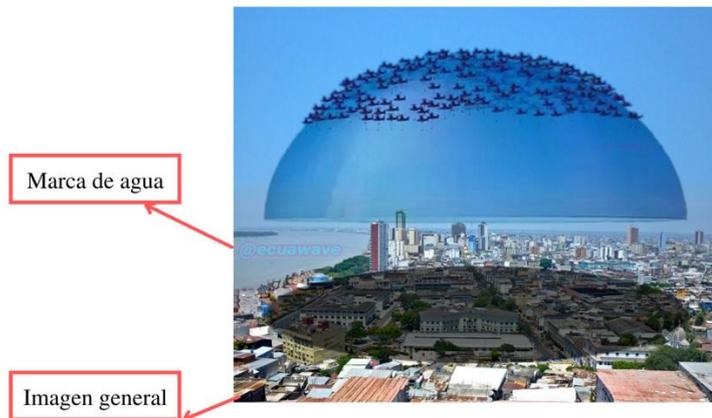


Imagen 50: *Ejemplo*. Elaboración propia.  
*Componentes estructurales (Pieza #10) (2022)*

Otro aspecto que se consideró en esta categoría de análisis fue la identificación de cada uno de los elementos dentro de las piezas. Estos fueron:

Sátira: Discurso o dicho agudo, picante y mordaz, dirigido a censurar o ridiculizar. (Sánchez, 2021)

Crítico: Inclinado a enjuiciar hechos y conductas generalmente de forma desfavorable.

Ilustrativo: Que ilustra. (Que ayuda a entender una idea a partir de enseñar una imagen o texto. (Rae, 2022)

Explicado esto, se podría decir que estas características varían dependiendo de la pieza. Por ejemplo, cuando se trata de los encabezados, textos que indican una acción o imágenes sin editar, cuentan como elemento ilustrativo. En cambio, si estas imágenes habían sido alteradas con efectos de edición para retratar una situación, o si los textos eran utilizados como diálogos y estaban mal escritos, fueron considerados como sátira. (ej: piezas 1, 4, 6 10, 11, 13, 14)

Por lo que se refiere al elemento Crítico, fueron muy pocos los identificados. Específicamente fue utilizado en 2 ocasiones para indicar el mal comportamiento de la ciudadanía (retratados como perros en la pieza #8) y la poca tolerancia hacia Guayaquil por parte del resto del país (una madre y un hijo gritándose en la pieza #11).



Imagen 51: *Ejemplo. Elaboración propia. Elementos estructurales (Pieza #8) (2022)*

Autores como González y Herrera (2015), Esnal (2019) y González-Núñez (2019) ayudan a crear la idea de que estos 3 elementos explicados son parte del atractivo del meme. Puesto que, el hecho de que ellos sean capaces de generar una conversación o crítica social acerca de cualquier tema gracias a que es un producto audiovisual de estructura sencilla y de fácil entendimiento por el continuo uso de imágenes y textos simples.

Anónimo (2021) asegura que dentro del elemento del meme debe haber algún tipo de imagen o video, acompañado de un texto ingenioso que dé a entender la intención de la crítica u opinión que pretende exponer

#### 4.2.4. Semántica.

Partiendo de la teoría de Saussure (1945) sobre el significante y significado de los signos en donde define la existencia del signo lingüístico como ‘‘una entidad doble, hecha de la unión de dos términos psíquicos’’ (citado por Tovar-Vera y Guanoquiza-Iza, 2014, p. 109); y del postulado de Otaola (1989), el cual afirma que no existe «el» significado concreto para una palabra. Esto depende mucho de la intención al comunicarse. (p.88)

Por otro lado, la experta en semántica y el análisis del discurso, Cecilia Vera, confirma esto al enunciar que uno de los factores más importantes para la creación de significados dentro del discurso es tener en cuenta los antecedentes del grupo objetivo, para lograr una buena interpretación. (2022)

Teniendo en cuenta lo explicado en el párrafo anterior, se pudo evidenciar que cada uno de los elementos que componen la estructura de los memes analizados, posee un significado particular y ayudan a la significación general de estos.

Algunos de los significados que más se repiten son los aplicados a diferentes textos. Tal es el caso de los Textos principales o contextualizadores, los cuales, como dice el nombre, dan contexto a lo sucedido dentro de las piezas. Tal es el caso de todas las catalogadas como ‘‘Imagen Adyacente al Texto’’, pero esto también aplicó a los otros formatos como las ‘‘Imágenes Macro’’, que, aunque no poseen un encabezado, se tomó como contextualizador el único texto dentro de la pieza.

*(Véase en Imagen 48 y 49)*

Así también en las ‘‘Imágenes secuenciales’’, se optó por utilizar el primer texto legible para esta función.

*(Véase en Imagen 50)*

Otro significado que se le dio a los textos dentro de los memes fue el de provocar las emociones que el emisor quería que sintiera el receptor del mensaje al verlo. Por ejemplo, en la pieza #2, en donde el personaje dice ‘‘Ah shit, here we go again’’, se emite una expresión de cansancio y resignación. Algo parecido sucede en la pieza #14, donde el personaje expresa su preocupación por el estado financiero del país diciendo ‘‘I'm never gonna financially recover from this’’.



Imagen 52: Ejemplo. Ecuadorean Wave ミー入ス  
*Intenciones emocionales (2020)*

Por otro lado, tanto algunos textos como muchas de las imágenes sirvieron para identificar los personajes dentro de las situaciones retratadas en los memes. En las piezas #4 y #5 se señaló mediante textos la presencia del coronavirus en el país. En cuanto a las imágenes, después de pasar por un proceso de edición, los sujetos que aparecen dentro de las piezas pasaron a personificar locaciones como Ecuador o

Guayaquil, poniendo banderas en sus caras (#7, 8, 11, 14) O también a enfermedades como el Dengue o el Coronavirus (#4)



Imagen 53: Ejemplo. Ecuadorean Wave  $\Xi-\Delta\lambda$ . Personificaciones (Pieza #4 y #7). (2020)

Siguiendo con las imágenes, fotografías y fotomontajes en general, estas pasaron a ilustrar momentos históricos o situaciones cotidianas con las que los receptores pueden sentirse identificados. En el primer caso, se puede distinguir el uso de la imagen del ex presidente Jaime Roldós Aguilera para evocar un momento de grandeza de la historia del país. (Pieza #7)

En el segundo, caso se puede incluir a la pieza #3 en la que alguien está frente a un posible contagio de COVID, o como en la pieza #9 en donde se muestran reacciones ante las medidas previsoras de la enfermedad.



Imagen 54: Ejemplo. Ecuadorean Wave  $\Xi-\Delta\lambda$   
 Recacciones de la ciudadanía (Pieza #3, #7, y #6). (2020)

El administrador de Guayaquil Posting 2.0 expresó que la clave para que un meme sea exitoso cae en el proceso creativo detrás de este. Los administradores se reúnen para “(...) escoger el que mejor se acopla mejor con algún contexto en el país, o bien, el que englobe de mejor manera alguna situación que probablemente muchos atravesamos o estamos atravesando.” Esto se traduce a que tienen en cuenta en la carga significativa de las piezas, ya que se fijan en la temporalidad y en la posible repercusión que va a tener si se publica en el momento correcto.

Esto valida, en cierto sentido el postulado de Macdonell (1986) el cual afirma que afirma que el significado de las palabras usadas para emitir un discurso dependerá del contexto en el que se diga. (citado por Otaola, 1986, p, 82)

Otro aspecto que se analizó en las matrices es la clasificación de los componentes dentro de las figuras literarias. Cabe mencionar que tradicionalmente, estas son utilizadas para categorizar expresiones escritas, pero como la muestra de esta investigación es una combinación de texto e imágenes, se tuvo que adaptar a dicho formato.

Habiendo especificado esto, y para una mejor comprensión de los hallazgos, se ha optado por enlistar las figuras literarias que se encontraron junto con una breve explicación de en dónde y por qué aplican. Todo esto de acuerdo con lo avalado por Morales (s,f) en el portal Significados.com.

- **Descripción.**

Esta figura literaria, en su mayoría, se pudo encontrar en los componentes señalados como "Texto principal" o también conocidos como "Textos contextualizadores". Esto debido a que la "Descripción" se encarga de explicar de manera pormenorizada personajes, objetos, locaciones o situaciones para ayudar a la evocación de una imagen mental al lector (usuario, en este caso); y ese es el trabajo de dichos textos dentro de los memes, el de plantear una situación.

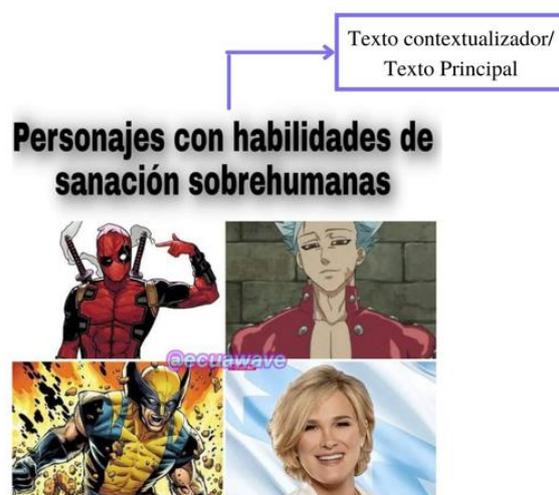


Imagen 55: *Ejemplo. Elaboración Propia. Figuras literarias: Descripción (Pieza #12). (2022)*

Hubo 3 casos en los que se utilizó para categorizar un fotograma/fotomontaje (pieza #6, #10 #13), a pesar de que ya se había señalado al texto que las acompañaba estas imágenes como pertenecientes a esta figura literaria. Esto sucedió debido a que su trabajo era el de aportar a la creación del contexto que se quería retratar dentro de dichas piezas.

El tercer caso fue el más particular de todos, debido a que el único elemento capaz de contextualizar el mensaje era la misma imagen.

*(Véase en Imagen 44)*

- **Alegoría.**

Esta fue una de las figuras literarias que más se repitió a lo largo de la aplicación de las tablas. Dicha categorización fue asignada a las diversas fotografías y fotomontajes que se encontraron dentro de las piezas, ya que estas cumplían con la característica principal de las alegorías; el mostrar una representación en la que todos los elementos que la componen tienen un valor simbólico.

Un ejemplo de esto pueden ser las piezas #3 y la #6. En la primera se sugiere una situación en la que alguien le va a disparar a su amigo, y esta es representada con un fotograma de una película (New Jack City, 1991) donde sucede una acción similar. Así mismo, en la #6, se le atribuye esto al fotomontaje de un fotograma del video viral donde se ve un cantante conocido (Drake), estar todo confundido, acción que se sugiere en el texto contextualizador.

*Quando tu pana guayaco empieza a toser y no es por tanta H que se mete.*



Imagen 56: *Ejemplo.* Ecuadorean Wave めー△入.  
*Figuras literarias: Alegoría (Pieza #3).* (2022)

En otras palabras, las imágenes que son parte de la estructura visual de los memes, ayudan a ilustrar lo presentado por los textos contextualizados gracias a que muestran significados previamente establecidos, y al mismo tiempo contribuyen a la creación de nuevos.

- **Personificación.**

Otra de las figuras que se encontró fue la Personificación. Esta tiene como objetivo el de darle características humanas a objetos inmateriales, y ese fue el rol que asumieron la mayoría de los componentes marcados como ‘‘subtextos’’ y algunas imágenes.

En cuanto a los subtextos, se escogieron aquellos que cumplían con la función de ‘‘etiquetar’’ alguno de los personajes presentes dentro de las piezas, como en la #5.. En este caso, se tomó se utilizaron estas etiquetas para personificar al Coronavirus en una viñeta, y en la otra viñeta se lo ve a este ser atropellado por un tren que tiene la etiqueta del dicho coloquial ‘‘Arrecho nunca muere y si muere, muere arrecho’’.



Imagen 57: *Ejemplo. Ecuadorean Wave*  $\Xi-\Delta\lambda$   
*Figuras literarias: Personificación (Pieza #5). (2020)*

En cuanto a las imágenes, estas debían poseer algún elemento gráfico que ayude a esta personificación, en su mayoría eran parches o stickers de la bandera de Ecuador o Guayaquil. Esto puede ser visto en varias piezas como la #7 o la #14.

Se pudo evidenciar también que hubo una solo en la pieza #4 se combinan las dos formas de personificación explicadas. En esta, los personajes mostrados han sido fusionados con gráficos de los virus del Dengue y del Coronavirus; al mismo tiempo que se utilizan subtextos para etiquetar quien es quien.

(Veáse en Imagen 53)

- **Apóstrofe.**

Dentro de esta clasificación se encuentran aquellos textos que se caracterizan por dirigirse a alguien, ya sea dentro del contexto del escrito o hacia el lector de este. En el caso de los memes analizados, esto puede encontrarse en los textos contextualizadores y subtítulos que cumplen con el rol de “subtítulos” o diálogos dentro de las piezas.

En piezas como la #2 se puede ver cómo el subtexto (el diálogo del personaje) va dirigido hacia el usuario/emisor que está leyendo el meme. En cambio, en piezas como la #11, el diálogo sucede entre los dos personajes que se encuentran dentro de esta.

El mmv que tuvo dengue,  
zika, ah1n1



Imagen 58: *Ejemplo. Ecuadorean Wave* ミー入  
*Figuras literarias: Apóstrofe (Pieza #2) (2020)*

- **Gradación.**

La gradación es una figura literaria donde se organizan elementos según su importancia, ya sea de manera ascendente como descendente. En relación a las piezas escogidas para analizar, esta clasificación sólo se aplica en dos casos.

El primer caso, es en el meme #7, en donde se puede ver que, dentro del texto contextualizador hay un conteo de los contagios por coronavirus en esa época. Pasa de un número menor, pero importante, a uno mucho mayor en poco tiempo, el cuál es más importante todavía.

En cambio, en el segundo caso (#13), se puede ver una fecha en números. Está escrita en formato día-mes-año, es decir que para el autor es importante comenzar esta

composición utilizando el número del día, seguido por el mes al que pertenece y por último el año.



Imagen 59: *Ejemplo. Ecuadorean Wave* めー△入  
*Figuras literarias: Gradación (Pieza #13) (2020)*

- **Sinestesia.**

Esta figura literaria consiste en darle atribución de una sensación a un sentido, objeto o individuo que no le corresponde. Se puede distinguir esta figura dentro de varias piezas, pero se podría decir que la que más resalta es la #12.

### Personajes con habilidades de sanación sobrehumanas



Imagen 60: *Ejemplo. Ecuadorean Wave* めー△入.  
*Figuras Literarias: Sinestesia (Pieza # 12) (2020)*

Aquí se puede ver como se compara a 3 personajes (super heroes o personajes míticos) que poseen características similares y junto a estos, se pone en cuarto lugar a un personaje que no tiene nada que ver con los anteriores. Pero, al ponerlo al lado de los otros, se le da el mismo significado que al resto.

- **Onomatopeya.**

Finalmente, con respecto a la onomatopeya, esta figura literaria sólo fue encontrada dentro de una pieza (#11). Esto debido a que fue la única en la que se muestra una representación textual y explícita de un sonido, en este caso el \*Scream\* del segundo panel.



Imagen 61: *Ejemplo. Ecuadorean Wave* ㄨ-ㄨㄨ  
*Figuras literarias: Onomatopeya (Pieza #5). (2020)*

Por último, como se puede ver, el único elemento dentro de las piezas a la que no se le asignó una figura literaria fue la marca de agua de Ecuadorean Wave ㄨ-ㄨㄨ. Como pudo ver a lo largo de la explicación, las figuras aplican más bien a los textos y lo que sugieren o la combinación texto imagen, no a al tipo de letra de una palabra o marca que se repite. Por eso, no aplica.

#### 4.2.5. Función comunicativa.

Esta categoría se basa en el concepto de que todo elemento que participe en el proceso comunicativo cumple un rol o función dentro de este. Y para definir cuál o cuáles son estos roles se debe tener en cuenta las intenciones de quienes intervienen en dicho proceso y que fines persiguen. (Moral, 2014)

Para López (2021) es importante destacar el papel de las personas al momento de construir una pieza comunicativa, tal como puede llegar a ser un meme. “(...) somos nosotros los que transformamos la comunicación y la forma en la que nos comunicamos, y debido a esto es como el meme aterriza a nosotros como producto comunicacional.

En referencia con los datos obtenidos en las tablas, si, cada elemento mencionado dentro de estos cumple un rol dentro de la creación del discurso visual presentado por los memes.

Comenzando con los textos contextualizadores,, los marcados como Título Principal cumplen la función de pautar las acciones que iban a ocurrir dentro de las piezas. Le siguen las fotografías o fotomontajes, cuyas funciones dependen mucho del formato del meme. En el caso de las ‘Adyacentes al Texto’’, dan seguimiento a lo que dijo el encabezado, pero si son ‘‘Imágenes Macro’’ o ‘‘Secuenciales’’, estas ambientan la situación y le dan razón al texto contextualizador.

(Véase en Imagen 48 y 49)

Con respecto a los subtextos, le dan acompañamiento al texto principal, otras veces ayudan a etiquetar a los participantes en la creación del discurso, como las personificaciones de enfermedades o de locaciones.

En el caso de la pieza, #10, como no tiene texto alguno, toda contextualización recae en el fotomontaje.



Imagen 62: *Ejemplo. Ecuadorean Wave*  $\Xi-\Delta\lambda$ . (Pieza #10) (2020)

En resumen, la colaboración entre los componentes ilustrativos y textuales que componen la estructura del discurso, muestran intención de retratar las diferentes situaciones que se pueden dar dentro contexto de pandemia desde el punto de vista (de manera humorística) del emisor. Al mismo tiempo, se tiene que tener en cuenta que todo producto comunicacional tiene una finalidad persuasiva y por ende, el meme también.

### **4.3. Matriz 3: Perfil del emisor o sujeto enunciador.**

#### **4.3.1. Marcas Sociales.**

Para las marcas sociales, se tomó en cuenta el aporte de Celorio (2019) sobre los imaginarios sociales. Para la autora, estos son definidos como una construcción

colectiva de bienes simbólicos de una sociedad los cuales son representados mediante la presencia de elementos concretos que existen en el contexto en el cual vive un individuo. (p.15)

Pero gracias al internet, se han podido crear imaginarios nuevos en donde se incluyen componentes de productos audiovisuales “externos”, que, al ser adoptados, adquieren significados dentro del contexto de los creadores de memes y su audiencia, logrando una combinación de ambos. . López (2021) sostiene que esto se conoce como “adaptación del discurso”. Lo de afuera, se fusiona con lo adentro y da como fruto significaciones nuevas.

Estos elementos pueden ser tanto visuales como textuales, y tras el análisis de las piezas, se pudo comprobar que en la mayoría existe una conjugación entre los dos.

Algunas de las piezas que demuestran este fenómeno son las #5 y #6. En el primer caso se ve cómo se coloca el texto “Arrecho nunca muere y si muere, muere arrecho”, uno de los dichos coloquiales más utilizados dentro de la jerga urbana en Ecuador; encima de un fotograma de una de las películas más queridas por los fanáticos de la franquicia del Universo Cinematográfico Marvel (MCU). Esto con el fin de representar cómo el ciudadano común “combatiría” a su manera al coronavirus.



Imagen 63: *Ejemplo. Ecuadorean Wave* ミー入  
*Pieza #5. (2020)*

En cambio, en la pieza #6, se puede ver cómo se utiliza la imagen de Jaime Roldós junto el texto “ ¡Este Ecuador amazónico, desde siempre y hasta siempre!”, extracto del último discurso de una figura estimada por los ecuatorianos por más de 50 años.

Al mismo tiempo, se lo combina con un fotomontaje de Drake, un exitoso cantante canadiense conocido por los millenials y la *gen z*..

Quando te acuestas con una tos y despiertas  
en el discurso de Jaime Roldós Aguilera.



Imagen 64: Ejemplo. Ecuadorean Wave  $\Xi-\Delta\lambda$   
Pieza #6. (2020)

Esta unión ayuda a que la imagen de este último adquiriera un valor simbólico dentro de la sociedad en referencia al contexto que se le da en la pieza, ya que representa la reacción de un ciudadano promedio, el cual está aturdido por una situación impactante ante un virus nuevo en el país.

Otra forma en la que se ha podido contribuir al imaginario de la pandemia en Ecuador, es utilizando solamente imágenes. Tal es el caso de la pieza #10, donde se editó una imagen de la ciudad de Guayaquil siendo cubierta por el domo que sale en la película de Los Simpson estrenada en el 2007. Esto haciendo alusión a lo dicho por algunos políticos o medios: que se debía separar esta ciudad del resto del país.



Imagen 65: Ejemplo. Ecuadorean Wave  $\Xi-\Delta\lambda$  . Pieza #10. (2020)

Por otro lado, el uso de una marca de agua de la página se emplea para identificar la autoría del meme y así contribuir a la noción que el ecuatoriano tiene de que su trabajo sea reconocido.



Imagen 66: *Marca de Agua. Ecuadorean Wave* め-△又  
*Pieza #2, #12 y #14.(2020)*

Acerca de esta contribución de los memes a los imaginarios sociales, Arias (2021) afirma que ha habido un crecimiento de los imaginarios en general, ya que estos influyen en la producción de contenidos publicados en línea, y al mismo tiempo estos aportan a la creación de imaginarios virtuales. Es una relación simbiótica entre el espacio físico y el digital. Esto afirma el argumento de (Moreno & Lache, 2020) el cual explica cómo dentro del internet se está creando un nuevo imaginario social a partir de las ideas que un usuario publica y otros aceptan. (p. 43)

#### 4.3.2. **Marcas de estilo.**

El análisis de las marcas de estilo se abordó a partir del pensamiento de Boyd (2015) quien dice que el internet y las redes sociales se han convertido en espacios de interacción de carácter primordial para la formación de la identidad *online* de un individuo. (citado por Rodríguez, 2018, p. 27) Permitiéndole al usuario compartir sus gustos, intereses y preferencias entre sí, lo que les ayuda a crear “comunidades digitales”.

Aguirre (2021) sugiere que, de entre todo este contenido que se comparte, una de las piezas que predominan son los memes ya que “(...) son importantes porque sirven como herramienta o como mensaje identificadorio entre comunidades.”

Esto se pudo evidenciar en los diversos elementos encontrados dentro de las tablas. Por ejemplo, cuando el creador o creadora del meme decidió escoger qué personajes y en qué situación debían aparecer en las imágenes (fotogramas de series, películas, etc.) o qué ediciones se debían hacer a dichas imágenes. Así también cómo debería estar y verse el texto redactado (el color, la fuente, el idioma), cómo debía ubicarse cada uno de los elementos dentro de las piezas. En general su capacidad enunciativa y su manejo del lenguaje textual y visual.

Lo mismo sucede con la marca de agua de la página para señalar la “marca personal” de esta con el plus de hacer publicidad a sus otras redes. Esto lleva a retomar lo que Henríquez (2020) planteaba al decir que el intercambio de información entre usuarios

de un espacio en línea a través de una publicación, son la clave para crear una identidad personal y colectiva *online*. Con el uso de ciertos elementos, estos usuarios desarrollan patrones de reconocimiento dentro de estas comunidades y ayudan a consolidar el sentimiento de pertenencia grupal. (p. 39-49)

Toda esta mezcla de componentes puede en la mayoría por no decir todas las piezas, pero algunas de las que más resaltan son las la #1 y la #14. En el primer caso se utiliza un fotograma exacto de un videojuego (Silent Hill 2) y a este se le agrega un texto tipo diálogo/subtítulo, y a esa incrustación se le sobrepone un parche de texto, para así cambiar el diálogo original de la plantilla. Y la inclusión de la marca de agua.

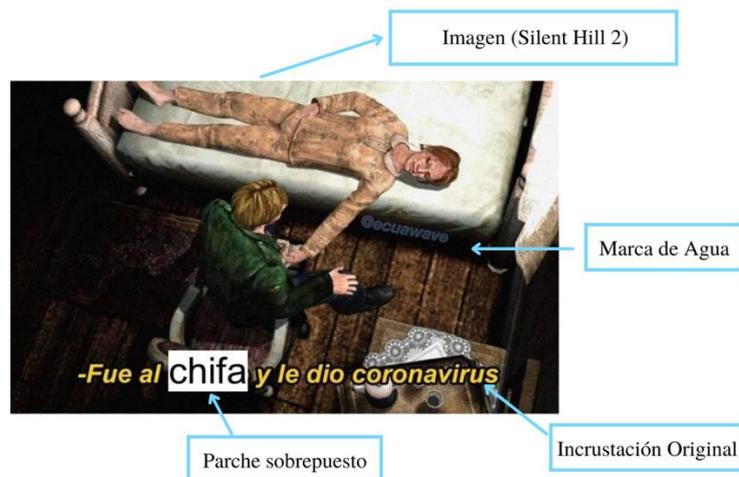


Imagen 67: Ejemplo. Elaboración Propia.  
*Explicación de preferencias del autor. (Pieza #14) (2022)*

En la #14 se puede ver cómo el autor optó, así mismo por un fotograma específico de la popular serie documental de Netflix, Tiger King (2020), pero aparte de agregarle un texto, se colocó un parche o sticker de la bandera de Ecuador para hacer una personificación. Volviendo al texto dentro de la imagen, se decidió por hacer uso del idioma inglés, tanto en el diálogo/subtítulo como en el encabezado. Sin olvidar la inclusión de la marca de agua.

Se podría decir que todos estos pequeños detalles que el autor se toma la molestia de añadir a su pieza digital demuestran su interés en ser identificado, reconocido, recordado dentro del gran océano de publicaciones dentro de Facebook.

A continuación, correspondería reafirmar lo explicado previamente, pero se ha dado el caso de que dos de los expertos entrevistados para esta investigación están en desacuerdo. Por un lado, López (2021) considera que el tema del posicionamiento que busca una persona que se dedica a hacer memes, por más informal que sea, sigue

siendo un trabajo. Este lo denomina ‘‘el trabajo de las ideas’’, porque lo que la gente hace es construir una idea a través de un meme y difundirla para que la gente lo vea. Es por eso por lo que existe una firma, un estilo.

Pero, por otro lado, Arias (2021) contradice esta idea argumentando que existe un imaginario de trascendencia, que queda y cae en el vacío, ya que la gente que se dedica a redes regala su tiempo a nada o a casi nada, porque, creyendo que uno está trascendiendo, en realidad no está haciendo nada.

Pero a pesar de esta concepción, hay autores como Boyd (2015) que sostienen que durante los últimos años, las redes sociales les han permitido a muchas personas la oportunidad de construir una identidad online hasta el punto de que han logrado posicionar significativamente su vida personal y social dentro de estas. (citado por Rodríguez, 2018, p. 27) Esto se puede entender cómo que ellos han trascendido más allá de los límites ‘‘físicos’’, y ha pasado a un nivel totalmente nuevo en donde se adquiere y se comparte información gracias a la existencia del internet.

Esto demuestra que existe una dicotomía en las percepciones de la relevancia del trabajo de las personas que producen contenido en redes sociales, casi siempre con fines de entretenimiento.

#### **4.3.3. Valores ideológicos.**

Para el apartado de valores ideológicos, se tuvo en cuenta el postulado de Van Dijk (1996) en el que explica cómo las ideologías son el conjunto de ideas sobre temas relevantes en la sociedad, haciéndola así, la base de todo discurso, hasta el punto de que puede tanto legitimar o generar rechazo hacia este. (p. 27) Al igual que el argumento de Thompson (1993) que explica cómo la configuración y la difusión del discurso se reproducen las dinámicas de poder existentes, con los valores e ideas aceptados de manera colectiva. (p.129)

Habiendo aclarado esto, los resultados de las tablas indican que el autor o autora de estas piezas, se encargó de dejar pistas o ciertos indicativos de cuáles podrían ser sus tendencias ideológicas sobre las diferentes situaciones que se vivieron durante las primeras etapas de la pandemia.

De todas estas, uno de los temas que más se repetían eran las nociones estereotipadas sobre los habitantes de la ciudad de Guayaquil. Esto puede ser visto en varias piezas como la #3, #10, #11 y la #12, donde se coloca al guayaquileño o ‘guayaco’ en situaciones que lo marcan de vagos, viciosos, poco escrupulosos o difíciles de tratar, y por eso se considera que la mejor opción es deshacer o alienar a dichas personas del resto del país. Lo que evidencia un claro regionalismo en contra de esta zona de la costa.



Imagen 68: *Estereotipos Guayacos*. Ecuadorean Wave  $\Xi-\Delta\lambda$ . Pieza #3 y #11 (2020)

Por ejemplo, en la pieza #3, se plantea el escenario donde una persona de origen desconocido debe decidir qué hacer la posibilidad de que ‘su pana guayaco comienza a toser y no es por tanta H que se mete’. Y la decisión que debe tomar es retratada con un fotograma de una película (New Jack City, 1991) donde el personaje está apuntando a alguien con un arma. O en la pieza #12, donde se retrata una discusión entre Ecuador (representado por una madre) y Guayaquil (su hijo pequeño), donde literalmente le pregunta ‘Why cant you just be normal?’ y el otro le responde con un grito.

Así mismo, se repetía la idea de que Ecuador es un país que ha sufrido en este caso haciendo énfasis en su historial con las enfermedades. Como en la pieza #2, donde el personaje que sale en el fotograma (GTA San Andreas) reacciona con un ‘Ah shit, here we go again.’ a la idea de que ya ha contraído enfermedades como dengue, zika y el virus Ah1N1.

## El mmv que tuvo dengue, zika, ah1n1



Imagen 69: *Historial de epidemias en Ecuador*.  
Ecuadorean Wave ㄟ-ㄥㄨ. *Pieza #2* (2020)

Otro tema que se trató en un par de ocasiones fue el de las ideologías políticas o ante figuras de poder en general. En las piezas #6 y #12 se utilizan imágenes de personajes populares del ámbito político en Ecuador. En la primera se utiliza de manera positiva la imagen del expresidente Jaime Roldós (considerado como un revolucionario y por haber marcado el regreso a la democracia y su discurso de mayo del 81'); y en la segunda se usa la de la alcaldesa Cynthia Viteri (a quien se le cuestiona sus metodologías y por ser miembro de un partido conservador como el PSC). Demostrando así que ni los memes no son exentos de ser politizados.

Ante esta idea, Vera (2022) señala que el discurso está en todos lados, ''(...) sea cual sea el formato (oral, escrito, vía la web), siempre va a haber algún rastro ideología dentro del discurso''. Así mismo, López (2021) comenta que si un creador de memes tiene un nivel muy marcado para dar un seguimiento sobre un tema más que nada político (un candidato, un partido político, algún presidente famoso), y ataca a o embellece a este, lo más probable es que si busque crear cierto tipo de propaganda o apoyar una ideología.

Por último, y con respecto a la marca de agua de la página, esto indica que el emisor apoya las leyes de derechos de autor en internet.

Después de haber interpretado los hallazgos que se hicieron después de analizar este apartado, algo que cabe mencionar dentro de este es la razón por las que las ideologías o las formas de pensar del autor o autora de estas piezas están tan presentes al momento de crear un meme. Y esta es la sobreexposición al discurso dominante.

De acuerdo con Van Dijk (1994) las personas con mayor poder adquisitivo tienen mayor facilidad para difundir un mensaje que naturaliza su posición privilegiada y normaliza prejuicio, ya que tienen fácil acceso al discurso público. (p. 12) Y esto ha provocado que los individuos que no pertenecen a estos grupos acepten con más facilidad estas ideas como suyas, ya sean buenas o malas.

A esto se le unen los medios, los cuales han adquirido un rol de mediador entre los dos extremos, logrando así propagar estas ideas y ayudando a la creación de nuevos significados, hasta el punto de establecerse como parte de las “costumbres” de una comunidad.

En el caso de la sociedad ecuatoriana, Arias (2021) comenta que estas ideas son fruto de las consecuencias de la colonización, ya que estas sentaron las bases para las estructuras sociales en las que el discurso principal era dictado por personas heterosexuales, cisgénero blancos-mestizas con cargos importantes en el gobierno.

#### **4.3.4. Perfil del enunciador.**

El análisis del perfil del sujeto enunciador parte de la idea de Castañeda et al (2010a, 2012b) de cómo la identidad creada por el usuario, su “yo” digital, está dividida en 2 partes: la personal, en la que el usuario proyecta sus gustos, intereses entre otras cosas; y la social, o la percepción creada por los usuarios que lo siguen. (citado por Tusa, 2017, 148-149) Y según los resultados obtenidos en las tablas, se pueden evidenciar ambas.

Teniendo en cuenta la posibilidad de que Ecuadorean Wave  $\Xi-\Delta\lambda$  es una página con varios administradores, y que cada uno de estos pueden tener antecedentes diferentes, analizar la parte personal es un poco complicado, pero no imposible. Entonces, viendo que es una cuenta compartida que debe seguir cierta “línea editorial”

Esto último puede relacionarse mucho al concepto de Agenda Setting, la cual explica cómo los medios, sea cual sea su plataforma de difusión (medios tradicionales o digitales), ejercen influencia sobre las audiencias al presentarles temas que ellos consideran de mayor relevancia y aportan a la creación de la opinión pública. (McCombs citado por Ayala, 2017, p. 5).

Retomando el análisis del perfil de la página, se podría decir que los autores de estas piezas comparten los mismos gustos en productos mediáticos: series y películas famosas, videojuegos, videos virales y cualquier otro contenido que se pueda consumir gracias a su visible acceso a internet. Así también que los creadores poseen conceptos generales de edición y diseño (estética, espacio, simetría, distribución, etc.).

En cuanto a la parte social, se llega a la conclusión de que todos los autores son ecuatorianos o poseen conocimientos básicos acerca de las creencias y costumbres que circulan por las mentes de estos. Por ejemplo, los ya mencionados estereotipos hacia los guayaquileños, la victimización generalizada del país o las tendencias a idealizar o demonizar figuras históricas de poder (casi siempre políticas). A esto se le puede añadir ciertos rasgos discriminatorios hacia el ‘‘otro’’ como los ciudadanos chinos/asiáticos (pieza #1) y la viveza criolla del ecuatoriano (piezas #5 #7, #8)



Imagen 70: El ecuatoriano ante la pandemia..  
Ecuadorean Wave  $\xi-\Delta\lambda$ . Pieza #7 y #8 (2020)

También demuestra que está al tanto acerca de las problemáticas fruto a la pandemia y la reacción de la ciudadanía ante estas (pieza #2, #6 y #8) y ha asumido una posición frente a ella, optando por el humor como recurso para afrontar los problemas presentados durante la emergencia sanitaria (pieza #13, #14) que vive el Ecuador.

Acerca del uso del humor como método para afrontar los problemas del día a día, Aguirre (2021) asegura que ‘‘(...)4 el tratamiento de los memes permite que se haga o se emita una respuesta ante lo traumático. (...) Justamente para eso funcionan los memes, para hacer un trámite entre lo que sí y no puede ser nombrado.’’ En contraste con este argumento, Anónimo (2021) asegura que hay ciertos temas que no deberían tocarse dentro de los memes, porque existe un límite para el humor, y cosas como enfermedades, siniestros y otras calamidades pasan de la mofa/crítica a la ofensa.

Autores como Massuco (2014) y Hernández (2008) toman en cuenta este aspecto al argumentar que lo que a un individuo o un grupo de personas les parece gracioso, siempre existirá “el otro” a quien no le suceda lo mismo. En otras palabras, afirman que el humor es subjetivo y depende mucho del punto de vista de él o los sujetos.

#### 4.4. Matriz 4: Análisis de la formación discursiva.

##### 4.4.1. Discurso.

Para el análisis de esta categoría, se tuvieron en cuenta tres aspectos:

1. El discurso “(...) es una pronunciación, hablada o escrita, que caracteriza la variedad de situaciones informales e institucionales que conforman nuestras sociedades, con el fin de realizar actos sociales, políticos o culturales en diversos contextos locales.” (Van Dijk citado por Cáceres, 2021, p. 12).
2. Así como la noción de que estos, en su mayoría, son controlados por las figuras de poder, y que debido a esto los otros grupos sociales (en especial los jóvenes) han creado espacios para crear los suyos (Cárdenas, 2014, 59).
3. Y el significado de cada uno de los elementos empleados en las tablas, y que fueron desglosados en el apartado de Semántica en la Tabla #1

A partir de esto y tras examinar de forma independiente cada meme, se logró descifrar el posible mensaje o discurso que los creadores de dichas piezas construyeron dentro de ellos, para así lograr una interpretación del contexto en el que vive.

El primer descubrimiento que se hizo fue que cada una de las piezas logra retratar, desde diferentes puntos de vista, las diferentes etapas que vivió el país durante el periodo enero-mayo. Desde la llegada del virus (ej: piezas #1, #2 y #3) hasta las consecuencias de su presencia (ej: piezas #13 y #14).



Imagen 71: Discursos: inicio y final.  
Ecuadorean Wave ㄨ-ㄥㄨ. Pieza #1 y #14 (2020)

Y el segundo hallazgo es que los diferentes discursos tienen como trasfondo un descontento e intranquilidad social. A continuación se escribirán textualmente algunos de estos:

*“Se sabe poco acerca del virus a inicios de la pandemia. Y se están intentando buscar un culpable al otro por el mal que estaba llegando al país.” (pieza #1)*

*“Hay que hacerle frente a una enfermedad desconocida que está arrasando con la población de un país poco preparado para enfrentar un virus como el Coronavirus. Así, apaciguando un poco la situación, ya que, cómo tenemos enfermedades que pueden llegar a ser igual de mortales y aún así hemos podido salir adelante.” (pieza #4)*

*“Los contagios están aumentando y el país se está saliendo de control.” (pieza #7)*

*“Por mucho que las instituciones insistan en que los ciudadanos deben quedarse en sus casas para así evitar contagios con estos harán lo que quieran hacer sin importar las consecuencias.”*

*“Salir durante tiempos en el que está impuesto el toque de queda, se convierten en un riesgo porque nunca sabes si te van a agarrar la policía.” (pieza #9)*

*“Cynthia es tan poderosa que puede curarse de COVID en tiempo récord, pero no puede recuperar la situación en su ciudad.” (pieza #12)*

Estas mini construcciones discursivas ayudan a crear una idea de cuál podría ser la línea de pensamiento general de la página y el mensaje que esta quiere difundir a los usuarios que la siguen. Dicho discurso puede resumirse en “el país no estaba listo para una emergencia sanitaria como esta y no se sabe cuándo se terminará.” Y al parecer, la mejor manera que encontraron fue utilizar diferentes elementos de la vida cotidiana de estos para asegurar su aterrizaje.

Lo descrito anteriormente es un claro ejemplo de cómo, en diferentes espacios en línea (una página de memes, en este caso) se crean narrativas desde otro punto de vista que no es el “oficial”, desde “los de afuera”. Esto es debido a que muchos de los usuarios de dichos espacios son personas pertenecientes a grupos minoritarios o históricamente marginados. Autores como Van Dijk (1999) ayudan a comprender este fenómeno al explicar cómo, a pesar de que la prensa se ha encargado de exponer

abusos de poder y problemáticas sociales. “Se los ve poco «noticiables», salvo si son percibidos como causas de problemas o como responsables de crímenes, violencias o desviaciones. Se los invita, entrevista y cita menos, incluso en las noticias sobre ellos mismos.” (p. 34). Pero gracias al internet, dichos grupos han podido convertirse en los protagonistas de sus discursos.

En el caso de los autores de las piezas analizadas, se puede ver cómo optaron por hacer al “ecuatoriano promedio” y cómo este se desenvuelve dentro del nuevo contexto de pandemia, el foco principal del discurso. A veces el bueno, otras veces el malo, pero siempre está en contra de algún ente o grupo poderoso.

Sobre esta construcción de narrativas en páginas de memes, Anónimo (2021) comenta que el propósito por el que hacen esto es para que, no solo sus publicaciones generen likes o reacciones en Facebook, sino que buscan generar opiniones a partir de estas. Una voz. Así mismo, Vera (2022) afirma que los discursos publicados en línea, “(...) son muy accesibles y en general simples. Leo a alguien igual a mi. (...)”

#### 4.4.2. Función discursiva.

Según Van Dijk (2011) los discursos son herramientas con las que se producen, se reproducen y se estabilizan los saberes sociales a partir de la expresión de ideas, creencias, normas y valores. Los que luego sirven para orientar la acción humana. (citado por Pardo, 2012, p. 44). Para el análisis de las piezas, se lo interpreta como las intenciones o razones que el emisor tuvo al moldear el contenido del mensaje conforme a sus ideologías y experiencias, y luego lo comparte para que otras personas se puedan “nutrir” con el contenido implícito del meme.

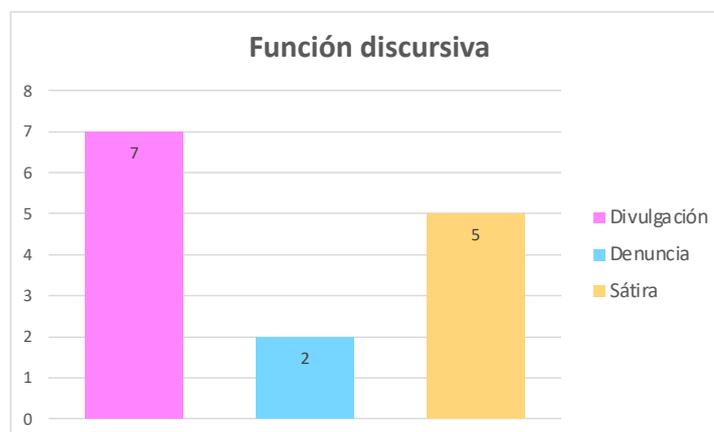


Imagen 72: Gráfico. Elaboración propia. *Conteo Función Discursiva.* (2022)

De acuerdo a lo que dice el gráfico, 7 de las 14 de las piezas analizadas indican que fueron creadas con motivo de divulgación. Algunos ejemplos de esto son los memes #7, #13 y #14. En el primer caso, hace referencia al rápido aumento de casos de Coronavirus, algo parecido sucede en la #13, la cual informa en cierto sentido las altas tasas de decesos fruto de la pandemia. Y en la última se comenta acerca del mal estado financiero en el que estaba el país.

La segunda función que más se repitió fue la de la “sátira”, ya que el principal motivo era ridiculizar a ciertos individuos o sucesos absurdos que sucedieron durante los primeros meses del 2020. Tal es el caso de la pieza #1 en la que se plantea una situación de contagio y deciden culpar a el ir comer comida a un restaurante chino. Otro ejemplo es la pieza #9 donde se especifica un escenario donde un transeúnte está escapando de la policía debido a que se acercaba o ya se había entrado en horario de toque de queda.

*Ecuadorians right now.*



Imagen 73: *Ejemplo. Ecuadorean Wave ㄹ-ㄹㄱ. Pieza #9 (2020)*

Y por último, hay 2 piezas cuya función fue clasificada como “denuncia”. Estas son la #2 y la #11, en la primera se plantea la idea de que los ecuatorianos están cansados de que cada y cuando aparezcan enfermedades que pongan en riesgo sus vidas ya que saben que el sistema de salud es terrible. Y en la segunda, se ilustra la poca capacidad de manejo que tiene el Estado ante las problemáticas de las urbes más grandes del país, en este caso, Guayaquil.

## El mmv que tuvo dengue, zika, ah1n1



Imagen 74: Ejemplos. Ecuadorean Wave  $\xi-\Delta\lambda$ . Pieza #2 y #11 (2020)

Después de haber enlistado y descrito los posibles propósitos con los que se crearon las 14 piezas analizadas, se pudo llegar a la conclusión de que todos y cada uno de los memes entran dentro del género periodístico de opinión denominado “Caricatura editorial”. Esto debido a que cumple lo descrito por Lloret (2008) quien lo define como una forma de comunicar la opinión de un medio acerca de sucesos de máxima actualidad a través de trazos y dibujos, las cuales pueden llegar a definir el perfil editorial de dicho medio. (citado por Jiménez, 2016, p.16) En este caso, se hace a través de fotogramas de películas, series, videojuegos y textos sencillos.

Ante el descubrimiento de la capacidad divulgativa y de denuncia encontrada en las piezas, López (2021) argumenta que los memes son 70% de gracia y un 30% un mensaje marcado, pero independientemente que el emisor quiera generarle gracia al receptor hay que tener en cuenta que existen ciertas cosas o aspectos que nos provoca gracia al igual que a las personas a las que se las compartimos, pero en ciertos casos no. Al final, el mensaje que este tenga va llegar a todo el mundo y va a crear una reacción dependiendo de la interpretación de la persona.

Esto también lo afirma Vera (2022) al decir que los memes no son solo burlas y gracia, sino que son gráficos ingeniosos que tienen la capacidad de advertir, ironizar o criticar cualquier tema de la actualidad, y que para nada son solo.

### 4.4.3. Elementos.

Este apartado está dividido en 4 subcategorías que condensan algunos de los aspectos generales analizados en las tablas anteriores mientras que se les añade un poco más de información.

#### 4.4.3.1. Objetos.

En esta subdivisión se sigue el mismo concepto acerca de lo que es la descripción formal de Cordero (2010) donde explica que esta se encarga de expresar términos de manera genérica, sin ninguna referencia al tema representado. (p.1) Solo que en vez de hacerlo elemento por elemento sin un orden en específico, se describe todo el contenido (incluyendo la situación que retrata) de la pieza en general.

Algunos ejemplos son:

*“Imagen editada de dos personajes de la serie Breaking Bad (Heisenberg y otro) como las 2 enfermedades con indicativos que los representan.” (pieza #4)*

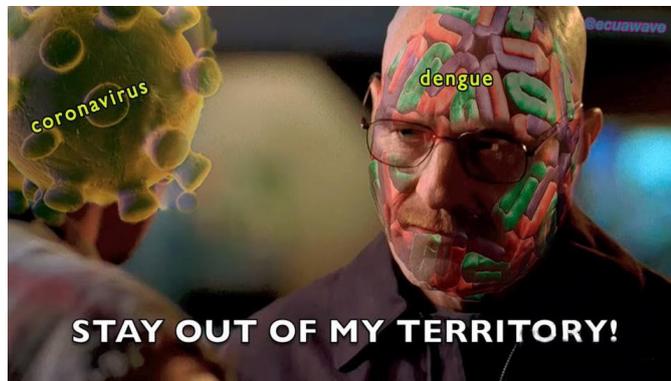


Imagen 75: Ejemplo. Ecuadorean Wave  $\Xi-\Lambda\lambda$ . Pieza #4 (2020)

*“Combinación de textos e imágenes de joven enmascarado que representa al Coronavirus, que luego es atropellado por un tren que representa el viejo dicho vivaracho.” (pieza #5)*

*“Combinación de textos e imágenes que representan el mal actuar de la ciudadanía ante las disposiciones para combatir el coronavirus.” (pieza #8)*

*“Combinación de textos e imágenes en el formato de publicación de Diario El Comercio para retratar lo malo de la situación del país.” (pieza 13)*



Imagen 76: Ejemplo. Ecuadorean Wave ミーhus. Pieza # 13 (2020)

#### 4.4.3.2. Tipos de enunciación.

Para este subapartado, se tomó en cuenta 2 aspectos: la primera es las formas de enunciación discursiva y los tipos de humor aplicado por el autor.

Los tipos de enunciación discursiva, de acuerdo con Mascioli (s.f) aparecen ‘’ cuando estamos en situación de producir o comprender un discurso que incluye más de una fuente de enunciación, disponemos de dos variantes básicas de integración (...): los estilos directo y estilo indirecto.’’ (s.p) El directo es una forma de reproducir un mensaje propio o de otra persona, citando textualmente lo que se ha dicho, por otro lado, la indirecta hace lo mismo pero interpretando o parafraseando lo dicho. (Portal Diferenciador, s.f)

De acuerdo con los resultados tras el análisis de las tablas, se pudo evidenciar que cada una de las tablas entra en la definición de estilo directo. Esto debido a que cada una de las piezas fueron creadas desde cero, es decir que es contenido de primera mano.

En cuanto los tipos de humor, se descubrió que todos 4 de las 5 categorías propuestas por Sánchez (2021) fueron aplicadas por el autor o autora de los memes analizados. Para explicar esto mejor, se realizó una tabla donde se chequea el uso de cada tipología.

**Tabla 7**

**Tipo de humor encontrado dentro de las piezas analizadas**

No. De Pieza	Blanco	Negro	Sátira	Verde	Gráfico
#1		X			X
#2				X	X
#3		X			X
#4			X		X
#5			X		X
#6		X			X
#7				X	X
#8			X		X
#9			X		X
#10			X		X
#11			X		X
#12			X		X
#13		X			X
#14			X		X

*Elaboración propia.*

Como se puede ver en la tabla, la única tipología que aplica a cada una de las piezas es la marcada como ‘‘humor gráfico’’. Esto debido a que todas son productos audiovisuales (una combinación de imágenes y texto publicada en internet). Todos estos elementos ayudan a la broma a contextualizarse dentro de un espacio virtual.

Otro aspecto que debe tomarse en cuenta es que, a pesar de que todas son clasificadas dentro de esta tipología, también pertenecen a alguna de las otras especificadas en la tabla. Esto se da porque una de las propiedades del ‘‘humor gráfico’’ es que contribuye a la manifestación estas otras dentro de la digitalidad.

La segunda tipología que más se repite es la ‘‘Sátira’’, con 8 piezas. Este tipo de humor busca principalmente hacer burla de una persona o situación, más que nada con motivos de crítica o protesta social. Por ejemplo en la pieza #8 donde se mofa del accionar ciudadano frente al pedido de cuarentena, o la #12 en donde se critica a una figura pública (Cynthia Viteri) y su rápida recuperación.

Algo que cabe mencionar en este caso es que el humor se da por la trasposición de sentidos o sinestesia, comparando situaciones o personajes similares varias veces y colocando en la tercero o cuarto lugar al personaje criticado. Ese choque de sentidos, contraste o produce el efecto comico.

## Personajes con habilidades de sanación sobrehumanas



Imagen 77: *Ejemplo.* Ecuadorean Wave ミーラス. Pieza # 13 (2020)

Después, le sigue el humor negro con 4 piezas. En este caso, se busca generar burlar sobre algo o que provoque dolor como una tragedia personal o social. Así como la violencia o desgracias del día a día. Tal es el caso de las piezas #6 y #13 donde se hacen alegorías a las muertes provocadas por el virus.

*Cuando te acuestas con una tos y despiertas en el discurso de Jaime Roldós Aguilera.*



Imagen 78: *Ejemplo.* Ecuadorean Wave ミーラス. Pieza #6 (2020)

Y por último está el humor verde con 2 piezas. En este se intenta provocar risas utilizando cualquier contenido que se considere obscena o de mal gusto como groserías, insultos o frases en doble sentido. Los dos únicos memes en esta categoría utilizaron insultos como ‘mmv’ o ‘chuchatumadre’, dos términos bien conocidos que son empleados para faltarle el respeto a un individuo.

El uso de estas lisuras o malas palabras son, al igual que el humor una especie de tamiz para blindar los mensajes, puesto que hacen que cualquier contenido ingrese sin escala directamente la psiquis del espectador, a manera de puente, o caballo de Troya.

### Coronavirus en Ecuador

Yesterday: 37 cases

Today: 58 cases



Imagen 79: Ejemplo. Ecuadorean Wave  $\Xi-\Delta\lambda$ . Pieza #13 (2020)

#### 4.4.3.3. Conceptos.

El portal EcuRed (s.f) dice que un concepto nace como una idea abstracta - construcción mental- que permite comprender las experiencias surgidas a partir de la interacción con el entorno y que, finalmente, se verbaliza’’

A partir de esta concepción, la idea se traduce en que los conceptos expresan conocimientos de objetos, hechos y fenómenos de la realidad., lo que se puede evidenciar en las tablas de cada una de las piezas. Esto debido a que después del desglose de los elementos de las otras matrices se llegó a construir o elaborar una idea a partir de la exposición de estas.

Algunos de las conceptualizaciones fueron:

‘‘Desconocimiento y que-me-importismo por parte de la población acerca de los síntomas y posibles consecuencias del Covid-19’’ (pieza #6)

‘‘Poca estabilidad sistémica ante una creciente crisis sanitaria.’’ (pieza #7)

‘‘Responsabilidad ciudadana acerca de medidas sobre el COVID-19’’ (pieza #8)

Guayaquil es el foco principal de los problemas relacionados con el COVID. (pieza #10)



Imagen 80 : *Ejemplo. Ecuadorean Wave* Ξ-Λλ . *Pieza #10. (2020)*

#### 4.4.3.4. Temas.

Para esta parte se tomó el concepto de Rincón (2006) sobre lo que él denomina ‘‘Filosofía Light’’ y su impacto en la comunicación contemporánea.

En resumen, este autor sostiene que esta corriente de pensamiento promueve la evasión de tópicos ‘‘muy densos’’ o que generen pesar en la mente del individuo. (p.65) Haciendo así que los medios utilicen esta filosofía como estrategia narrativa, haciendo uso de lo breve, el fragmento, cosas fugaces; para establecer una realidad instantánea pero efímera. Pero después de analizar las piezas, se pudo comprobar que el postulado de Rincón no se aplica en su totalidad.

Por ejemplo, si se refiere a los diferentes temas que se tratan dentro de los memes, se puede concluir que no son ‘‘banales’’ o ‘‘poco densos’’, ya que estos se centran en las problemáticas fruto de la aparición de una pandemia de la que se estaba poco preparado. Entre estas se encuentran:

- El mal manejo del sistema de salud. (#2)
- Preocupación social. (#6, #7, #9, #13, #14)
- Desobediencia y escepticismo social. (#5, #8, #12)
- Formas de discriminación (xenofobia y regionalismo) (#1, #3, #10 #11)

**Quando tu pana guayaco empieza a toser y no es por tanta H que se mete.**



Imagen 81 : *Ejemplo. Ecuadorean Wave* ㄷ-ㄴㅈ . *Pieza #3. (2020)*

Esto fundamentaría el testimonio como creador de memes que ya mencionado por Anónimo (2021), en el que explica cómo una de sus principales intenciones es generar opiniones y aportar en la formación de criterios a su audiencia.

Pero en donde sí acierta es en el aspecto de que, como estos temas son utilizados para la creación de memes, el impacto que tienen dentro el flujo comunicacional es efímero por la misma naturaleza del meme.

Aguirre (2021) sugiere que la razón por la que hoy en día se consume tanto contenido y tan rápido es gracias a la cultura de consumo, en especial el mediático. “Lo mismo le pasa a los memes, ya que estos son productos audiovisuales. Pero hay casos en los que el meme puede llegar a sobrevivir, dependiendo de las modificaciones que se le hagan.”

#### **4.5. ¿Qué cambia?.**

Para este último apartado del análisis de las piezas, se tuvo en cuenta el argumento de Esnal (2019), en el que afirma que más allá de traducción, el meme es de carácter global debido a que casi siempre son las mismas situaciones solo que en otros idiomas, pero hay otros que poseen elementos que hacen referencia a realidades concretas o bromas que sólo se entenderían en una localización determinada. (p. 3)

Explicado esto, se pudo identificar la presencia de elementos (gráficos y textuales) dentro de los memes que ayudaron a adaptar el mensaje/discurso para que pueda entrar dentro del contexto ecuatoriano.

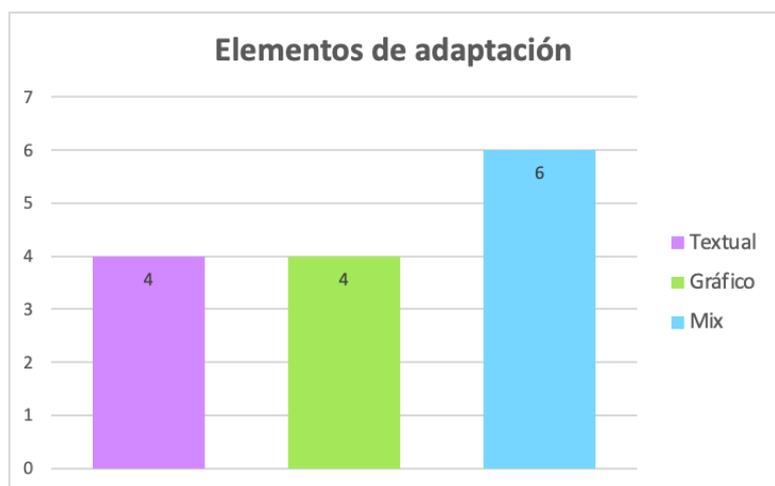


Imagen 81: *Gráfico. Elaboración propia. Conteo Elementos de Adaptación. (2022)*

Como muestra el diagrama, en 6 de las 14 piezas analizadas solo se utilizaron elementos textuales para lograr la adaptación. Entre estas se encuentran dichos como el ya mencionado “Arrecho nunca muere y si muere, muere arrecho” (#5), palabras alusivas a lugares como “chifa” (#1) para describir a una persona como “mmv” (#2) o de objetos como “H” (#3).

## El mmv que tuvo dengue, zika, ah1n1



Imagen 82: *Ejemplo. Ecuadorean Wave ミー入. Pieza #2 (2020)*

Luego le siguen los elementos gráficos y los “mixtos” con 4 piezas cada uno. En el primer caso, sólo se aplicaron elementos gráficos, siendo la bandera de Ecuador la que más se repetía. Esta era empleada más que nada para personificar al país a través de las acciones y situaciones en las que aparecían personajes de las imágenes. (piezas #8 y #11). Lo mismo ocurrió con la bandera de Guayaquil (#11) y hasta con entidades públicas como el Ministerio de Salud (#8).



Imagen 83: *Ejemplo. Ecuadorean Wave* め-ムス. *Pieza #8* (2020)

En cuanto a las piezas “mixtas”, como lo dice su nombre, utilizan tanto textuales como gráficos. Tal es el caso de la pieza #7 en la que se menciona a Ecuador y se utiliza la bandera en la cara de Michael Scott (The Office) para hacer aún más énfasis que se trata de este país, y está el plus de que se usa la frase “Parkour chuchatumadre”, un insulto muy presente en la jerga popular ecuatoriana. Pero el mejor ejemplo de esta mezcla es la pieza #13, donde se utiliza el formato de publicación de noticias digitales de un medio reconocido (El Comercio), y parte del texto de la primicia es la letra ‘F’, una referencia Call of Duty, y de fondo se colocan imágenes de la bandera ondeando y de unos sujetos cargando un ataúd de una víctima de Covid.

López (2021) considera que esta mixtura de referencias son fruto de un fenómeno llamado Glocacización. Este describe cómo una población, después de estar tan expuesta al “mundo exterior” debido a la globalización, ha adquirido o ha tomado como propios ciertos aspectos que vienen de afuera. Y es a partir de eso que la comprensión de los memes se hace de manera mucho más fácil, logrando un grado de “fusión cultural”.

Dicha fusión es parte de lo que autores Massucco (2014) y Shiftman (2014, citado por Gutierrez, 2019) llaman “referentes culturales”. Estos se consideran ideas compartidas aceptadas dentro de un grupo de personas, las cuales van evolucionando con el tiempo debido a la exposición a diferentes factores.

## 5. CONCLUSIONES

Después de haber llevado a cabo una extensa investigación para establecer las bases teóricas de este estudio sobre los memes de internet, para luego aplicarlas en un análisis del discurso y en entrevistas con expertos en el tema, se han llegado a las siguientes conclusiones:

- La naturaleza del discurso siempre va a ser la misma. Sea cual sea la plataforma en la que se difunda, va a existir un individuo que va a exponer sus ideas a otros sujetos con el fin de generar algún tipo de reacción en ellos. Pero las dinámicas de poder que caracterizan a los discursos expuestos en espacios físicos o en medios de comunicación tradicionales se transforman dentro de lo digital. Ya no son las élites, ni los grupos de poder quienes crean los discursos, sino el ciudadano común dentro de una plataforma *online*. Cada una de las piezas analizadas exponen cómo estos toman situaciones de su día a día y construyen discursos utilizando elementos que generan familiaridad con otros usuarios porque comparten lo mismo que ellos. Pero no hay que olvidar que estos tienen el potencial de convertirse en los nuevos discursos de poder.
- Las audiencias son cambiantes. A lo largo de la investigación se pudo ver cómo las audiencias pasaron de ser entes pasivos, que solo receptaban información, a ser actores activos dentro del proceso de la comunicación. Esto debido a que sus necesidades han ido cambiando de igual manera. Son ellos los que ahora deciden qué contenido quieren consumir, así como, cuándo y en qué formato verlo. Además que, gracias a las facilidades que ofrece el internet, la misma audiencia puede convertirse en productores y difusores de contenido, el cual puede llegar a ser replicado y llegar a tener un alcance a nivel global.
- El internet, junto a todas las herramientas que ofrece, ha aportado en el desarrollo individual y social de todos aquellos que tienen acceso a ellas. Al introducirse en estos espacios y empezar a interactuar con otros, los sujetos han aprendido y enseñado al mismo tiempo; han dejado marca de quiénes son y en qué se quieren convertir.
- Los memes son un nuevo tipo de pieza discursiva. En esta se expresan los gustos, preferencias e ideologías de los creadores, a través del uso de referencias a la cultura pop (series, películas, videojuegos, canciones, otros tipos de contenidos de internet, etc.), en forma de texto, videos, imágenes o sonidos con el fin de retratar situaciones o escenarios que rodean el tópico más relevante del momento, ya sea acerca de un evento

positivo como uno negativo. El discurso de los memes es rápido, light; puede ser reproducido por muchos, así como por muy pocos, por eso son muy escasos los que perduran en el imaginario virtual.

- Al analizar las piezas, se pudo comprobar que los elementos que definen los rasgos discursivos de la página Ecuadorean Wave  $\Xi-\Lambda\text{ス}$ , son las imágenes y los textos. Esto debido a que todos y cada uno fueron utilizados teniendo en cuenta las influencias culturales (personajes nacionales e internacionales), los factores sociolingüísticos (jergas, dichos generacionales, formas particulares de referirse a una o a un grupo de personas), y las experiencias compartidas (vivencias o situaciones que han afectado a la población de manera general). La unión de todos estos elementos, utilizando formatos de fácil comprensión para el autor y su audiencia, dieron paso a la exposición de ideologías, percepciones de poder y posible posición política: que se podrían resumir en: anti-sistema, en contra de la autoridad, discriminatoria, inconforme y que-me-importista; o también en “Este país, sus habitantes y quienes lo gobiernan, no saben lo que están haciendo y por eso estamos como estamos. Nunca vamos a cambiar.”
- La clasificación de los tipos de estructura de memes propuesta por Gabriel Pérez Salzar (2014a, 2017b) afirma que el discurso memético puede venir en cualquier formato. Ya sean caracteres, videos, imágenes en movimiento (gifs), o en el caso de la muestra escogida para el análisis, imágenes estáticas. Es decir, una composición visual de textos e ilustraciones que al juntarlas, se crea una figura totalmente nueva con una carga significativa original.
- El humor es más importante de lo que se piensa. Es gracias a esto que se ha podido sobrellevar un sin fin de situaciones, desde las menos hasta las más críticas, y los memes son una prueba de eso. Desde su popularización, estos han asumido el rol de “mecanismo de defensa”, ya que en cierto sentido, amortigua o crea un escudo ante la parte cruda de la realidad que alguien puede llegar a vivir.
- La identidad ecuatoriana es una construcción colectiva. Tanto dentro como fuera del internet, queda demostrado que la identidad ecuatoriana es más un sentimiento de pertenencia a un grupo de personas que comparten las mismas costumbres, tradiciones y experiencias más que el simple hecho de haber nacido en el mismo país. Pero esto no quita el hecho de que muchos de estos elementos compartidos sean negativos o que hagan ver mal a ciertos grupos poblacionales, o a ciertas figuras o entidades públicas.

- Los diferentes discursos en línea creados son una prueba de que los contextos sociales que existen dentro de un mismo espacio, locación o territorio son muy variados, incluso si todos son alrededor de un solo tema como el de la pandemia de Covid -19. Esto lleva a que los autores de dichos discursos utilicen diferentes componentes para formarlos, y con la exposición a productos audiovisuales de todo el mundo, que se vuelven mainstream, tienen opciones ilimitadas para seguir con la construcción. Al mismo tiempo, esto contribuye a la formación de la identidad online del usuario, a la imagen que quiere dar o la huella que quiere dejar en redes. Todo lo expuesto, permite la comprensión de la importancia del reconocimiento de los memes como una nueva herramienta comunicativa, la cual permite la interpretación de cada una de las realidades sociales dentro de Ecuador

## 6. RECOMENDACIONES

A continuación, se va a señalar algunos aspectos que posibles futuros investigadores deberían tener en cuenta si se plantean el realizar un estudio relacionado con este campo de la comunicación.

- Existe la posibilidad de que se realice un estudio enfocado o que incluya el impacto de la audiencia. Ya sea a nivel de métricas o para estudiar su papel dentro del proceso comunicativo del meme. Así mismo como los gifs, los emojis, o los populares stickers digitales; todos estos pueden ser objetos de estudios académicos serios.
- El tener interés por el valor comunicacional de los memes, gifs o stickers, es perfectamente válido, así también por el de las páginas que se encargan de su producción y distribución. Sí, es importante saber que uno de sus objetivos principales es entretener, pero estas piezas audiovisuales tienen muchas aristas. Se pueden realizar estudios e investigaciones desde cualquier otra de las ramas dentro del campo de la comunicación como: análisis de discurso y de contenido, la producción audiovisual, entre otras.
- También se puede utilizar este tipo de análisis para cualquier otro producto comunicacional publicado en un espacio digital, ya sea una cuenta institucional del Gobierno, de una marca o la cuenta personal de un sujeto de interés; independientemente del contenido que maneje. Hay que recordar que todo acto comunicativo puede llegar a ser un discurso si se lo revisa con detenimiento.
- Con base a los resultados, se les sugiere a los comunicadores el escoger temas relacionados con los estudios sociales, ya que ayuda a entender cómo se formó el ambiente en el que se desarrollan y en el que tendrán que desenvolverse, sea cual sea su campo de experticia dentro de la comunicación.
- Ya que pasaron dos años de la primera publicación seleccionada para este estudio, es más que probable que el discurso haya cambiado debido a que la situación de pandemia se ha ido desarrollando, y con ella, creando nuevas situaciones que requieren analizar, como también ha cambiado la síquis del receptor.
- Hay que tener en cuenta que no todos los memes publicados en redes sociales como Facebook, Twitter o Instagram son de libre creación. Hay muchas cuentas de medios

tradicionales y nativas digitales que publican memes de acuerdo al tópico noticioso que estén tratando, y es posible que estas apoyen el discurso de poder en vez de ser disruptivos ante ellos. Es otra área del análisis del discurso que debe ser tomada en cuenta.

- Cabe recalcar que la Ley Orgánica de Comunicación (LOC, 2013) reformada en 2019, regula ciertos contenidos digitales, en especial aquellos memes publicados por las ya explicadas cuentas oficiales de medios. Pero “esta ley no regula la información u opinión que de modo personal se emita a través de internet. Esta disposición no excluye las acciones penales o civiles a las que haya lugar por las infracciones a otras leyes que se cometan a través del internet”, es más, la palabra “meme” no figura en su redacción, tal vez aún muy trivial para ser considerada sancionable. ¿Discursos que ya que son parte de la expresión de la opinión pública? Tal vez tema de una futura investigación.

## REFERENCIAS

- Almeida, C. (2021). *Representación de las mujeres periodistas en los programas deportivos de señal abierta de Guayaquil, durante el periodo 2015 a 2020*. Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Guayaquil.
- Arango-Forero, G. (2013). *Comunicación digital: una propuesta de análisis desde el pensamiento complejo*. Universidad de La Sabana.
- Arias, O. (29 de noviembre de 2021). *Sobre memes, la identidad y la sociedad*. (M. S. Velázquez, Entrevistador)
- Ávila, E. (septiembre de 2020). *Los nuevos ecosistemas mediáticos y las nuevas narrativas: una oportunidad para el periodismo transmedia y crossmedia en Bolivia*. Punto Cero(40), 75-88.
- Ayala, V. (2017). *Análisis de la noticia y el reportaje de la cobertura de prensa en los Diarios El Telégrafo y Hoy sobre la inauguración del Aeropuerto de Quito*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito.
- Barroso, J, & Aguilar, S., (julio de 2015). *La triangulación de datos como estrategia en investigación educativa*. Revista de Medios y Educación(47), 73-88.
- Bello, D. (enero-junio de 2015). *Construcción de la realidad a través de los medios de comunicación: terrorismo islámico, intereses geopolíticos y criminalidad en la Triple Frontera del Paraná*. Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación, 13(26), 115-135.
- Bergson, H. (2011). *La risa. Ensayo sobre el significado de la comicidad*. Argentina: Ediciones Godot.
- Bonilla, D. (22 de julio de 2011). *La Pirámide Invertida*. Obtenido de Bonillaware.com: <https://www.bonillaware.com/piramide-invertida>
- Cabrera, M. d. (2009). *La Interactividad de las audiencias en entornos de Convergencia Digital*. Icono 14(15), 164-177.
- Cáceres, P. (2021). *Análisis del discurso regionalista en situaciones de tensión social en Ecuador: casos crisis del paro de octubre 2019 e inicios de la pandemia por Covid-19 en 2020*. Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Guayaquil.
- Cajal, A. (14 de marzo de 2019). *Los 10 Tipos de Humor Principales y sus Características*. Obtenido de Lifer: <https://www.lifer.com/tipos-de-humor/>

- Campana, G. (2015). *La cultura del entretenimiento en la televisión un análisis de caso de la popularidad y la recepción del programa showmatch*. Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador, Quito.
- Canela, A., & Moreno, M. T. (2009). *Identidad nacional: Planteamiento y evaluación de un modelo estructural*. Revista Obets, 19-30.
- Cárdenas Neira, C. (julio de 2014). *Representación de la acción política de los estudiantes chilenos: movilización de significados en redes sociales*. Última década (40), 57-84.
- Carvajal, G. (4 de noviembre de 2016). *Las Tres Liebres, el antiguo símbolo de oriente y occidente cuyo significado se desconoce*. Obtenido de La Brújula Verde: <https://www.labrujulaverde.com/2016/11/las-tres-liebres-el-antiguo-simbolo-de-oriente-y-occidente-cuyo-significado-se-desconoce>
- Castagno, L. (2013). *¿Memes sólo diversión?: el fenómeno de los memes de internet más allá de la humorada*. Universidad Nacional de Rosario, Rosario.
- Cazar, A. G. (2017). *Análisis sobre los derechos a la comunicación, ética y retos del periodismo en los medios nativos digitales ecuatorianos*. Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito, Quito.
- Celorio, G. (2019). Los memes, un producto comunicacional de visibilización y construcción de imaginarios políticos en el Ecuador. Caso de estudio: páginas de Facebook Crudo Ecuador y Soy Revolución, memes sobre la Consulta popular 2018. Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador, Quito.
- Cevallos, C., & Hernández, M. (2014). *La Comunicación como soporte de la terapia vivencial de Narcóticos Anónimos en el Centro "Caminando a la Libertad"*. Universidad Politécnica Salesiana de Quito, Quito.
- Cordero, L. (2010). *Protocolo para la descripción de obras visuales*. Colombia.
- CORDICOM. (2014). *Comunicar sin discriminar. Comunicación y Periodismo para la Igualdad*. El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación. FLACSO ANDES.
- Crossman, A. (9 de diciembre de 2019). *Sociological Definition of Popular Culture: The History and Genesis of Pop Culture*. Obtenido de ThoughtCo: <https://www.thoughtco.com/popular-culture-definition-3026453>
- Dawkins, R. (1976). *El Gen Egoísta*. Inglaterra: Oxford University Press.

- Del Castillo, M. J. (5 de mayo de 2021). *La cultura pop: ¿qué es y con qué se come?* Obtenido de MediaLab: <https://medialab.up.edu.mx/noticias/que-es-la-cultura-pop/>
- Delaney, T. (diciembre-noviembre de 2007). *Pop Culture: An Overview*. *Philosophy Now*, 64, 6-7. Obtenido de [https://www.pdcnet.org/philnow/content/philnow\\_2007\\_0064\\_0000\\_0006\\_0007](https://www.pdcnet.org/philnow/content/philnow_2007_0064_0000_0006_0007)
- Díaz-Bravo, L., Torruco-García, U., Martínez-Hernández, M., & Varela-Ruiz, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en Educación Médica*, 2(7), 162–167
- Diferenciador. (s.f). *Discurso directo e indirecto*. Obtenido de Diferenciador: <https://www.diferenciador.com/discurso-directo-e-indirecto/>
- Diferenciador. (s.f). *Método inductivo y deductivo*. Obtenido de Diferenciador: <https://www.diferenciador.com/diferencia-entre-metodo-inductivo-y-deductivo/>
- Donoso, M. (2004). *Ecuador: identidad o esquizofrenia*. Quito, Ecuador: Eskeletra.
- Du Preez, A., & Lombard, E. (2014). *The role of memes in the construction of Facebook personae*. 2014, University of Pretoria, Visual Arts.
- Ecuador en directo. (4 de junio de 2019). *El Guayaco Batracio, la historia del pionero en memes y tendencias del Ecuador*. Obtenido de Ecuador en Directo: <https://ecuadorendirecto.com/2019/06/04/el-guayaco-batracio-la-historia-del-pionero-en-memes-y-tendencias-del-ecuador/>
- Ecuadorean Wave 厄瓜多尔波浪. (s.f.). *Ecuadorean Wave 厄瓜多尔波浪*. Obtenido de Facebook: <https://www.facebook.com/ecuawave/>
- Esnal, A. (2019). *La traducción del humor en el mundo digital: Una aproximación a los memes de Internet*. Universidad Pontificia Comillas, Madrid.
- Espinosa, F. G., & Vargas, E. H. (2015). *Análisis crítico del discurso de los “memes” alusivos al debate sobre paramilitarismo (2014) del Congreso de la República de Colombia*. Universidad del Valle, Cali.
- Estrella, S. (2017). *Identidad en construcción, formas y texturas en movimiento*. Universidad San Francisco de Quito, Quito.
- Farinango, L. (2017). *COMUNICACIÓN DIGITAL Y MARCA PERSONAL: Las plataformas digitales y el uso estratégico por parte de los profesionales de*

- la comunicación digital; Social Media Manager y Community Manager en el posicionamiento de la marca personal digital*. Universidad Central del Ecuador, Quito.
- Flick, U. (2007). *Introducción a la investigación Cualitativa*. Madrid: Ediciones Morata .
- Folgueiras, P. (2016). *La Entrevista*. Universitat de Barcelona, Barcelona.
- Fortuny, I. (26 de mayo de 2017). 'El Jueves', 40 años de hilarante historia (de España) saliendo los miércoles. Obtenido de <https://www.elperiodico.com/es/extra/20170526/40-aniversario-revista-humor-el-jueves-6064045>
- Freud, S. (1960). *Obras Completas* (Vol. 8). Argentina: Amorrortu Editores.
- Ganchozo, C. (2018). *Análisis de reputación online del diario Expreso y El Telégrafo en la red social Facebook*. Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Guayaquil.
- González, A. (2007). *La sociología constructivista de Berger y Luckman como perspectiva para el estudio del turismo*. Universidad Iberoamericana Ciudad de México, Ciudad de México.
- González, A. (2017). *Decodificación, consumo y usos sociales del meme: estudio de recepción*. Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona.
- González, A., & Rendón, M. d. (2018). *Análisis del uso de etiquetas para la difusión de noticias locales en medios digitales: Caso #NosFaltan3*. Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Guayaquil.
- González, S. (2021). *Periodismo de datos y narrativas mediáticas acerca de temas de acoso sexual en la Universidad Central del Ecuador: análisis comunicacional entre la institución y los medios de comunicación (2018)*. Universidad Central del Ecuador, Quito.
- González-Núñez, R. (2019). *El meme político, la nueva caricatura política al alcance de todos*. Revista Legislativa de Estudios Sociales y de Opinión Pública, 12(26), 127-147.
- Guerrero, J. (2012). *Plan de Comunicación digital para el Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas (IECE)*. Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador, Quito.
- Gutiérrez, Á. (2019). *El uso estratégico del meme en comunicación política*. Universidad de Chile, Santiago de Chile.

- Gutiérrez, S. (enero de 2006). *Discurso político y argumentación*. Ciudad de México.
- Hallo, R. (2008). Análisis de calidad y costos del servicio de internet en el Ecuador para el año 2008. Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito .
- Henriquez, J. (2020). *Construcción de identidad a través de memes de internet en la comunidad Seguidores de la Grasa*. Universidad Nacional de Colombia, Bogotá
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación (6ª ed.)*. México: McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A.
- Hernández, S. (2008). El humor como estrategia y reflexión en la publicidad española (2007-2008). Universidad Politécnica de Valencia, Valencia.
- Hmong. (s.f). *Punch (Revista)*. Obtenido de HMong: [https://hmong.es/wiki/Punch\\_magazine](https://hmong.es/wiki/Punch_magazine)
- Jaramillo, A. (17 de mayo de 2014). El Día de la Internet se celebra en Ecuador. Obtenido de El Comercio: <https://www.elcomercio.com/tendencias/dia-de-internet-se-celebra.html>
- Jenkins, H. (11 de febrero de 2009). *If It Doesn't Spread, It's Dead (Part One): Media Viruses and Memes*. Obtenido de Confessions of an ACA-FAN: [http://henryjenkins.org/2009/02/if\\_it\\_doesnt\\_spread\\_its\\_dead\\_p.html](http://henryjenkins.org/2009/02/if_it_doesnt_spread_its_dead_p.html)
- Jiménez, D. (2016). Aproximación a la caricatura editorial en el periodo del presidente Rafael Correa Delgado. Universidad de Cuenca , Cuenca.
- Laguna, M. I. (2013). Estudio sobre el uso de Internet y sus aplicaciones en el alumnado de último año de carrera de la Universidad de Alicante. Universitat d' Alacant, Alicante.
- López, A. (2019). *Venezuela en memes: Aproximación a los memes como lenguaje que pretende reconstruir y comunicar la realidad venezolana*. Universidad Central de Venezuela, Caracas.
- López, H. (2016). *La semántica*. En J. Gutiérrez-Rexach, Enciclopedia de Lingüística Hispánica. Routledge.
- Magaña, E. (2017). *El Meme, medio de comunicación y expresión social en Facebook*. Universidad San Carlos de Guatemala, Guatemala.
- Martínez, C. (2015). *El ethos discursivo: valores, razones y emociones como efectos de discurso*. Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso, 15(2), 139-157.

- Martínez, J. (2019). *Análisis del uso de los memes en Facebook y su influencia socio cultural en los estudiantes de sexto semestre de la facultad de Comunicación Social*. Universidad de Guayaquil, Guayaquil.
- Mascioli, J. (s.f). *El estilo directo e indirecto* . Obtenido de [https://perio.unlp.edu.ar/grafica1/htmls/apuntescatedra/estilo\\_directo-indirecto.pdf](https://perio.unlp.edu.ar/grafica1/htmls/apuntescatedra/estilo_directo-indirecto.pdf)
- Massucco, J. (2014). *De la risa a los referentes compartidos*. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Medina, F. (Cuaderno de Pedagogía Universitaria, de 2018). *Los memes como discurso analizable en el aula*. Cuaderno de Pedagogía Universitaria,, 15(30), 12-21.
- Medina, G. (2019). *Análisis del Contenido en Redes Sociales (Twitter e Instagram) de los Clubes Emelec y Liga de Quito en la Segunda Etapa del Campeonato Ecuatoriano de Fútbol*. Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Guayaquil.
- Memoria Chilena. (s.f). Topaze . Obtenido de Memoria Chilena. Biblioteca Nacional de Chile: <http://www.memoriachilena.gob.cl/602/w3-article-3683.html>
- Meso-Ayerdi, K., Mendiguren-Galdospín, T., Pérez-Dasilva, J (2017). *Memes políticos difundidos por usuarios de Twitter. Análisis de la jornada electoral del 26 J de 2016*. El profesional de la información, 672-683.
- Meta. (s,f). *App de Facebook*. Obtenido de Meta: <https://about.facebook.com/ltam/technologies/facebook-app/>
- Miller, N. (1 de marzo de 2007). *Minifesto for a New Age*. Obtenido de Wired: <https://www.wired.com/2007/03/snackminifesto/>
- Molina, N. P. (2005). *¿Qué es el estado del arte?* Obtenido de Revista de Ciencia y Tecnología Salud Visual y ocular: <https://ciencia.lasalle.edu.co/svo/vol3/iss5/10/>
- Monroy, G. (2017). *Análisis de los parámetros de gestión del branding personal en los presentadores de noticias en el Ecuador y su relación a su huella digital, caso Andrés Jungbluth y Jorge Escobar en el 2017*. Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Guayaquil.
- Morales, A. (Revisora) (s.f). *Figuras Literarias*. Obtenido de Significados.com: <https://www.significados.com/figuras-literarias/>

- Morales, E. (30 de noviembre de 2014). *Funciones comunicativas*. Universitat de Barcelona: Diccionari de Lingüística: <http://www.ub.edu/diccionarilinguistica/print/6822>
- Moreno, E., & Lache, Y. (2020). *IMAGINARIOS SOBRE REDES SOCIALES Y SOCIALIZACIÓN EN NIÑOS Y NIÑAS DEL COLEGIO SORRENTO. ¿Qué tan social son las redes sociales?* Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Bogotá.
- Muñoz, C. (2014). *El meme como evolución de los medios de expresión social*. Universidad de Chile, Santiago.
- National Archives. (s.f). *Clifford K. Berryman Political Cartoon Collection*. Obtenido de National Archives: <https://www.archives.gov/legislative/research/special-collections/berryman>
- Nórtika. (7 de febrero de 2021). *Redes sociales más usadas en 2021*. Obtenido de Sitio Web de Nórtika: <https://nortika.mx/redes-sociales-mas-usadas/>
- Nuño, A. (25 de noviembre de 2021). *De Pulitzer a Hemingway: las rivalidades históricas más famosas*. Obtenido de Alma, Corazón y Vida: [https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2021-11-25/rivalidades-historicas-famosas-personajes\\_3329126/](https://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2021-11-25/rivalidades-historicas-famosas-personajes_3329126/)
- Orlando, J. (25 de julio de 2019). *A world without MAD Magazine*. Obtenido de The New Yorker: <https://www.newyorker.com/culture/culture-desk/a-world-without-mad-magazine>
- Otaola Olano, C. (1989). *El análisis del discurso: introducción teórica*. Epos: Revista de Filología, 81-97.
- Padilla, A. (abril de 2019). *La identidad ecuatoriana por oposición y ofensa. El olvido del mestizo*. Revista de Comunicación y Cultura(2), 124-135.
- Palma, H. L. (2015). *Semántica*. En J. G. Rexach, Enciclopedia de Lingüística Hispánica (Vol. 1, págs. 284-300). Routledge.
- Pardo, N. (Enero-Junio de 2012). *Análisis crítico del discurso: Conceptualización y desarrollo*. Cuadernos de Lingüística Hispánica(15), 41-62.
- Pastor, J. (11 de abril de 2020). *La historia de Dancing Baby, el meme viral que apareció cuando no había ni memes ni vídeos virales*. Obtenido de Xataka: <https://www.xataka.com/historia-tecnologica/historia-dancing-baby-meme-viral-que-aparecio-cuando-no-habia-memes-videos-virales>

- Pazmiño, P. (2010). *El impacto de las redes sociales y el internet en la formación de los jóvenes de la Universidad Politécnica Salesiana: Caso carrera de Comunicación Social Sede Quito*. Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito, Quito.
- Peralta, P. (2017). *Nuevas Narrativas Digitales del Periodismo Móvil: Análisis del canal de VICE en Snapchat Discover*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito.
- Periodismo.com. (18 de septiembre de 2019). *La revista Humor Registrado revive en formato digital*. Obtenido de Periodismo.com: <https://www.periodismo.com/2019/09/18/la-revista-humor-registrado-revive-en-formato-digital/>
- Portilla, M. (2014). *La situación de enunciación*. [Con]textos, 3(9), 43-52.
- Quesada, G. (2021). *Análisis del discurso de dos crónicas urbanas sobre el COVID-19 elaboradas por el periodista ecuatoriano Lenin Artieda*. Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Guayaquil.
- Quiroga, S. R. (1999). *CONSUMO Y CULTURA MEDIÁTICA*. III Encuentro de docentes e investigadores de la comunicación del MERCOSUR. EDICOM. Río Cuarto.
- RAE. (s.f). *Internet*. Obtenido de Real Academia Española: <https://dle.rae.es/internet>
- Revista de Filosofía. (2014). *Marcos García de la Huerta y Carlos Ruiz. Construcción de identidad, creación de sentido*. Santiago. Revista de Filosofía, 189-190.
- Revista Líderes. (26 de enero de 2015). *En 20 años, la telefonía móvil superó las expectativas*. Obtenido de Líderes: <https://www.revistalideres.ec/lideres/20-anos-telefonía-movil-supero.html>
- Reyes, C. (2016). *La Comunicación Digital y Las Herramientas Virtuales en la Universidad Técnica De Ambato (UTA)*. Universidad Técnica de Ambato, Ambato.
- Reyes, N. (2018). *El Lenguaje Contemporáneo: Entre Memes y Reacciones de Facebook*. Corporación Universitaria Minuto de Dios, Girardot.
- Ribeiro, A. M. (20 de enero de 2020). *Mándame memes: la memética y la cultura como discurso*. Obtenido de Elemental: <https://elemental.com/2020/01/20/mandame-memes-la-memetica-y-la-cultura-como-discurso/>
- Rincón, O. (2006). *Narrativas Mediáticas*. Barcelona, España: Gedisa.

- Rizo, M. (julio-diciembre de 2015). *Construcción de la realidad, Comunicación y vida cotidiana – Una aproximación a la obra de Thomas Luckmann*. INTERCOM-Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, 38(2), 19-38.
- Rodríguez, A. (12 de marzo de 2019). EcuaneX fue la primera entidad en proveer Internet en Ecuador . Obtenido de El Comercio: <https://www.elcomercio.com/guaifai/ecuador-cibernautas-ecuanex-internet-proveedor.html>
- Rodríguez, A. (2018). *Memes de Internet y comunicación en las redes sociales digitales. Una mirada desde el diseño*. Universidad Nacional de Colombia.
- Rodríguez, D. (2013). *Memecracia. Los virales que nos gobiernan* (Vol. 1). Barcelona, España: Grupo Planeta.
- Rodríguez, J., & Chicaiza, M. (2018). *Memes políticos y opinión pública en jóvenes que usan la red social Facebook*. Universidad Técnica de Cotopaxi, Latacunga.
- Romero, D. (11 de abril de 2017). Viralidad: ¿Qué es en el marketing y cómo sacarle provecho? Inboundcycle: <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/viralidad-marketing-como-sacarle-provecho>
- Romero, M. (2016). *LOS MEMES POLÍTICOS DEL FACEBOOK EN LAS CAMPAÑAS POLÍTICAS PARA LA ALCALDÍA DE QUITO 2014 CASO “CRUDO ECUADOR”*: Análisis del humor político en las redes sociales. Universidad Central del Ecuador, Quito.
- Rosales, J. D. (2021). *Caracterización de la estrategia discursiva de la Alcaldía de Guayaquil en redes sociales. Análisis de la crisis de mayo del 2021*. Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Guayaquil.
- Rosero Sánchez, E. W. (2015). *MEMES: Comunicación e identidad, análisis comunicacional de los memes de Crudo Ecuador como representación de la identidad ecuatoriana*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador Facultad de Comunicación, Lingüística y Literatura Escuela de Comunicación., Quito.
- Rowan, D. (2 de Enero de 2014). *How BuzzFeed mastered social sharing to become a media giant for a new era*. Obtenido de Wired: <https://www.wired.co.uk/article/buzzfeed>

- Salazar, G. P. (2014). *El Meme en redes sociales: Prácticas culturales de replicación en línea*. En S. F. Guevara, *Redes sociales digitales: nuevas prácticas para la construcción cultural* (págs. 113-131). México.
- Salazar, G. P. (2017). *El meme en Internet. Identidad y usos sociales. El meme en Internet. Identidad y usos sociales* (págs. 15-68). Fontamara, México: Universidad Autónoma de Coahuila.
- Sánchez, N. (2021). *Youtubers ecuatorianos: El uso del lenguaje y su vínculo con la narrativa audiovisual en torno a tópicos informativos*. Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Guayaquil.
- Santander, P. (2011). *Por qué y cómo hacer Análisis de Discurso. Cinta moebio*(41), 207-224.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona, España: Gedisa, S.A.
- Segado-Boj, F., Díaz-Campo, J., & Soria, M. (2015). *La viralidad de las noticias en Facebook; Factores determinantes*. Telos, Cuadernos de Comunicación e Innovación, 100, 153-160.
- Serrano, J. (2016). *El uso de la lengua en los chistes. Ejemplificación de la Teoría de Freud*. Estudios Humanísticos. Filología 38, 195-222.
- Serrano-Puche, J. (2013). *La expresión de la identidad en la sociedad digital: una aproximación teórica a las redes sociales*. Universidad de Navarra.
- Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949). *The Mathematical theory of communication*. University of Illinois.
- Sierra, B., & Silva, A. (2019). *Comunicación Digital: Diseño de un plan de comunicación para el marketing de Momba Fitness*. Universidad Autónoma de Bucaramanga, Bucaramanga.
- Sola-Morales, S. (2020). *Humor en tiempos de pandemia. Análisis de memes digitales sobre la COVID-19*. Revista de Estudios de Comunicación "Zer", 33-58.
- Soruco, P. (2013). *Análisis del discurso del diario "La Razón", en el marco de la promulgación de la ley 045 contra el racismo y toda forma de discriminación*. Universidad Mayor de San Andrés, La Paz.
- Suárez, C. (2015). *Análisis de los imaginarios sociales-políticos como influencia al proceso y desarrollo de la comunicación entre los estudiantes de 4to año de la carrera de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil*. Universidad de Guayaquil, Guayaquil.

- Thompson, J. B. (1993). *Ideología y cultura moderna: Teoría Crítica social en la era de la comunicación de masas*. Xochimilco, México: México: UAM Xochimilco.
- Thompson, J. B. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. (J. C. Delgado, Trad.) España: Paidós Ibérica, S.A.
- Tovar-Vera, R., & Guanoquiza-Iza, C. (2014). *El signo lingüístico y sus concepciones teóricas*. Universidad Técnica de Cotopaxi, Latacunga.
- Tusa, F. (2017). *La Construcción de la identidad y las narrativas híbridas. Estudio de caso: Revista Digital Links in the Chain del Colectivo Nativos Digitales con una Causa*. Universidad Austral de la Argentina, Buenos Aires.
- UNAM. (2-4 de octubre de 2018). *Investigación bibliográfica. Seminario: Introducción a la metodología de investigación*. México.
- Valarezo, M., & Llivichuzca, D. (2015). *Las redes sociales como nueva opción de promoción de las microempresas en la ciudad de Cuenca*. Cuenca.
- Van Dijk, T. (1996). *Análisis del discurso ideológico*. Versión(6), 15-43.
- Van Dijk, T. (septiembre-octubre de 1999). *El análisis crítico del discurso*. *Anthropos*, 23-36.
- Van Dijk, T. (1994). *Discurso, poder y cognición social*. Cátedra UNESCO.
- Velasco, J. J. (23 de enero de 2015). *Pancho Jaime fue nuestro Charlie Hebdo*. Obtenido de Plan V: <https://www.planv.com.ec/historias/sociedad/pancho-jaime-fue-nuestro-charlie-hebdo>
- Vera, J. Á., & Valenzuela, J. (mayo-agosto de 2012). *El Concepto de Identidad como recurso para el estudio de transiciones*. *Psicología & Sociedade*, 24(2), 272-282.
- Villava, T. (2021). *La Comunicación y el modelo de Lasswell, Análisis de la vigencia de la Aguja Hipodérmica en tiempos actuales*. Unidad Politécnica Salesiana Sede Quito, Quito.
- Yáñez, R. (2010). *La Construcción Social de la Realidad: la posición de Peter l. Berger y Thomas Luckmann*. *Ars Boni et Aequi*, 6(2), 289-304.

## ANEXOS

### Análisis de piezas

#### Meme #1

Tabla #1

<b>Fuente</b>	Ecuadorean Wave ミームス
<b>Fecha de publicación</b>	22 de enero de 2020
<b>Origen del meme</b>	Videojuego - Silent Hill 2
<b>Tipo de meme</b>	Imagen Macro
<b>Tipo de Chiste</b>	Chistes nacionales o del humor nacional:
<b>Texto contextualizador</b>	“Fue al chifa y le dio coronavirus”
<b>Contexto</b>	Los ciudadanos creían que, por tener contacto con algo relacionado con China, se contagiaran de COVID.
<b>Imagen</b>	

Tabla #2

Componente	Descripción Formal	Rol estructural	Semántica	Función comunicativa
<b>Texto principal:</b> Fue al... y le dio coronavirus	Texto de color amarillo con bordes negros, escrito en tipo sans serif, cursiva.  Está sobrepuesto en	Título/ Ilustrativo	Da contexto al contenido de la imagen.  FL: Descripción	Textualiza la situación.  Al estar escrito en la parte de debajo de la pieza, hace que se convierta en un texto de

	la imagen.  Muy parecido a los subtítulos de una película.			acompañamiento
<b>Subtexto:</b> “chifa”	Texto tipo sans serif, de color negro sobre fondo blanco.  Posiblemente sobrepuesto delante de otra palabra.	Texto/ Sátira	Da contexto al contenido de la imagen.  Sataniza un espacio público (un restaurante), que se considera como agradable y seguro de estar.  FL: Sinécdoque	El texto complementa a la imagen.  Al estar escrito en la parte de debajo de la pieza, hace que se convierta en un texto de acompañamiento, además de “cover up” del texto original.
<b>Imagen principal:</b> James Sunderland junto a su moribunda esposa, Mary Shepherd.	Fotograma de un señor (James Sunderland) sentado frente a una cama donde está acostada una mujer (Mary Shepherd) que se ve muy enferma.	Fotografía/ Ilustrativo	Quiero ilustrar las posibles consecuencias después de tener contacto con alguien o algo procedente de Asia.  FL: Alegoría	Ayuda a ambientar la situación.
<b>Marca de auditoría de Ecuatorian Wave</b> ミームズ	Texto tipo marca de agua color celeste con bordes fucsia neón. Escrito en cursiva con una arroba al principio de la palabra.	Créditos	Determina la autoría de la pieza gráfica.  También genera una identidad con el trabajo realizado por el mismo autor.  FL: No existe	Permite identificar al creador, publicador o dueño del meme atribuyéndole auditoría.  También los invita a buscarlos en redes.

Tabla #3

Componente	Marcas Sociales	Marcas de estilo	Valores ideológicos	Perfil del enunciador
<b>Texto principal:</b> “Fue al... y le dio coronavirus”	Alude a esta costumbre de culpar al otro por lo que está sucediendo.	Hace uso de un tipo y tamaño de letra que genera énfasis e impacto del mensaje. Además de que es claro y fácil de leer.  También demuestra el manejo del lenguaje, pero obvia el uso de signos de puntuación.	Cree que el contagio del virus depende del lugar en el que haya estado y con quienes haya interactuado.	Esta persona demuestra ser un conocedor de conceptos generales de edición y diseño (estética, espacio, simetría, distribución, etc.) Así como que ha tenido acceso a la tecnología para consumir contenidos e interpretarlos a su gusto.
<b>Sobre-texto:</b> “chifa”	Los chifas son locales muy conocidos donde se consume comida <i>streetfood</i> de china. El consumo de este tipo de comida casi siempre se le atribuye a la gente de clase media o baja.	El uso de la franja blanca funciona como “cover up” o corrector de la posible palabra debajo de la nueva. Se busca potenciar el texto con el fondo blanco del texto.  También demuestra el manejo del lenguaje.	Asegura que el virus está en el país por culpa de los ciudadanos asiáticos, más específicamente los procedentes de China.  También que este lugar es el culpable de que “el pueblo” se haya contagiado tan.	Esta persona también muestra que no sabe nada de lo que estaba pasando y se dejaba llevar por la corriente de pensar que todos los asiáticos, y en especial los chinos eran los culpables de que el virus haya llegado al país. Razón por la que hay que evitarlos.
<b>Imagen principal:</b> James Sunderland junto a su moribunda esposa, Mary Shepherd.	Sabe que la relación entre estos dos personajes es muy importante y su reacción ante el sufrimiento	El autor es fan del videojuego o está relacionado con la temática de este.  Es graciosa	Se puede percibir cierta discriminación xenofobia por parte del autor, ya que el mensaje emitido es propenso a caer	También demuestra que está al tanto acerca de la

	que Sunderland siente ante la posibilidad de perder a su esposa.	debido a la edición bien básica, la imagen es de mala calidad, y plantea una situación absurda, pero bien clara	en discurso de odio al hablar así del “otro”.	temática y ha asumido una posición frente a ella, optando por el humor como recurso para afrontar los problemas presentados durante la emergencia sanitaria que vive el Ecuador.
<b>Marca de auditoría de Ecuadorian Wave</b> ≡ 一△ズ	Señala propiedad intelectual y derechos de autor sobre la imagen.	El empleo de la marca sirve para ser identificado y como publicidad de la página.	Es consciente del sistema de producción y diseño profesional, y copyright.	

**Tabla #4**

Discurso	Función discursiva	Elementos	¿Qué cambia?
Se sabe poco acerca del virus a inicios de la pandemia. Y se están intentando buscar un culpable al otro por el mal que estaba llegando al país.	Imagen como herramienta de burla de la actitud de los ecuatorianos sobre la presencia y contacto con los migrantes o descendientes de asiáticos/chinos en el país.  Si aplica al género de opinión “Carticatura editorial”, ya que está presentando una situación actual desde el punto de vista de la página, a través de elementos gráficos.	<b>Objetos:</b> Unión de una imagen con 2 personajes (Silent Hill 2) y un texto que aluden a una pareja afectada por la enfermedad	Al añadir la palabra “chifa”, la referencia se hace automáticamente e reconocible para un ecuatoriano debido que es un tipo de restaurante en donde la mayoría ha sido comensal en algún momento de su vida.
		<b>Tipo de enunciación:</b> Directa, humor negro/gráfico.	
		<b>Concepto:</b> Retrato un posible contagio de coronavirus en los primeros días de la pandemia.	
		<b>Temas:</b> Virus recién llegado, discriminación y xenofobia, incertidumbre colectiva.	

## Meme #2

Tabla #1

<b>Fuente</b>	Ecuadorean Wave ミームス
<b>Fecha de publicación</b>	29 de febrero de 2020
<b>Origen del meme</b>	Videojuego - GTA San Andreas
<b>Tipo de meme</b>	Imágenes adyacentes a textos
<b>Tipo de Chiste</b>	Chistes culturales-institucionales
<b>Texto contextualizador</b>	“El mmv que tuvo dengue, zika, ah1n1...”
<b>Contexto</b>	Hay ciudadanos que están cansados de enfermarse con cada epidemia nueva que llega al país.
<b>Imagen</b>	<p>El mmv que tuvo dengue, zika, ah1n1</p> 

Tabla #2

Componente	Descripción Formal	Rol estructural	Semántica	Función comunicativa
<b>Texto principal</b> ‘El mmv que tuvo dengue, zika y ah1n1’	<p>Texto de color negro escrito con letra tipo serif en un fondo blanco.</p> <p>Escrito en inglés.</p>	Título/ Sátira	<p>Ayuda a dar contexto a la imagen de abajo.</p> <p>FL: Descripción</p>	<p>El texto complementa a la imagen dándole sentido al discurso.</p> <p>Al encontrarse en el encabezado, esta ancla la lectura principal con la del resto de la imagen.</p> <p>Es como un hilo</p>

				conductor entre los elementos dentro de la pieza.
<b>Imagen principal</b> Carl Johnson de (GTA) caminando por un barrio peligroso.	Fotograma de una partida del videojuego Grand Theft Auto (GTA) San Andreas en donde el protagonista (Johnson) camina por un callejón.	Fotografía/ Ilustrativa	Ilustra una comparación entre alguien que se enferma fácilmente y el largo camino que le esperaba al país y a sus ciudadanos debido a la llegada de este nuevo virus.  FL: Alegoría	Da seguimiento a lo que dice el encabezado.
<b>Subtexto:</b> “Ah shit, here we go again”	Texto de color blanco con bordes negros. Escrito en cursiva con letra tipo sans serif.	Texto/ Ilustrativo	Denota una respuesta de rechazo de alguien que se enferma fácilmente, independiente mente del virus que esté circulando por el aire.  FL: Apóstrofe	Al estar escrito abajo, se convierte en un texto de acompañamiento del título.
<b>Marca de auditoría de Ecuadorian Wave</b> ≡ ー△ズ	Texto tipo marca de agua color celeste con bordes fucsia neón. Escrito en cursiva con una arroba al principio de la palabra.	Créditos	Determina la autoría de la pieza gráfica. También genera una identidad con el trabajo realizado por el mismo autor.  FL: No Existe	Permite identificar al creador, publicador o dueño del meme atribuyéndole auditoría.  También los invita a buscarlos en redes.

**Tabla #3**

Componente	Marcas Sociales	Marcas de estilo	Valores ideológicos	Perfil del enunciador
<b>Texto principal</b> ‘El mmv que tuvo dengue, zika y ahln1’’	Hace referencia a otras enfermedades que están presentes en el imaginario colectivo del país.	<p>Recurre a un tipo de letra legible.</p> <p>Demuestra un buen dominio del lenguaje al saber comunicar el enunciado de manera sencilla y ordenada.</p> <p>Así mismo, se puede evidenciar que conoce acerca de la jerga coloquial ecuatoriana y el uso de los acrónimos para ciertas expresiones.</p>	<p>Se burla de aquellos que son propensos a sufrir de las enfermedades que llegan al país.</p> <p>Y está cansado de estar sujeto a estas enfermedades</p>	<p>Esta persona demuestra ser un conocedor de conceptos generales de edición y diseño (estética, espacio, simetría, distribución, etc.) Así como que ha tenido acceso a la tecnología para consumir contenidos e interpretarlos a su gusto.</p> <p>Demuestra que está informado de la temática y ha asumido una posición frente a ella, optando por el humor como recurso para afrontar los problemas presentados durante la emergencia sanitaria que vive el Ecuador.</p> <p>También demuestra cansancio por parte de una parte de la población que es más susceptible a</p>
<b>Imagen principal</b> Carl Johnson caminando por un barrio peligroso.	Está al tanto de que este personaje y el juego en sí es uno de los favoritos entre los fanáticos de la saga de GTA y la comunidad gamer en general.	<p>El autor es fan del videojuego o está relacionado con la temática de este.</p> <p>Utiliza una edición bien básica, pero de muy mala calidad, pero plantea la situación de manera clara.</p>	Los ecuatorianos han recorrido un largo camino lleno de tragedias y enfermedades como para que llegue otra y haga sus atrocidades.	
<b>Subtexto:</b> ‘‘Ah shit, here we go	Denota la actitud ante la presentación	La elección de esa parte del diálogo del	El grupo poblacional es que es	

again”	de más y más de salud en el país.  Se considera todo lo que está colocado en la parte de debajo de una imagen como un diálogo.	personaje, junto a las características del texto demuestra la capacidad de enunciar el mensaje de la manera que desea y que sea percibido de esa manera.  Además de que es claro y fácil de leer. También demuestra el manejo del lenguaje nacional (español) y extranjero (inglés)	susceptible a las enfermedades está cansado de enfermarse y por eso ya no acepta la presencia de esa enfermedad, pero deben abstenerse ya que está fuera de su control.	las enfermedades estacionales, o en este caso el de otra epidemia proveniente del extranjero. Con el trasfondo también de que las autoridades de salud no siempre tienen la solución a estas afecciones a la salud.
<b>Marca de auditoría de Ecuadorian Wave</b> ミー ムズ	Señala propiedad intelectual y derechos de autor sobre la imagen.	El empleo de la marca sirve para ser identificado y como publicidad de la página.	Es consciente del sistema de producción y diseño profesional, y copyright.	

**Tabla #4**

Discurso	Función discursiva	Elementos	¿Qué cambia?
Hay un pueblo que está harto de estar sujeto a mal funcionamiento del sistema de salud poco preventivo y que obliga a los ciudadanos a pasar por estas para “coger	Imagen como herramienta de denuncia sobre cómo el pueblo ecuatoriano está harto de estar expuesto a enfermedades poco controlables.	<b>Objetos:</b> Unión de textos e imagen de un personaje (Carl Johnson) retratando una situación satirizada dentro del nuevo contexto pandemia.	El uso de referencias a enfermedades que han dejado estragos (a diferentes niveles) dentro del territorio ecuatoriano a lo largo de los años.
	Si aplica al género de opinión “Carticatura	<b>Tipo de enunciación:</b> Directa, humor	

anticuerpos” cuando de por si, las defensas de estos son malas.	editorial”, ya que está presentando una situación actual desde el punto de vista de la página, a través de elementos gráficos.	verde/gráfico.
		<b>Concepto:</b> El sistema inmunológico de los ciudadanos no siempre es el mejor para combatir enfermedades
		<b>Temas:</b> Riesgos en la salud de la población frente a la pandemia, poco control de la salud, antecedentes de crisis sanitarias en el país.

### Meme #3

#### Tabla #1

<b>Fuente</b>	Ecuadorean Wave めームス
<b>Fecha de publicación</b>	29 de febrero 2020
<b>Origen del meme</b>	Película - New Jack City
<b>Tipo de meme</b>	Imágenes adyacentes a textos
<b>Tipo de Chiste</b>	Chistes no verbales
<b>Texto contextualizador</b>	“Cuando tu pana guayaco se pone a toser y no es por tanta H que se mete.”
<b>Contexto</b>	El pánico sobre la posible presencia del virus en el país era grande y cualquiera podría estar contagiado.
<b>Imagen</b>	<p><i>Quando tu pana guayaco empieza a toser y no es por tanta H que se mete.</i></p> 

Tabla #2

Componente	Descripción Formal	Rol estructural	Semántica	Función comunicativa
<p><b>Texto principal:</b>            “Cuando tu pana guayaco se pone a toser y no es por tanta H que se mete.”</p>	<p>Texto de color negro escrito con letra tipo sans serif en un fondo blanco.</p>	<p>Título/            Sátira</p>	<p>Ayuda a dar contexto a la imagen de abajo.</p> <p>FL:            Descripción</p>	<p>El texto complementa a la imagen dándole sentido al discurso.</p> <p>Al encontrarse en el encabezado, esta ancla la lectura principal con la del resto de la imagen.</p> <p>Es como un hilo conductor entre los elementos dentro de la pieza.</p>
<p><b>Imagen principal:</b>            Nino Brown apuntando a alguien mientras llora.</p>	<p>Fotograma de un señor (Nino Brown) apuntando a un personaje mientras lo mira hastiando y llora por lo que debe hacer.</p>	<p>Fotografía/            Ilustrativa</p>	<p>Su función es de graficar una posible reacción de alguien que nota posibles síntomas de Covid, y como no hay cura, eliminarlos es la única solución</p> <p>FL: Alegoría</p>	<p>Da seguimiento al encabezado.</p>

<b>Marca de auditoría de Ecuadorian Wave</b> $\Xi$ $\text{—}\Delta$ $\text{ズ}$	<p>Texto tipo marca de agua color celeste con bordes fucsia neón.</p> <p>Escrito en cursiva con una arroba al principio de la palabra.</p>	<p>Créditos</p>	<p>Determina la autoría de la pieza gráfica.</p> <p>También genera una identidad con el trabajo realizado por el mismo autor.</p> <p>FL: ?</p>	<p>Permite identificar al creador, publicador o dueño del meme atribuyéndole auditoría.</p> <p>También los invita a buscarlos en redes.</p>
--	--	-----------------	--	---

**Tabla #3**

Componente	Marcas Sociales	Marcas de estilo	Valores ideológicos	Perfil del enunciador
<p><b>Texto principal:</b>            “Cuando tu pana guayaco se pone a toser y no es por tanta H que se mete.”</p>	<p>También es consciente de los estereotipos históricos acerca de los Guayaquileños o de aquellos que viven en otras localidades de la provincia del Guayas.</p>	<p>Recurre a un tipo de letra legible. Demuestra un buen dominio del lenguaje al saber comunicar el enunciado de manera sencilla y ordenada.</p> <p>Sabe utilizar la jerga urbana utilizada en barrios humildes de la Costa</p>	<p>El autor debió haber sido expuesto a comentarios o representaciones acerca de los estereotipos que se tienen de los “Guayacos”, (vagos, poco escrupulosos) lo que lo llevó a considerar que la única solución era eliminarlos.</p>	<p>Esta persona demuestra ser un conocedor de conceptos generales de edición y diseño (estética, espacio, simetría, distribución, etc.) Así como que ha tenido acceso a la tecnología para consumir contenidos e interpretarlos a su gusto.</p> <p>Demuestra que está informado de la temática y ha asumido una posición frente a ella, optando por el humor como recurso para afrontar</p>
<p><b>Imagen principal:</b>            Nino Brown apuntando a alguien mientras</p>	<p>Sabe de la carga sentimental que rodea este fotograma, y por ende de</p>	<p>Este fotograma es perfecto para retratar las absurdas decisiones que se toman en</p>	<p>Es posible que el autor haya sido criado en un hogar donde la idea de eliminar lo que</p>	

<p>llora.</p>	<p>esta escena de la película.</p> <p>También hace alusión al dicho "matar o morir", reconocido y justificado por el tipo de violencia que se vive en las grandes urbes del país.</p>	<p>momentos de pánico.</p> <p>Utiliza una edición bien básica, pero de muy mala calidad, pero plantea la situación de manera clara.</p>	<p>"no sirve" o lo que "hace daño" de alguna manera violenta, a pesar de que le cueste tomar estas decisiones.</p>	<p>los problemas presentados durante la emergencia sanitaria que vive el Ecuador.</p> <p>Esta persona demuestra ser un conocedor de conceptos generales de edición y</p>
<p><b>Marca de auditoría de Ecuadorian Wave</b> </p>	<p>Señala propiedad intelectual y derechos de autor sobre la imagen.</p>	<p>El empleo de la marca sirve para ser identificado y como publicidad de la página.</p>	<p>Es consciente del sistema de producción y diseño profesional, y copyright.</p> <p>FL: No Existe</p>	<p>diseño (estética, espacio, simetría, distribución, etc.) Así como que ha tenido acceso a la tecnología para consumir contenidos e interpretarlos a su gusto.</p> <p>Existen tres posibles perfiles para este autor: La primera es que haya sido criado dentro de un hogar con mentalidad algo cerrada y poco humanitaria, ya que prefiere deshacerse de todo lo que no le es productivo en su vida, en vez de ayudar a aquellos que lo</p>

			<p>necesiten. Junto a esto viene la ya mencionada exposición a estereotipos regionales que lo alejan de ‘los otros’.</p> <p>El segundo perfil puede ser que haya crecido en una familia ‘cinéfila’, ya que utiliza como referencia películas de culto para reflejar su realidad</p> <p>Y la tercera es una combinación de ambas.</p>
--	--	--	--

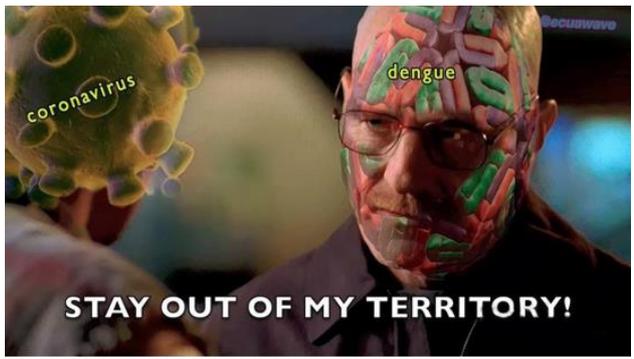
**Tabla #4**

Discurso	Función discursiva	Elementos	¿Qué cambia?
<p>La violencia y la toma de medidas extremas por su seguridad, sin pensar en el bienestar del otro.</p> <p>Además del poco carácter humanitario que se puede tener hacia un grupo</p>	<p>Imagen como herramienta de divulgación sobre cómo la población no sabe reaccionar ante casos sin confirmar de coronavirus.</p> <p>Si aplica al género de opinión ‘Carticatura editorial’, ya que está presentando una situación actual</p>	<p><b>Objetos:</b> Unión de texto e imagen de un personaje (Nino Brown) retratando las intenciones que muchos ecuatorianos tenían acerca de sus compatriotas del Guayas.</p> <p><b>Tipo de enunciación:</b> Directa, humor negro/gráfico.</p>	<p>Se utilizan palabras como ‘pana’ y ‘guayaco’ que son ecuatorianismos bien reconocibles.</p> <p>También se hace uso de la letra ‘H’ como referencia a una</p>

de personas en necesidad.	desde el punto de vista de la página, a través de elementos gráficos.	<b>Concepto:</b> Toma de decisiones extremas ante un posible caso de COVID.	droga que es muy popular en la costa, más que nada en Guayas.
		<b>Temas:</b> Estereotipos, desconocimiento sobre qué hacer ante un caso de COVID, violencia entre regiones.	

#### Meme #4

Tabla #1

<b>Fuente</b>	Ecuadorean Wave ミームス
<b>Fecha de publicación</b>	2 de marzo de 2020
<b>Origen del meme</b>	Serie – Breaking Bad
<b>Tipo de meme</b>	Imagen Macro
<b>Tipo de Chiste</b>	Cultural-institucional
<b>Texto contextualizador</b>	“Stay away from my territory!”
<b>Contexto</b>	Llegada del Covid-19 durante la época invernal (de Dengue)
<b>Imagen</b>	

**Tabla #2**

Componente	Descripción Formal	Rol estructural	Semántica	Función comunicativa
<p><b>Texto principal</b>                      ‘‘Stay out from my territory’’</p>	<p>Texto de color blanco escrito en mayúsculas, negrita y con letra tipo sans serif sobrepuesto en la imagen.</p> <p>Muy parecido a los subtítulos de una película.</p> <p>Tiene solo un signo de exclamación.</p> <p>Escrito en inglés</p>	<p>Título/                      Ilustrativo</p>	<p>Da contexto al contenido de la imagen editada.</p> <p>En cierto sentido es gracioso porque indica la invasión del territorio del Dengue por parte del Covid.</p> <p>FL: Apóstrofe</p>	<p>El texto complementa a la imagen.</p> <p>Al estar escrito en la parte de debajo de la pieza, hace que se convierta en un texto de acompañamiento.</p> <p>Además, que la posición del texto lo hace parecer subtítulo. Como si las dos enfermedades hablaran entre sí.</p>
<p><b>Imagen general</b>                      Foto de Heisenberg y un sujeto de espaldas personificando al Covid-19 y el Dengue.</p>	<p>Fotograma de un señor (Walter White aka. Heisenberg) viendo a un sujeto a quien no se le ve la cara de forma seria y/o enojada.</p> <p>La edición hace que cada uno represente a una enfermedad (Covid y Dengue)</p>	<p>Fotomontaje /Sátira</p>	<p>Quiere ilustrar de manera fácil y divertida esta pseudo competencia que existía entre el Covid-19 y el Dengue para ver quién cobraba más víctimas durante la época de invierno.</p> <p>Más aún por la rapidez de contagio que tiene una en comparación con la otra.</p> <p>FL: Alegoría</p>	<p>Ayuda a ambientar la situación.</p>

<p><b>Subtexto 1</b> “Dengue”</p>	<p>Texto de color amarillo con bordes negros sobrepuesto en la imagen. Escrito en negrita con letra tipo sans serif.</p>	<p>Texto/ Ilustrativo</p>	<p>Ilustra de manera textual la presencia de una enfermedad tropical y estacional que afecta a muchas personas año a año.</p> <p>FL: Personificación</p>	<p>Ayuda a distinguir cuáles son las enfermedades que está representando.</p>
<p><b>Subtexto 2</b> “Coronavirus”</p>	<p>Texto de color amarillo con bordes negros sobrepuesto en la imagen. Escrito en negrita con letra tipo sans serif.</p>	<p>Texto/ Ilustrativo</p>	<p>Ilustra de manera textual la presencia de una enfermedad nueva y desconocida que entra a un país por primera vez. A la vez, puede hacer alusión a la velocidad en la que esta se esparce.</p> <p>FL: Personificación</p>	<p>Ayuda a distinguir cuáles son las enfermedades que está representando.</p>
<p><b>Marca de auditoría de Ecuadorian Wave</b> ≡ ー△ズ</p>	<p>Texto tipo marca de agua color celeste con bordes fucsia neón.</p> <p>Escrito en cursiva con una arroba al principio de la palabra.</p>	<p>Créditos</p>	<p>Determina la autoría de la pieza gráfica.</p> <p>También genera una identidad con el trabajo realizado por el mismo autor.</p> <p>FL: No Existe</p>	<p>Permite identificar al creador, publicador o dueño del meme atribuyéndole auditoría.</p> <p>También los invita a buscarlos en redes.</p>

**Tabla #3**

Componente	Marcas Sociales	Marcas de estilo	Valores ideológicos	Perfil del enunciador
<p><b>Texto principal</b>                      ‘‘Stay away from my territory’’</p>	<p>Está acostumbrado a lo que ya conoce. No quiere que existan cambios en su espacio.</p> <p>Se considera todo lo que está colocado en la parte de debajo de una imagen como un diálogo.</p>	<p>Hace uso de un tipo y tamaño de letra que genera énfasis e impacto del mensaje.</p> <p>Además de que es claro y fácil de leer. También demuestra el manejo del lenguaje nacional (español) y extranjero (inglés)</p>	<p>Le gusta mantener el orden de las cosas en su vida. Sin nada nuevo que se le presente.</p> <p>Pareciera que el autor preferiría al Dengue sobre el Coronavirus, prefiere ‘‘lo suyo’’ en vez de lo que viene de afuera.</p> <p>Lo desconocido debe ser temido ya que no se sabe las consecuencias de su presencia.</p>	<p>Esta persona demuestra ser un conocedor de conceptos generales de edición y diseño (estética, espacio, simetría, distribución, etc.) Así como que ha tenido acceso a la tecnología para consumir contenidos e interpretarlos a su gusto.</p> <p>También es posible que el autor haya sido testigo de los efectos del dengue dentro del país.</p>
<p><b>Imagen general</b>                      Foto del personaje Heisenberg y un sujeto de espaldas personificando al Covid-19 y el Dengue.</p>	<p>Es consciente del respeto y admiración que el público en general tiene por Heisenberg en comparación con el otro personaje.</p>	<p>El autor es fan de la serie o está relacionado con la temática de este o de esta escena en específico.</p> <p>Utiliza una edición bien básica, pero de muy mala calidad, pero plantea la situación de</p>	<p>Es consciente de cómo funcionan las relaciones de poder.</p> <p>Además, se puede percibir cierto nacionalismo a lo exagerado debido a que no acepta la presencia de una</p>	<p>Demuestra que está informado de la temática y ha asumido una posición frente a ella, optando por el humor como recurso para afrontar los problemas presentados durante la emergencia sanitaria que vive el Ecuador.</p>

		manera clara.	enfermedad extranjera.
<b>Subtexto 1</b> “Dengue”	El dengue es una enfermedad que ha estado presente en Ecuador desde hace muchos años.	Hace uso de un tipo y tamaño de letra básico y fácil de leer. También demuestra el manejo del lenguaje a pesar de que está todo escrito en minúscula. Se busca potenciar el texto con el color del texto.	Sabe de la presencia de la enfermedad en el país, además de lo señala como el “dueño del territorio” o el que tiene más reconocimiento en hasta ese momento de la historia del país y quien es el nuevo en el lugar.
<b>Subtexto 2</b> “Coronavirus”	Es una nueva enfermedad que ha hecho mucho daño en otros países.  Hasta entonces no se conocía mucho acerca de las consecuencias de este.	Hace uso de un tipo y tamaño de letra básico y fácil de leer. También demuestra el manejo del lenguaje a pesar de que está todo escrito en minúscula. Se busca potenciar el texto con el color del texto.	Sabe de la presencia de la enfermedad en el país, además de lo señala como el “dueño del territorio” o el que tiene más reconocimiento en hasta ese momento de la historia del país y quien es el nuevo en el lugar.
<b>Marca de auditoría de Ecuadorian Wave</b> $\Xi - \Delta$ ズ	Señala propiedad intelectual y derechos de autor sobre la imagen.	El empleo de la marca sirve para ser identificado y como publicidad de la página.	Es consciente del sistema de producción y diseño profesional, y copyright.

**Tabla #4**

Discurso	Función discursiva	Elementos	¿Qué cambia?
<p>Hay que hacerle frente a una enfermedad desconocida que está arrasando con la población de un país poco preparado para enfrentar un virus como el Coronavirus. Así, apaciguando un poco la situación, ya que, cómo tenemos enfermedades que pueden llegar a ser igual de mortales y aún así hemos podido salir adelante.</p>	<p>Imagen como herramienta de divulgación sobre la llegada del Covid a Ecuador.</p> <p>Si aplica al género de opinión “Carticatura editorial”, ya que está presentando una situación actual desde el punto de vista de la página, a través de elementos gráficos.</p>	<p><b>Objetos:</b> Imagen editada de dos personajes de la serie Breaking Bad (Heisenberg y otro) como las 2 enfermedades con indicativos que los representan.</p>	<p>Para la adaptación, se añade a la plantilla original, los montajes de estas dos enfermedades en las caras de una serie extranjera.</p> <p>Así mismo, se menciona una enfermedad “característica” de nuestro país y la compara con este nuevo virus que venía de afuera.</p>
		<p><b>Tipo de enunciación:</b> Directa, humor satírico/gráfico.</p>	
		<p><b>Concepto:</b> Disputa entre el Covid y el Coronavirus para ver quien mata a más gente.</p>	
		<p><b>Temas:</b> Enfermedades desconocidas en un país poco preparado que ya es afectado por otras, aún más en la época de invierno.</p>	

**Meme #5**

**Tabla #1**

<b>Fuente</b>	Ecuadorean Wave ミームス
<b>Fecha de publicación</b>	14 de marzo de 2020
<b>Origen del meme</b>	Película - Spider-Man: Far from Home
<b>Tipo de meme</b>	Imágenes secuenciales(micro-historietas)
<b>Tipo de Chiste</b>	Chistes nacionales y sentido del humor nacional
<b>Texto contextualizador</b>	“Arrecho nunca muere y si muere, muere arrecho”
<b>Contexto</b>	Los ciudadanos están intentando hacerle frente al virus.



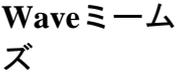
Tabla #2

Componente	Descripción Formal	Rol estructural	Semántica	Función comunicativa
<b>Imagen 1</b> Fotograma de Spiderman utilizando un traje improvisado parado en una vía del tren personificand o al Coronavirus.	Fotograma de Peter Parker aka. Spiderman utilizando un traje improvisado mientras está parado en las vías de un tren y viendo a un lado para ver si viene algo. Con un sobre-texto encima.  Atrás tiene una señal de tránsito encima de unas rejas que dividen las vías con una zona forestal.	Fotografía/ Ilustrativa	Representa lo poco perturbada que está el coronavirus, pero al mismo tiempo se muestra alerta a las posibles acciones contra ella.  FL: Alegoría	Ayuda a crear el ambiente para la elaboración del discurso del meme.
<b>Texto 1</b> "Coronavirus"	Texto de color blanco con bordes negros sobrepuesto en la imagen. Escrito en	Texto/ Ilustrativo	Ilustra de manera textual la presencia del virus dentro del país.	Da contexto a la situación representada en la imagen.  Sirve como

	negrita con letra tipo sans serif.		FL: Personificación	etiqueta de identificación del personaje dentro de la situación.
<b>Imagen 2</b> Spiderman siendo atropellado por un tren que representa el dicho coloquial.	Fotograma de Peter Parker aka. Spiderman, siendo atropellado por un tren (Con un sobretexto encima) mientras utilizando un traje improvisado	Fotografía/ Ilustrativa	Representa la “viveza criolla” parte de la población ecuatoriana al hacer frente a situaciones difíciles. FL: Alegoría	Ayuda a crear el ambiente para la elaboración del discurso del meme.
<b>Texto 2</b> “Arrecho nunca muere y si muere, muere arrecho”	Texto de color blanco con bordes negros sobrepuesto en la imagen.  Escrito en negrita con letra tipo sans serif.	Texto/ sátira	Ilustra de manera textual la actitud que muchos tienen al momento de enfrentarse a algo.  FL: Personificación y Retruécano	Da contexto a la situación representada en la imagen.  Al mismo tiempo sirve como identificación de un personaje para separarlo del entorno.
<b>Marca de auditoría de Ecuatorian Wave</b> ミームズ	Texto tipo marca de agua color celeste con bordes fucsia neón.  Escrito con una arroba al principio de la palabra.	Créditos	Determina la autoría de la pieza gráfica.  También genera una identidad con el trabajo realizado por el mismo autor.  FL: No existe	Permite identificar al creador, publicador o dueño del meme atribuyéndole auditoría.  También los invita a buscarlos en redes.

**Tabla #3**

<b>Componente</b>	<b>Marcas Sociales</b>	<b>Marcas de estilo</b>	<b>Valores ideológicos</b>	<b>Perfil del enunciador</b>
<b>Imagen 1</b> Spiderman utilizando un traje improvisado parado en una vía del tren viendo hacia un lado.	El autor está consciente de la importancia de este fotograma debido a que muestra el antes de una acción que va a afectar mucho al personaje de Spiderman en la película y en las que vienen.	El autor es fan de la película o está relacionado con la temática de esta dentro del MCU.  Utiliza una edición bien básica, pero de muy buena calidad, pero plantea la situación de manera clara.	Sabe que el país está lleno de problemas graves en el país, y que casi siempre se opta por dejarlo hacer y no perturbar las para no crear más problemas	Esta persona demuestra ser un conocedor de conceptos generales de edición y diseño (estética, espacio, simetría, distribución, etc.) Así como que ha tenido acceso a la tecnología para consumir contenidos e interpretarlos a su gusto.
<b>Texto 1</b> “Coronavirus”	Es una nueva enfermedad que ha hecho mucho daño en otros países.  Hasta entonces no se conocía mucho acerca de las consecuencias de este.	Hace uso de un tipo y tamaño de letra básico y fácil de leer. También demuestra el manejo del lenguaje a pesar de que está todo escrito en minúscula. Se busca potenciar el texto con el color del texto.	Sabe de la presencia de la enfermedad en el país, además de lo señala como el “dueño del territorio” o el que tiene más reconocimiento en hasta ese momento de la historia del país y quien es el nuevo en el lugar.	Se podría decir que el autor es parte de ese grupo poblacional que vive su vida basada en lo que se conoce cómo "viveza criolla". Qué pretende hacerle frente a una enfermedad obviando la de su día a día y seguir con su vida de manera normal. Su estrategia para enfrentar al coronavirus es ignorándolo.
<b>Imagen 2</b> Spiderman siendo atropellado por un tren que representa el dicho coloquial.	Parecido a la imagen anterior, el autor está al tanto de que está fotograma representa el después o la causa por la	El autor es fan de la película o está relacionado con la temática de esta dentro del MCU.  Utiliza una edición bien	Cuando un problema se presenta hay que ir con todo coma sin importar lo que pueda pasar coma hay que combatir a toda costa lo que le	

	que las futuras acciones cometidas por Spiderman van a ser justificadas.	básica, pero de muy buena calidad, pero plantea la situación de manera clara.	hace daño a la población.	Demuestra que está informado de la temática y ha asumido una posición frente a ella, optando por el humor como recurso para afrontar los problemas presentados durante la emergencia sanitaria que vive el Ecuador.
<b>Texto 2</b> "Arrecho nunca muere y si muere, muere arrecho"	También tiene presente los dichos generacionales que ocupan un lugar importante en el imaginario colectivo	Hace uso de un tipo y tamaño de letra básico y fácil de leer.  También demuestra el manejo del lenguaje a pesar de que está todo escrito en minúscula. Se busca potenciar el texto con el color del texto.  Sabe manejar con intención estos dichos nacionales dentro de cada situación que se quiera retratar.	El ecuatoriano es conocido por hacerle frente a las situaciones difíciles desde un punto de vista indiferente, qué toma decisiones, desde un marco de intereses personales, por eso obra sin pensar en el resto	
<b>Marca de auditoría de Ecuadorian Wave</b> 	Señala propiedad intelectual y derechos de autor sobre la imagen.	El empleo de la marca sirve para ser identificado y como publicidad de la página.	Es consciente del sistema de producción y diseño profesional, y copyright.	

**Tabla #4**

Discurso	Función discursiva	Elementos	¿Qué cambia?
Una nueva realidad se está imponiendo ante el ecuatoriano debido a la presencia del coronavirus en el país.	Imagen como herramienta de burla que representa el ahínco del pueblo de querer vivir tranquilamente a pesar de la presencia del virus.	<b>Objetos:</b> Combinación de textos e imágenes de joven enmascarado que representa al Coronavirus, que luego es atropellado por un tren que representa el viejo dicho vivaracho.	El uso de la frase “Arrecho nunca muere y si muere, muere arrecho” permite establecer el contexto en el que el meme se ha creado, ya que se podría decir que no hay frase más ecuatoriana que esa.
Lo invita a seguir con su vida normal, sin importar que esté propenso a contagiarse.	Si aplica al género de opinión “Carticatura editorial”, ya que está presentando una situación actual desde el punto de vista de la página, a través de elementos gráficos.	<b>Tipo de enunciación:</b> Directa, humor satírico/ gráfico.	
		<b>Concepto:</b> Enfrentamiento entre el Coronavirus vs. la actitud de la población para sobrellevar situaciones de extrema gravedad.	
		<b>Temas:</b> Despreocupación, viveza criolla, riesgos a la salud, minimización del Coronavirus.	

**Meme #6**

**Tabla #1**

<b>Fuente</b>	Ecuadorean Wave ミームス
<b>Fecha de publicación</b>	16 de marzo de 2020
<b>Origen del meme</b>	Video viral - Drake jumps in crowd & mosh at Travis Scott in Portland, Oregon!
<b>Tipo de meme</b>	Imagen adyacente a texto
<b>Tipo de Chiste</b>	Chistes nacionales y sentido del humor nacional

<b>Texto contextualizador</b>	“Cuando te acuestas con una tos y despiertas en el discurso de Jaime Roldós Aguilera”
<b>Contexto</b>	Nadie sabe si está contagiado o solo es una gripe normal.
<b>Imagen</b>	<p style="text-align: center;"><i>Quando te acuestas con una tos y despiertas en el discurso de Jaime Roldós Aguilera.</i></p> <hr/>

**Tabla #2**

<b>Componente</b>	<b>Descripción Formal</b>	<b>Rol estructural</b>	<b>Semántica</b>	<b>Función comunicativa</b>
<b>Texto principal</b> “Cuando te acuestas con una tos y te despiertas en el discurso de Jaime Roldós Aguilera”	<p>Texto de color negro escrito en cursiva con letra tipo sans serif en un fondo blanco.</p> <p>Está dividido de las imágenes por una línea</p>	Título/ Ilustrativo	<p>Plantea el contexto que se le dará a las imágenes de abajo.</p> <p>FL: Descripción</p>	<p>El texto complementa a la imagen dándole sentido al discurso.</p> <p>Al encontrarse en el encabezado, esta ancla la lectura principal con la del resto de la imagen.</p> <p>Es como un hilo conductor entre los elementos dentro de la pieza.</p>
<b>Imagen 1</b> Imagen del último discurso del expresidente Jaime Roldós Aguilera.	Fotograma de un video que muestra al expresidente Jaime Roldós Aguilera	Fotografía/ Ilustrativa	Ayuda a ilustrar a un sujeto (persona, animal o cosa) como fuente de	Da seguimiento a lo que dice el encabezado.

	<p>leyendo lo que dicen unos papeles en un micrófono.</p> <p>Atrás de él hay un uniformado y más atrás un gran grupo de personas.</p>		<p>admiración para las masas.</p> <p>FL: Descripción</p>	
<p><b>Subtexto 1:</b> “ ¡Este Ecuador amazónico, desde siempre y hasta siempre!”</p>	<p>Texto de color amarillo con bordes negros.</p> <p>Escrito en cursiva con letra tipo sans serif.</p> <p>Muy parecido a los subtítulos de una película. Tiene los signos de exclamación muy separados.</p>	<p>Texto/ Ilustrativo</p>	<p>Ilustra de manera textual la importancia del discurso original del personaje en la imagen dentro del meme.</p> <p>FL: Apóstrofe</p>	<p>Da seguimiento a lo que dice el encabezado.</p>
<p><b>Imagen 2:</b> Imagen del cantante canadiense Drake.</p>	<p>Fotograma extraído de un video fanático en un concierto y donde sale un artista de alguien (Drake en medio de un concierto y un mosh pit) aturdido el cual posteriormente fue editado, agregándole ese efecto de imagen y las luces en los ojos.</p>	<p>Fotografía/ Sátira</p>	<p>Propone una visión satírica acerca de la confusión que gran parte de la población del Ecuador siente acerca de los síntomas del Covid-19. Ya que lo confunden con cosas tan simples como la tos.</p> <p>FL:Alegoría</p>	<p>Da seguimiento al encabezado.</p>

<p><b>Subtexto 2:</b> “Agradecido con el COVID 19”</p>	<p>Texto de color blanco con bordes negros. Escrito en cursiva con letra tipo sans serif.</p>	<p>Texto/Sátira</p>	<p>Satiriza la posible reacción de una persona que a pesar de haber muerto por causa del Covid-19, se siente agradecido.</p> <p>FL: Apóstrofe</p>	<p>Da seguimiento a lo que dice el encabezado.</p>
<p><b>Marca de auditoría de Ecuadorean Wave</b> </p>	<p>Texto tipo marca de agua color celeste con bordes fucsia neón. Escrito en cursiva con una arroba al principio de la palabra.</p>	<p>Créditos</p>	<p>Determina la autoría de la pieza gráfica.</p> <p>También genera una identidad con el trabajo realizado por el mismo autor.</p> <p>FL: No Existe</p>	<p>Permite identificar al creador, publicador o dueño del meme atribuyéndole auditoría.</p> <p>También los invita a buscarlos en redes.</p>

**Tabla #3**

<b>Componente</b>	<b>Marcas Sociales</b>	<b>Marcas de estilo</b>	<b>Valores ideológicos</b>	<b>Perfil del enunciador</b>
<p><b>Texto principal</b>                      ‘‘Cuando te acuestas con una tos y te despiertas en el discurso de Jaime Roldós Aguilera’’</p>	<p>Está al tanto de los personajes importantes de la historia del Ecuador Aquellos que han marcado el país en ciertos sentidos.</p>	<p>Recurre a un tipo de letra legible.                      Demuestra un buen dominio del lenguaje al saber comunicar el enunciado de manera sencilla y ordenada.</p> <p>La posición del titular denota un carácter profesional en la distribución de los elementos.</p>	<p>Denota las ansias de compartir con uno de los grandes de la política ecuatoriana</p>	<p>Esta persona demuestra ser un conocedor de conceptos generales de edición y diseño (estética, espacio, simetría, distribución, etc.) Así como que ha tenido acceso a la tecnología para consumir contenidos e interpretarlos a su gusto.                      Se puede decir que el autor de esta pieza es alguien que siempre mira el lado positivo de las cosas. Esto se puede ver en el uso de referencias positivas (uno de los presidentes más recordados por los</p>
<p><b>Imagen 1</b>                      Imagen del último discurso del expresidente Jaime Roldós Aguilera.</p>	<p>Sabe acerca de la admiración hacia esta figura por parte de la población ecuatoriana.</p>	<p>El autor es conocedor de la historia contemporánea del país.</p> <p>Remasteriza una imagen una vieja imagen conocida por el pueblo.</p>	<p>Indica cierto respeto o hasta una posible admiración hacia el exmandatario por su ejercicio en el poder.</p>	<p>siempre mira el lado positivo de las cosas. Esto se puede ver en el uso de referencias positivas (uno de los presidentes más recordados por los</p>

<p><b>Subtexto 1:</b> “ ¡Este Ecuador amazónico, desde siempre y hasta siempre!”</p>	<p>Esta frase ha quedado marcada en la mente de los ecuatorianos por las últimas 3 generaciones.</p> <p>Se considera todo lo que está colocado en la parte de debajo de una imagen como un diálogo.</p>	<p>La elección de esa parte del discurso junto a las características del texto demuestra la capacidad de enunciar el mensaje de la manera que desea y que sea percibido de esa manera.</p> <p>Sigue la línea de expresiones escritas acuñadas o popularizadas por los usuarios de internet Ecuador.</p>	<p>Está muy orgulloso de ser ecuatoriano por la grandeza que el país pudo y puede alcanzar.</p>	<p>ecuatorianos y la euforia de un concierto) a pesar de que se esté usando un contexto trágico o poco gentil con la psicología de las personas. También demuestra que está informado de la temática y ha asumido una posición frente a ella, optando por el humor como recurso para afrontar los problemas presentados durante la emergencia sanitaria que vive el Ecuador.</p>
<p><b>Imagen 2:</b> Imagen del cantante canadiense Drake.</p>	<p>La primera reacción ante algo inesperado suele ser la sorpresa.</p> <p>Sabe de la viralidad y la adaptabilidad de este clip de video.</p>	<p>Está al tanto de los videos virales de YouTube y otras plataformas online.</p> <p>Utiliza una edición bien básica, pero de muy mala calidad, pero plantea la situación de manera clara.</p>	<p>Esta imagen ayuda a ilustrar la ya mencionada incertidumbre y confusión (y algo de emoción) que tienen los ciudadanos acerca del coronavirus</p>	
<p><b>Subtexto 2:</b> “Agradecido con el COVID 19”</p>	<p>A veces las peores situaciones son las que hacen relucir el positivismo tan</p>	<p>Recurre a un tipo de letra legible. Demuestra un buen dominio del lenguaje al saber</p>	<p>Indica el conocidísimo y característico que-me-importismo de muchas personas. Más</p>	

	<p>característico del ecuatoriano.</p> <p>Se considera todo lo que está colocado en la parte de debajo de una imagen como un diálogo.</p>	<p>comunicar el enunciado de manera sencilla y ordenada.</p> <p>Sigue la línea de expresiones escritas acuñadas o popularizadas por los usuarios de internet en Latinoamérica.</p>	<p>de la generación Z.</p>
<p><b>Marca de auditoría de Ecuadorean Wave</b> ≡ —△ズ</p>	<p>Señala propiedad intelectual y derechos de autor sobre la imagen.</p>	<p>El empleo de la marca sirve para ser identificado y como publicidad de la página.</p>	<p>Es consciente del sistema de producción y diseño profesional, y copyright.</p>

**Tabla #4**

Discurso	Función discursiva	Elementos	¿Qué cambia?
<p>Los ecuatorianos no les prestan mucha atención a cosas importantes, en este caso posibles síntomas de una enfermedad que era poco controlable en esa época.</p> <p>Y en cambio, se conforman (o hasta agradecen) con las consecuencias de un hecho que esta</p>	<p>Imagen cómo herramienta de burla acerca de la de las personas ante la posibilidad de haber perecido de coronavirus.</p> <p>Si aplica al género de opinión “Carticatura editorial”, ya que está presentando una situación actual desde el punto de vista de la página, a través de elementos gráficos.</p>	<p><b>Objetos:</b> Unión de texto con 2 personajes reconocibles de la cultura pop (Roldós y Drake) retratando una situación satirizada dentro del contexto pandemia.</p> <p><b>Tipo de enunciación:</b> Directa, humor negro/gráfico.</p> <p><b>Concepto:</b> Desconocimiento y que-me-importismo por parte de la población acerca de los síntomas y posibles</p>	<p>Para la semblanza de este meme, se añade un personaje de la cultura pop nacional y una de las frases más icónicas de la historia contemporánea del país.</p>

		consecuencias del Covid-19
		<b>Temas:</b> Riesgos en la salud de la población frente a la pandemia, incertidumbre debido a un virus desconocido y no saber cómo controlarlo.

### Meme #7

### Tabla #1

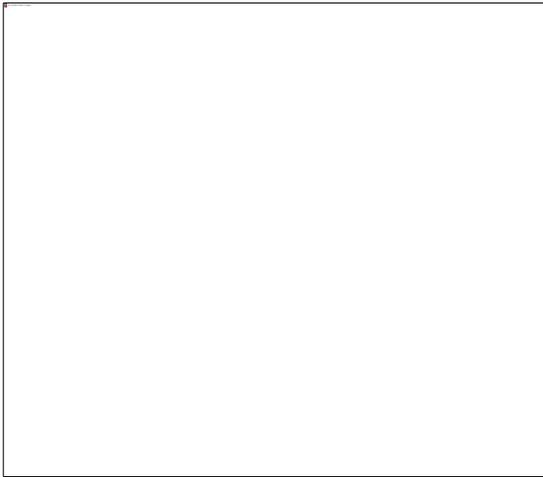
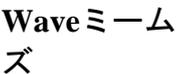
<b>Fuente</b>	Ecuadorean Wave ミームス
<b>Fecha de publicación</b>	16 de marzo de 2020
<b>Origen del meme</b>	Serie - The Office US
<b>Tipo de meme</b>	Imagen adyacente a texto
<b>Tipo de Chiste</b>	Chistes culturales-institucionales
<b>Texto contextualizador</b>	‘‘Coronavirus en Ecuador’’
<b>Contexto</b>	La cifra de contagiados está subiendo muy rápido.
<b>Imagen</b>	

Tabla #2

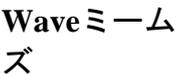
Componente	Descripción Formal	Rol estructural	Semántica	Función comunicativa
<b>Texto principal</b> “Coronavirus en Ecuador”	Texto de color negro tipo bold, cursiva; escrito con letra tipo sans serif en un fondo blanco.	Título/ Ilustrativo	Plantea el contexto que se le dará a las imágenes de abajo.  FL: Descripción	El texto complementa a la imagen dándole sentido al discurso.  Al encontrarse en el encabezado, esta ancla la lectura principal con la del resto de la imagen.  Es como un hilo conductor entre los elementos dentro de la pieza.
<b>Subtexto 1</b> “Yesterday: 37” cases; Today: 58	Texto de color negro tipo bold, cursiva; escrito con letra tipo sans serif en un fondo blanco.  Escrito en inglés.	Texto /Ilustrativo	Desarrolla la idea de que el virus está avanzando de manera poco controlada.  FL: Gradación	Le da seguimiento al statement principal y ayuda a establecer la situación.
<b>Imagen principal:</b> Michael Scott personificand o al Ecuador.	Fotograma de un señor (Michael Scott) gritando en medio de una sala con ropa desaliñada y un parche de la bandera ecuatoriana le tapa la cara.	Fotomontaje /Satírica	Representa lo caótico del poco control en el país acerca de la situación de los primeros días de pandemia.  FL: Personificación y Alegoría	Da seguimiento a lo que dice el encabezado.
<b>Subtexto 2</b> “ ¡parkour chuchatumadre!”	Texto de color blanco con bordes negros escrito con letra tipo sans	Texto/ Satírico	Da seguimiento a lo que dice todo el encabezado al describir cómo	Al estar escrito abajo, se convierte en un texto de acompañamiento

	<p>serif en cursiva; sobrepuesto en la imagen. Muy parecido a los subtítulos de una película.</p> <p>Tienen signos de exclamación muy separados.</p> <p>Escrito en spanglish</p>		<p>la tasa de contagiados ha subido de manera exorbitante en tan poco tiempo.</p> <p>FL: Apóstrofe</p>	del título.
<p><b>Marca de auditoría de Ecuadorean Wave</b> </p>	<p>Texto tipo marca de agua color celeste con bordes fucsia neón. Escrito en cursiva con una arroba al principio de la palabra.</p>	Créditos	<p>Determina la autoría de la pieza gráfica.</p> <p>También genera una identidad con el trabajo realizado por el mismo autor.</p> <p>FL: No Existe</p>	<p>Permite identificar al creador, publicador o dueño del meme atribuyéndole auditoría.</p> <p>También los invita a buscarlos en redes.</p>

**Tabla #3**

Componente	Marcas Sociales	Marcas de estilo	Valores ideológicos	Perfil del enunciador
<p><b>Texto principal</b> “Coronavirus en Ecuador”</p>	Sabe que el virus está actuando dentro del país.	<p>Recurre a un tipo de letra legible.</p> <p>Demuestra un buen dominio del lenguaje al saber comunicar el enunciado de manera sencilla ordenada.</p>	<p>En este ítem no entra ningún tipo de ideología, se limita a presentar la situación que sucede dentro del país.</p>	<p>Esta persona demuestra ser un conocedor de conceptos generales de edición y diseño (estética, espacio, simetría, distribución, etc.) Así como que ha tenido acceso a la tecnología para consumir contenidos e</p>
<p><b>Subtexto 1</b> “Yesterday: 37” cases; Today: 58</p>	Es consciente de la rapidez con la que este virus	Recurre a un tipo de letra legible.	Al autor se le enseña que debe llevar la cuenta de las	

	desconocido se está esparciendo.	Demuestra un buen dominio del lenguaje al saber comunicar el enunciado de manera sencilla ordenada.	cosas que pasan alrededor suyo, para luego saber cómo actuar ante las situaciones.	interpretarlos a su gusto.  El creador del meme está harto del pobre manejo de la crisis sanitaria dentro del país, de cómo se manejan las cifras y cómo juegan con las expectativas de encontrar una solución rápida al problema del coronavirus.
<b>Imagen principal:</b> Michael Scott personificando al Ecuador.	Sabe la popularidad de esta serie para las últimas 2 generaciones (Millenials y gen z) hasta el punto de ser considerada una de las mejores comedias del siglo.  También del delicado estado del país y lo poco estable de la situación provocada por el virus.	El autor es fan de la serie o está relacionado con la temática de este o de esta escena en específico.  Opta por utilizar símbolos patrios al querer referirse a situaciones de índole nacional  Utiliza una edición bien básica, pero de muy buena calidad, pero plantea la situación de manera clara.	Es posible que el autor no sepa cómo reaccionar ante una avalancha de eventos muy poco esperados, por eso lo primero que hace es soltar sus emociones a través de arranques hiperactivos.	Por esta razón por la cual la única salida que tiene es burlarse de lo rápido que se esparce el virus esperando también que no se contagie el mismo  También demuestra que está informado de la temática y ha asumido una posición frente a ella, optando por el humor como recurso para afrontar los problemas presentados durante la emergencia sanitaria que vive el Ecuador.
<b>Subtexto 2</b> ‘ ¡parkour chuchatumadre!	Actualmente existe una fusión entre jerga coloquial/urbana y palabras en otros idiomas (casi siempre en ingles), lo que ayuda a crear nuevas expresiones.	La elección de esa parte del diálogo del personaje, junto a las características del texto demuestra la capacidad de enunciar el mensaje de la manera que desea y que sea	Le hace burlarse de situaciones graves para poder lidiar con la dureza de la realidad.	

	Se considera todo lo que está colocado en la parte de debajo de una imagen como un diálogo.	percibido de esa manera. Además de que es claro y fácil de leer. También demuestra el manejo del lenguaje nacional (español) y extranjero (inglés)	
<b>Marca de auditoría de Ecuadorean Wave</b> 	Señala propiedad intelectual y derechos de autor sobre la imagen.	El empleo de la marca sirve para ser identificado y como publicidad de la página.	Es consciente del sistema de producción y diseño profesional, y copyright.

**Tabla #4**

Discurso	Función discursiva	Elementos	¿Qué cambia?
Los contagios están aumentando y el país se está saliendo de control.	Imagen como herramienta de divulgación que representa el incremento desmesurado de contagios de coronavirus en Ecuador.  Si aplica al género de opinión “Carticatura editorial”, ya que está presentando una situación actual desde el punto de vista de la página, a través de elementos gráficos.	<b>Objetos:</b> Unión de texto e imagen de un personaje (Michael Scott) retratando la rapidez de los contagios de Covid en Ecuador.	En esta pieza hay dos aspectos que ayudan a la contextualización:  La primera es el hecho de que se menciona explícitamente a Ecuador y se utiliza la bandera nacional.  El segundo es el uso del término “chuchatumadre” el cual es un insulto muy utilizado coloquialmente a diario.
		<b>Tipo de enunciación:</b> Directa, humor verde/gráfico.	
		<b>Concepto:</b> Poca estabilidad sistémica ante una creciente crisis sanitaria.	
		<b>Temas:</b> Contagios sin control, mala acción de las autoridades de salud, alteración	

		emocional de la población y el país en general.	
--	--	---	--

## Meme #8

Tabla #1

<b>Fuente</b>	Ecuadorean Wave ミームス
<b>Fecha de publicación</b>	17 de marzo de 2020
<b>Origen del meme</b>	Serie - Los Padrinos Mágicos
<b>Tipo de meme</b>	Imágenes secuenciales(micro-historietas)
<b>Tipo de Chiste</b>	Chistes nacionales o del humor nacional
<b>Texto contextualizador</b>	‘‘No son vacaciones, e<s una cuarentena’’
<b>Contexto</b>	A la gente no le importa el virus. Es temporada de playa y la gente quiere salir.
<b>Imagen</b>	

Tabla #2

Componente	Descripción Formal	Rol estructural	Semántica	Función comunicativa
<b>Imagen 1</b> Pepe Veraz personificando al Ecuador dirigiéndose a	Fotograma de una caricatura de un anchor de noticias (Pepe Veraz)	Fotomontaje /Sátira	Representa el importante papel de los noticieros nacionales en su función de	Ayuda a crear el ambiente para la elaboración del discurso

la audiencia.	hablándole a los televidentes acerca de las medidas preventivas por el coronavirus con un parche de la bandera ecuatoriana le tapa la cara.		distribución de la información acerca de las ordenanzas de las autoridades de la salud. FL: Personificación y Alegoría.	del meme.
<b>Subtexto 1</b> ‘‘No son vacaciones, es una cuarentena para evitar la interacción con muchas personas y disminuir contagios de Covid-19.’’	Texto de color amarillo con bordes negros, escrito en tipo sans serif modo bold.  Está sobrepuesto en la imagen. Muy parecido a los subtítulos de una película.	Texto/ Ilustrativo	Ilustra de manera textual las intenciones del gobierno de hacer que la población se resguarde en sus casas.  FL: Apóstrofe	Da contexto a la situación representada en la imagen.
<b>Imagen 2</b> Perritos en la playa.	Imagen de 3 perritos utilizando accesorios para vacacionar mientras están parados en la playa.	Fotomontaje /Crítica	Muestra la verdadera actitud de los ciudadanos a pesar de la existencia de un mal en el ambiente.  FL: Alegoría	Ayuda a crear el ambiente para la elaboración del discurso del meme y le da seguimiento a la imagen anterior.
<b>Subtexto 2</b> ‘‘Ke nos vayamos pa la playa dise’’	Texto mal escrito de color amarillo con bordes negros, escrito en tipo sans serif modo bold.  Está sobrepuesto en la imagen.  Muy parecido a los subtítulos	Texto/ Sátira	Representa la respuesta de algunos ciudadanos ante los pedidos.  FL: Apóstrofe	Da contexto a la situación representada en la imagen.

	de una película.			
<b>Marca de auditoría de Ecuadorean Wave</b> $\Xi - \Delta$ $\text{ズ}$	Texto tipo marca de agua color celeste con bordes fucsia neón. Escrito en cursiva con una arroba al principio de la palabra.	Créditos	Determina la autoría de la pieza gráfica.  También genera una identidad con el trabajo realizado por el mismo autor.  FL:No Existe	Permite identificar al creador, publicador o dueño del meme atribuyéndole auditoría.  También los invita a buscarlos en redes.

**Tabla #3**

Componente	Marcas Sociales	Marcas de estilo	Valores ideológicos	Perfil del enunciador
<b>Imagen 1</b> Pepe Veraz personificand o al Ecuador dirigiéndose a la audiencia.	Sabe de la caricatura es recordada con mucho cariño.  También está al tanto del rol de los medios tradicionales como la TV en el flujo de información en el país.	El autor es fan de este tipo de caricaturas y por eso tomó la oportunidad de utilizar este personaje para plantear la situación.  Utiliza una edición bien básica, pero de muy buena calidad, pero plantea la situación de manera clara.	Los medios son parte fundamental del día a día del ecuatoriano.  Ya sea este un ciudadano común que recibe el mensaje o sea alguna institución pública que quiera enviar este mensaje.	Esta persona demuestra ser un conocedor de conceptos generales de edición y diseño (estética, espacio, simetría, distribución, etc.) Así como que ha tenido acceso a la tecnología para consumir contenidos e interpretarlos a su gusto.  Se presume que el autor creció en un ambiente en dónde se veían mucho las noticias.
<b>Subtexto 1</b> 'No son vacaciones, es una cuarentena para evitar la interacción	Se considera todo lo que está colocado en la parte de debajo de una iamgen como un diálogo.	Recurre a un tipo de letra legible.  Demuestra un buen dominio del lenguaje al	Los medios de comunicación tienen la labor de informar a las personas Cómo deben actuar ante una	Al mismo

con muchas personas y disminuir contagios de Covid-19.’’	Conoce la magnitud de las calamidades producto del descuido ante la presencia del COVID en el país y el mundo.	saber comunicar el enunciado de manera sencilla y ordenada.	situación que afecta al país en carácter general.	tiempo se puede considerar que se pudo haber estado expuesto a está mala costumbre de no seguir las reglas o lo que se considera conveniente independientemente de la gravedad de la situación.
<b>Imagen 2</b> Perritos en la playa.	Sabe que un cierto porcentaje de la población va a hacer lo que le venga en gana.	Va la corriente de las tendencias en la estructuración de memes ya que estos perros estuvieron de moda durante la primera parte del 2020.  Utiliza una edición bien básica, pero de muy buena calidad, pero plantea la situación de manera clara. la de	Cuando las personas están aburridas o cansadas, lo primero que se les ocurra irse de vacaciones. En el caso de los ecuatorianos lo primero que se le viene a la cabeza, es irse a la playa.	También demuestra que está informado de la temática y ha asumido una posición frente a ella, optando por el humor como recurso para afrontar los problemas presentados durante la emergencia sanitaria que vive el Ecuador.
<b>Subtexto 2</b> ‘‘Ke nos vayamos pa la playa dise’’	El ecuatoriano siempre hace lo opuesto a lo que se le pide.  Se considera todo lo que está colocado en la parte de debajo de una imagen como un diálogo.	El empleo de este tipo de distorsión del lenguaje demuestra que el autor es parte de alguna de las comunidades de memes online, ya que su uso es muy regular dentro de ellas.	Comúnmente se cree que el ecuatoriano hace lo contrario a lo que se le pide, cómo porque supuestamente es necio y quiere hacer lo que le plazca  Está mal escrito, es como si considerara que	

		A pesar de estar escrito mal, hace llegar el mensaje a los usuarios.	son personas no pensantes.
<b>Marca de auditoría de Ecuadorean Wave</b> ≡ -△ ズ	Señala propiedad intelectual y derechos de autor sobre la imagen.	El empleo de la marca sirve para ser identificado y como publicidad de la página.	Es consciente del sistema de producción y diseño profesional, y copyright.

**Tabla #4**

<b>Discurso</b>	<b>Función discursiva</b>	<b>Elementos</b>	<b>¿Qué cambia?</b>
Por mucho que las instituciones insistan en que los ciudadanos deben quedarse en sus casas para así evitar contagios con estos harán lo que quieran hacer sin importar las consecuencias.	Imagen como herramienta divulgativa que representa el mal actuar del pueblo ecuatoriano, a pesar de que se lo quiere ayudar.  Si aplica al género de opinión "Carticatura editorial", ya que está presentando una situación actual desde el punto de vista de la página, a través de elementos gráficos.	<b>Objetos:</b> Combinación de textos e imágenes que representan el mal actuar de la ciudadanía ante las disposiciones para combatir el coronavirus.	El uso de los parches de la bandera nacional y el logo del Ministerio de Salud del Ecuador para representar la situación de ese entonces.
		<b>Tipo de enunciación</b> Directa, humor satírico/gráfico	
		<b>Concepto:</b> Responsabilidad ciudadana acerca de medidas sobre el COVID-19	
		<b>Temas:</b> Medios de comunicación, responsabilidad social, desobediencia poblacional, contagios.	

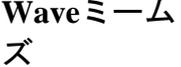
## Meme #9

**Tabla #1**

<b>Fuente</b>	Ecuadorean Wave ミームス
<b>Fecha de publicación</b>	18 de marzo de 2020
<b>Origen del meme</b>	Serie-Naruto
<b>Tipo de meme</b>	Imagen adyacente a texto
<b>Tipo de Chiste</b>	Chiste no verbal
<b>Texto contextualizador</b>	“Ecuadorians right now:”
<b>Contexto</b>	El toque de queda dictado por el gobierno estaba en todo su apogeo.
<b>Imagen</b>	

**Tabla #2**

Componente	Descripción Formal	Rol estructural	Semántica	Función comunicativa
<b>Texto general</b> “Ecuadorians right now”	Texto de color negro escrito en cursiva con letra tipo sans serif tipo bold, en un fondo blanco.  Escrito en inglés.	Título/ Ilustrativo	Plantea el contexto que se le dará a las imágenes de abajo.  FL: Descripción	El texto complementa a la imagen dándole sentido al discurso.  Es como un hilo conductor entre los elementos dentro de la pieza.  Al encontrarse en

				el encabezado, esta ancla la lectura principal con la del resto de la imagen.
<b>Imagen principal</b> Naruto corriendo de unos sujetos.	Crop de una imagen de una caricatura (Naruto) corriendo, la cual fue pegada en un fondo borroso donde se ven unos policías. Se le añadió una lata de atún Real y una botella de cerveza Pilsener; una en cada mano.	Fotomontaje /Sátira	Ejemplifica lo que tienen que vivir algunos ciudadanos debido al toque de queda y a las limitaciones del tránsito de peatones.  FL: Alegoría	Da seguimiento a lo que dice el encabezado.
<b>Marca de auditoría de Ecuadorean Wave</b> 	Texto tipo marca de agua color celeste con bordes fucsia neón. Escrito en cursiva con una arroba al principio de la palabra.	Créditos	Determina la autoría de la pieza gráfica.  También genera una identidad con el trabajo realizado por el mismo autor.  FL:No Existe	Permite identificar al creador, publicador o dueño del meme atribuyéndole auditoría.  También los invita a buscarlos en redes.

**Tabla #3**

Componente	Marcas Sociales	Marcas de estilo	Valores ideológicos	Perfil del enunciador
<b>Texto general</b> “Ecuadorians right now”	Sabe que la situación en el país es muy cambiante, así que se puede bromear de más de un tema dependiendo de	Recurre a un tipo de letra legible. Demuestra un buen dominio del lenguaje al saber comunicar el	Una persona siempre tiene que saber cómo lidiar con las situaciones que se le presenten. Esto pesar de	Esta persona demuestra ser un conocedor de conceptos generales de edición y diseño (estética, espacio,

	<p>la época o suceso importante del año.</p>	<p>enunciado de manera sencilla y ordenada.</p> <p>La posición del titular denota un carácter profesional en la distribución de los elementos.</p> <p>Sabe manejar el idioma inglés.</p>	<p>que no haya sido parte de los objetivos de nadie, formar parte de estos escenarios</p>	<p>simetría, distribución, etc.) Así como que ha tenido acceso a la tecnología para consumir contenidos e interpretarlos a su gusto.</p> <p>Es posible que el autor de esta pieza se considere a sí mismo como un "otaku". Es de seguiré que es fanático del anime.</p> <p>Así mismo, pudo haber sido criado en un ambiente en el que se le enseñó qué los policías o las fuerzas del orden no son de confianza.</p> <p>También demuestra que está informado de la temática y ha asumido una posición frente a ella, optando por el humor como recurso para afrontar los problemas presentados durante la emergencia sanitaria que vive el Ecuador.</p>
<p><b>Imagen principal</b> Naruto corriendo de unos sujetos.</p>	<p>El autor sabe que este es uno de los animes (Naruto y Naruto Shippuden) más recordados por todos lo que lo vieron mientras lo transmitía la cadena de TV, RTS.</p> <p>Al igual que sabe que el atún enlatado y la cerveza son parte del menú semanal del ecuatoriano promedio.</p> <p>Así también es consciente del duro actuar de las autoridades de seguridad durante las emergencias nacionales y</p>	<p>Tiene preferencias en el uso de caricaturas de animación japonesa.</p> <p>Utiliza una edición bien básica, pero de muy buena calidad, pero plantea la situación de manera clara.</p>	<p>Por mucho que no se haya hecho algo malo, hay que huir de la policía.</p> <p>A pesar de que su deber sea el de "servir y proteger"; hay situaciones en las que, en vez de ayudar, perjudican sin razón alguna.</p>	<p>Así mismo, pudo haber sido criado en un ambiente en el que se le enseñó qué los policías o las fuerzas del orden no son de confianza.</p> <p>También demuestra que está informado de la temática y ha asumido una posición frente a ella, optando por el humor como recurso para afrontar los problemas presentados durante la emergencia sanitaria que vive el Ecuador.</p>

	los estados de excepción.		
<b>Marca de auditoría de Ecuadorean Wave</b> 	Señala propiedad intelectual y derechos de autor sobre la imagen.	El empleo de la marca sirve para ser identificado y como publicidad de la página.	Es consciente del sistema de producción y diseño profesional, y copyright.

**Tabla #4**

Discurso	Función discursiva	Elementos	¿Qué cambia?
Salir durante tiempos en el que está impuesto el toque de queda, se convierten en un riesgo porque nunca sabes si te van a agarrar la policía.	Imagen cómo herramienta de burla al accionar de algunos ciudadanos ante el horario de toque de queda.  Si aplica al género de opinión “Carticatura editorial”, ya que está presentando una situación actual desde el punto de vista de la página, a través de elementos gráficos.	<b>Objetos:</b> Unión de texto con imagen de un personaje reconocible en la cultura pop (Naruto) retratando la vigencia del toque de queda.	La directa mención de los ecuatorianos, el uso de referencias visuales como la lata de Atún Real y la botella de litro de Pilsener, contextualizan la pieza.
		<b>Tipo de enunciación:</b> Directa, humor satírico/ gráfico	
		<b>Concepto:</b> La vida de los ciudadanos durante el toque de queda.	
		<b>Temas:</b> Toque de queda, agentes de seguridad, día a día del ecuatoriano.	

**Meme #10**

**Tabla #1**

<b>Fuente</b>	Ecuadorean Wave 
<b>Fecha de publicación</b>	24 de marzo de 2020
<b>Origen del meme</b>	Película - The Simpson: Movie
<b>Tipo de meme</b>	Imágenes Macro

<b>Tipo de Chiste</b>	Chiste No Verbal
<b>Texto contextualizador</b>	-
<b>Contexto</b>	Guayaquil era el foco de contagio del país.
<b>Imagen</b>	

**Tabla #2**

<b>Componente</b>	<b>Descripción Formal</b>	<b>Rol estructural</b>	<b>Semántica</b>	<b>Función comunicativa</b>
<b>Imagen principal</b> Guayaquil está siendo cubierta por un domo.	Imagen de una ciudad (Guayaquil) a punto de ser cubierta por un domo de contención (Los Simpson) traída por unos aviones.	Fotomontaje /Sátira	Representa las ganas que la población tenía de aislar a Guayaquil del resto del país por el nivel de contagio.  FL: Descripción	Ayuda a ambientar la situación y el propósito de la imagen.
<b>Marca de auditoría de Ecuadorean Wave</b> ≡ ー△ズ	Texto tipo marca de agua color celeste con bordes fucsia neón. Escrito en cursiva con una arroba al principio de la palabra.	Créditos	Determina la autoría de la pieza gráfica.  También genera una identidad con el trabajo realizado por el mismo autor.  FL:No Existe	Permite identificar al creador, publicador o dueño del meme atribuyéndole auditoría.  También los invita a buscarlos en redes.

Tabla #3

Componente	Marcas Sociales	Marcas de estilo	Valores ideológicos	Perfil del enunciador
<b>Imagen principal</b> Guayaquil está siendo cubierta por un domo.	Es consciente de los estereotipos históricos acerca de la ciudad de Guayaquil y de los guayaquileños.  También sabe el impacto mediático que fue la primera película de los Simpson.	Este fotograma es para las decisiones que se toman en momentos de pánico.  Utiliza una edición bien básica, pero de muy mala calidad, pero plantea la situación de manera clara.  Así mismo, utiliza referencias de películas populares.	El autor, al igual que muchos históricamente, han considerado a Guayaquil como fuente de muchos de los males del país. Y por esta razón, debe ser apartada o aislada del resto del país.	Esta persona demuestra ser un conocedor de conceptos generales de edición y diseño (estética, espacio, simetría, distribución, etc.) Así como que ha tenido acceso a la tecnología para consumir contenidos e interpretarlos a su gusto.  Por otro lado, se podría decir que este autor ha sido influenciado por los estereotipos e ideas regionalistas acerca de la costa, más que nada de Guayaquil.  Demuestra que está informado de la temática y ha asumido una posición frente a ella, optando por el humor como recurso para afrontar los problemas presentados durante la emergencia
<b>Marca de auditoría de Ecuadorean Wave</b> $\Xi - \Delta$ ズ	Señala propiedad intelectual y derechos de autor sobre la imagen.	El empleo de la marca sirve para ser identificado y como publicidad de la página.	Es consciente del sistema de producción y diseño profesional, y copyright.	

				sanitaria que vive el Ecuador.
--	--	--	--	--------------------------------

**Tabla #4**

Discurso	Función discursiva	Elementos	¿Qué cambia?
Hay que aislar a Guayaquil si se quiere controlar los contagios de Covid en el país.	Imagen como herramienta de divulgación sobre cómo el país ve a Guayaquil en estos tiempos de pandemia, Si aplica al género de opinión “Carticatura editorial”, ya que está presentando una situación actual desde el punto de vista de la página, a través de elementos gráficos.	<b>Objetos:</b> Imagen editada de una ciudad (Guayaquil) siendo encerrada en un domo como en Springfield.	El uso de una fotografía default de Guayaquil ambienta el meme en el contexto nacional.
		<b>Tipo de enunciación:</b> Directa, humor satírico/gráfico	
		<b>Concepto:</b> Guayaquil es el foco principal de los problemas relacionados con el COVID.	
		<b>Temas:</b> Aislamiento, contagios de Covid, Guayaquil, regionalismo.	

**Meme #11**

**Tabla #1**

<b>Fuente</b>	Ecuadorean Wave ミームス
<b>Fecha de publicación</b>	25 de marzo de 2020
<b>Origen del meme</b>	Película - The Babadook
<b>Tipo de meme</b>	Imágenes Macro
<b>Tipo de Chiste</b>	Chistes nacionales o del humor nacional
<b>Texto contextualizador</b>	“Why can’t you just be normal?”

<b>Contexto</b>	Muchas cosas estaban pasando en Guayaquil y el resto del país estaba cansándose.
<b>Imagen</b>	

**Tabla #2**

Componente	Descripción Formal	Rol estructural	Semántica	Función comunicativa
<b>Imagen 1</b> Señora personificando al Ecuador gritando.	Fotograma de una película (The Babadook) donde una señora (Amelia) le grita a su hijo.  Tiene un parche sobrepuesto de la bandera del Ecuador.	Fotomontaje /Sátira	Representa el desconcierto colectivo por parte de los ecuatorianos sobre la situación de Guayaquil.  FL: Alegoría y Personificación.	Ayuda a crear el ambiente para la elaboración del discurso del meme.  Sirve como etiqueta de identificación del personaje dentro de la situación.
<b>Subtexto 1</b> “Why cant you be just normal”	Texto de color amarillo escrito en letra tipo sans serif.  Muy parecido a los subtítulos de una película.  Escrito en inglés	Texto/ Crítico	Ilustra de manera textual la ya comentada desesperación por el poco control sobre el estado de la ciudad.  FL: Apóstrofe	Da contexto a la situación representada en la imagen.

<p><b>Imagen 2</b> Niño personificand o Guayaquil/ Provincia del Guayas gritando.</p>	<p>Fotograma de una película (The Babadook) donde un niño (Samuel) le grita a su mamá.</p> <p>Tiene un parche sobrepuesto de la bandera de Guayaquil/Guayas</p>	<p>Fotomontaje /Sátira</p>	<p>Representa la respuesta de Guayaquil ante este desconcierto.</p> <p>FL: Alegoría y Personificación.</p>	<p>Ayuda a crear el ambiente para la elaboración del discurso del meme.</p> <p>Sirve como etiqueta de identificación del personaje dentro de la situación.</p>
<p><b>Subtexto 2</b> *Screams*</p>	<p>Texto de color amarillo escrito en letra tipo sans serif; entre asteriscos.</p> <p>Muy parecido a los subtítulos de una película.</p> <p>Escrito en inglés</p>	<p>Texto/ Crítico</p>	<p>Ilustra de manera textual la respuesta de la ciudad ante la desesperación por el poco control dentro de ella.</p> <p>FL: Onomatopeya</p>	<p>Da contexto a la situación representada en la imagen.</p>
<p><b>Marca de auditoría de Ecuadorean Wave</b> めーむズ</p>	<p>Texto tipo marca de agua color celeste con bordes fucsia neón.</p> <p>Escrito en cursiva con una arroba al principio de la palabra.</p>	<p>Créditos</p>	<p>Determina la autoría de la pieza gráfica.</p> <p>También genera una identidad con el trabajo realizado por el mismo autor.</p> <p>FL:No Existe</p>	<p>Permite identificar al creador, publicador o dueño del meme atribuyéndole auditoría.</p> <p>También los invita a buscarlos en redes.</p>

**Tabla #3**

Componente	Marcas Sociales	Marcas de estilo	Valores ideológicos	Perfil del enunciador
<p><b>Imagen 1</b> Señora personificand o al Ecuador gritando.</p>	<p>Está al tanto de la situación general del país en momentos de pandemia.</p> <p>También sabe del impacto de la película ‘‘The Babadook’’ en el género del cine de terror.</p>	<p>El autor es fan de este género de películas y por eso tomó la oportunidad de utilizar esta escena para plantear la situación.</p> <p>Opta por utilizar símbolos patrios al querer referirse a situaciones de índole nacional.</p> <p>Utiliza una edición bien básica, de pésima calidad, pero plantea la situación de manera clara.</p>	<p>El gobierno del Ecuador no sabe mantener el control de sus urbes en momentos de crisis.</p>	<p>Esta persona demuestra ser un conocedor de conceptos generales de edición y diseño (estética, espacio, simetría, distribución, etc.) Así como que ha tenido acceso a la tecnología para consumir contenidos e interpretarlos a su gusto.</p> <p>Así también, el autor sabe que el Ecuador y sus grandes ciudades son lugares con muchos</p>
<p><b>Subtexto 1</b> ‘‘Why cant you be just normal?’’</p>	<p>Es consciente del impacto en la psiquis de los ecuatorianos y lo cansados que todos los ciudadanos estaban de recibir malas noticias.</p> <p>Se considera todo lo que está colocado en la parte de debajo de una iamgen como un diálogo.</p>	<p>Recurre a un tipo de letra legible.</p> <p>Demuestra un buen dominio del lenguaje al saber comunicar el enunciado de manera sencilla y ordenada.</p> <p>Sabe que, si un texto está entre asteriscos, este está representando una acción, más no un diálogo en si.</p>	<p>El país ya no sabe cómo tratar la situación de Guayaquil.</p>	<p>problemas, y que sus autoridades y ciudadanos no son los mejores en afrontar grandes dificultades.</p> <p>Demuestra que está informado de la temática y ha asumido una posición frente a ella, optando por el humor como recurso para afrontar los problemas presentados</p>

		Sabe manejar el idioma inglés.		durante la emergencia sanitaria que vive el Ecuador.
<b>Imagen 2</b> Niño personificand o Guayaquil/ Provincia del Guayas gritando.	Es consciente de los estereotipos históricos acerca de la ciudad de Guayaquil y de los guayaquileños. También sabe del impacto de la película ‘‘The Babadook’’ en el género del cine de terror.	El autor es fan de este género de películas y por eso tomó la oportunidad de utilizar esta escena para plantear la situación.  Opta por utilizar símbolos patrios al querer referirse a situaciones de índole nacional.  Utiliza una edición bien básica, de pésima calidad, pero plantea la situación de manera clara.	Guayaquil es una ciudad con muchos problemas.	
<b>Subtexto 2</b> *Screams*	Es consciente del poco control sanitario en Guayaquil, así como los ciudadanos de la ciudad estaban cansados de lidiar con este problema a diario.  Se considera todo lo que está colocado en la parte de debajo de una iamgen como un	Recurre a un tipo de letra legible.  Demuestra un buen dominio del lenguaje al saber comunicar el enunciado de manera sencilla y ordenada.  Sabe manejar el idioma inglés.	La pandemia sólo los ha empeorado, razón por la cual no sabe cómo responder.	

	diálogo.		
<b>Marca de auditoría de Ecuadorean Wave</b> 	Señala propiedad intelectual y derechos de autor sobre la imagen.	El empleo de la marca sirve para ser identificado y como publicidad de la página.	Es consciente del sistema de producción y diseño profesional, y copyright.

**Tabla #4**

Discurso	Función discursiva	Elementos	¿Qué cambia?
Ecuador y sus autoridades no saben cómo controlar la problemática sanitaria y sus repercusiones en ámbito general en la ciudad de Guayaquil. Esto crea una mala perspectiva sobre el manejo de quienes habitan esa ciudad.	<p>Imagen como herramienta de denuncia que alude a lo “ingobernable” que está la situación en Guayaquil.</p> <p>Si aplica al género de opinión “Carticatura editorial”, ya que está presentando una situación actual desde el punto de vista de la página, a través de elementos gráficos.</p>	<p><b>Objetos:</b> Imágenes y textos donde dos personajes (Amelia y Samuel) personifican al Ecuador y a Guayaquil en momentos de desesperación por el desorden general dentro la ciudad.</p> <p><b>Tipo de enunciación</b> Directa, humor satírico/ gráfico</p> <p><b>Concepto:</b> El “pequeño” Guayaquil responde ante las exigencias de su “mamá” Ecuador.</p> <p><b>Temas:</b> Descontrol, reacciones bruscas, emergencia sanitaria en Guayaquil a principios de pandemia.</p>	Se utilizan las banderas de Ecuador y Guayaquil/Guayas para contextualizar la situación dentro del país.

## Meme #12

Tabla #1

<b>Fuente</b>	Ecuadorean Wave ミームス
<b>Fecha de publicación</b>	11 de abril de 2020
<b>Origen del meme</b>	Series/Películas - Marvel Comics y Anime (Nanatsu No Taizai)
<b>Tipo de meme</b>	Imagen adyacente a texto
<b>Tipo de Chiste</b>	Chistes no verbales
<b>Texto contextualizador</b>	‘Personajes con habilidades de sanación sobrehumanas’
<b>Contexto</b>	La alcaldesa de Guayaquil se había curado con mucha rapidez de Coronavirus.
<b>Imagen</b>	<p><b>Personajes con habilidades de sanación sobrehumanas</b></p> 

Tabla #2

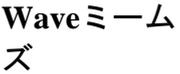
Componente	Descripción Formal	Rol estructural	Semántica	Función comunicativa
<b>Título principal:</b> 'Personajes con habilidades de sanación sobrehumanas'	Texto de color negro, en negritas, escrito en tipo de letra tipo sans serif.  Tiene sombreado.	Título/ Ilustrativo	Plantea el contexto que se le dará a las imágenes de abajo.  FL: Descripción	El texto complementa a la imagen dándole sentido al discurso.  Al encontrarse en el encabezado, esta ancla la lectura

				principal con la del resto de la imagen.  Es como un hilo conductor entre los elementos dentro de la pieza.
<b>Imagen 1</b> Deadpool apuntándose con el dedo.	Panel de Deadpool (Marvel Comics) alzando la ceja mientras se señala a sí mismo, como si estuviera sosteniendo un arma.  Hay una mancha de tras él.	Fotografía/ Ilustrativo	Representa un personaje con las características indicadas en el encabezado de la pieza.  FL: Alegoría	Da seguimiento a lo que dice el encabezado.
<b>Imagen 2</b> Ban sonriendo	Fotograma de Ban (The Seven Deadly Sins) sonriendo delante de una pared.  Parece estar malherido.	Fotografía/ Ilustrativo	Representa un personaje con las características indicadas en el encabezado de la pieza.  FL: Alegoría	Da seguimiento a lo que dice el encabezado.
<b>Imagen 3</b> Wolverine gritando.	Panel de Wolverine (Marvel Comics) gritando un posible “grito de guerra” de manera desafiante sobre un fondo parecido a una mini	Fotografía/ Ilustrativo	Representa un personaje con las características indicadas en el encabezado de la pieza.  FL: Alegoría	Da seguimiento a lo que dice el encabezado.

	explosión.  Está rodeado de trozos de tierra y un líquido negro.			
<b>Imagen 4</b> Cynthia Viteri sonriendo.	Fotografía institucional de la alcaldesa, Cynthia Viteri con un fondo de la bandera de Guayaquil.	Fotografía/ Sátira	Insinúa que este personaje tiene las mismas habilidades que estos seres de ficción.  FL: Alegoría	Da seguimiento a lo que dice el encabezado.
<b>Marca de auditoría de Ecuadorean Wave</b> $\Xi - \Delta$ ズ	Texto tipo marca de agua color celeste con bordes fucsia neón. Escrito en cursiva con una arroba al principio de la palabra.	Créditos	Determina la autoría de la pieza gráfica.  También genera una identidad con el trabajo realizado por el mismo autor.  FL: No Existe	Permite identificar al creador, publicador o dueño del meme atribuyéndole auditoría.  También los invita a buscarlos en redes.

**Tabla #3**

Componente	Marcas Sociales	Marcas de estilo	Valores ideológicos	Perfil del enunciador
<b>Título principal:</b> “Personajes con habilidades de sanación sobrehumanas”	Sabe de la existencia de personajes de la ficción con estas habilidades poco comunes.	Recurre a un tipo de letra legible. Demuestra un buen dominio del lenguaje al saber comunicar el enunciado de manera sencilla ordenada. y La posición del titular denota un carácter profesional en la	Estos individuos representan resistencia y habilidades relacionadas con la fuerza bruta.	Esta persona demuestra ser un conocedor de conceptos generales de edición y diseño (estética, espacio, simetría, distribución, etc.) Así como que ha tenido acceso a la tecnología para

		distribución de los elementos.		consumir contenidos e interpretarlos a su gusto.
<b>Imagen 1</b> Deadpool apuntándose con el dedo.	Tiene presente la popularidad y fanatismo que las audiencias tienen hacia estas franquicias audiovisuales	Utiliza una edición bien básica, pero de muy buena calidad, pero plantea la situación de manera clara.	Es posible que quisiera ser como ellos.	Al parecer, el autor también tiende a cuestionar a la autoridad. Se burla de las decisiones que toma, lo que lleva a pensar que los políticos o los sujetos de poder no son de su agrado.  Por otro lado, le gustan las cosas “nerd” como los cómics, superhéroes y el anime.
<b>Imagen 2</b> Ban sonriendo	/lectoras y la facilidad que los usuarios tienen para reconocer a estos personajes.	Sigue las tendencias de consumo de contenido audiovisual contemporáneos .		
<b>Imagen 3</b> Wolverine gritando.	Sabe la relevancia que este personaje tiene en Guayaquil.	Utiliza una edición bien básica, pero de muy buena calidad, pero plantea la situación de manera clara.	Se burla de toda la situación del contagio y la recuperación de la alcaldesa Viteri se vio arreglado.  Como si quisiera zafarse de atender sus obligaciones o repercusiones de sus decisiones previas.	
<b>Imagen 4</b> Cynthia Viteri sonriendo.	Señala propiedad intelectual y derechos de autor sobre la imagen.	El empleo de la marca sirve para ser identificado y como publicidad de la página.	Es consciente del sistema de producción y diseño profesional, y copyright.	También demuestra que está informado de la temática y ha asumido una posición frente a ella, optando por el humor como recurso para afrontar los problemas presentados durante la emergencia sanitaria que vive el Ecuador.
<b>Marca de auditoría de Ecuadorean Wave</b> 				

**Tabla #4**

Discurso	Función discursiva	Elementos	¿Qué cambia?
Cynthia es tan poderosa que puede curarse de COVID en tiempo récord, pero no puede recuperar la situación en su ciudad.	Imagen como herramienta de burla hacia la imagen de Cynthia Viteri debido a su extraño caso de coronavirus  Si aplica al género de opinión “Carticatura editorial”, ya que está presentando una situación actual desde el punto de vista de la página, a través de elementos gráficos.	<b>Objetos:</b> Combinación de texto e imágenes que representan fortalezas sobrehumanas de la ficción e incluyen a Cynthia Viteri en ese grupo.	El uso de un personaje local como la alcaldesa de turno (Cynthia Viteri), sitúa al meme dentro del panorama nacional.
		<b>Tipo de enunciación:</b> Directa humor satírico/gráfico.	
		<b>Concepto:</b> La alcaldesa de Guayaquil lo puede todo.	
		<b>Temas:</b> Escepticismo ante el Covid, Guayaquil, Cynthia Viteri, personajes animados conocidos.	

**Meme #13**

**Tabla #1**

<b>Fuente</b>	Ecuadorean Wave ミームス
<b>Fecha de publicación</b>	17 de abril de 2020
<b>Origen del meme</b>	Videojuego - Call of Duty: Advanced Warfare
<b>Tipo de meme</b>	Imagen Macro
<b>Tipo de Chiste</b>	Chistes culturales-institucionales
<b>Texto contextualizador</b>	“Ecuador decreta F Nacional por COVID-19”
<b>Contexto</b>	Las personas infectadas estaban falleciendo de manera masiva.



Tabla #2

Componente	Descripción Formal	Rol estructural	Semántica	Función comunicativa
<b>Título principal</b> "Ecuador decreta F Nacional por COVID-19"	Texto color celeste y blanco en un fondo tipo degradación (de imagen a negro)  Escrito en mayúsculas, tipo sans serif bold. Se alternan los colores	Texto/Sátira	Plantea la situación que vive el país de manera graciosa al decir "F" en vez de luto, como es la costumbre.  FL: Apóstrofe y Descripción.	Da contexto a la situación representada en la imagen.
<b>Subtexto</b> "16-04-2020"	Texto color blanco, escrito en letra tipo sans serif.  Es una fecha.	Texto/Ilustrativo	Indica que se "decretó" ese día en específico.  FL: Gradación	Marca la pseudo-fecha de publicación de la "noticia"
<b>Imagen general</b> Bandera del Ecuador junto a unos sepultureros y un cuerpo.	Dos fotos fusionadas.  La primera es la de una bandera izada, y la otra es de unos señores	Fotomontaje /Ilustrativo	Ilustra la situación descrita en el texto principal con el uso de la bandera y el féretro.  FL: Descripción	Ayuda a crear el ambiente para elaboración del discurso del meme.

	con equipo anti-amenaza biológica, cargando un féretro forrado en plástico.			
<b>Elemento</b> Marca de autoría de Diario El Comercio	Un parche de color celeste con letras blancas que dicen ‘‘EC’’, y una base de color rojo.	Créditos/ Sátira	Determina una falsa autoría de la pieza gráfica.  FL: Alegoría	Permite ‘‘identificar’’ el autor del formato de la pieza.
<b>Marca de auditoría de Ecuadorean Wave</b> ≡ -△ ズ	Texto tipo marca de agua color celeste con bordes fucsia neón. Escrito en cursiva con una arroba al principio de la palabra.	Créditos	Determina la autoría de la pieza gráfica.  También genera una identidad con el trabajo realizado por el mismo autor.  FL:No Existe	Permite identificar al creador, publicador o dueño del meme atribuyéndole auditoría.  También los invita a buscarlos en redes.

**Tabla #3**

Componente	Marcas Sociales	Marcas de estilo	Valores ideológicos	Perfil del enunciado
<b>Título principal</b> ‘‘Ecuador decreta F Nacional por COVID-19’’	Por otro lado, el autor conoce del uso mediático que se le dio al comando ‘‘F’’ de Call of Duty.  El autor sabe que, durante ese tiempo, el país estaba en uno de sus	Recurre a un tipo de letra legible.  Demuestra un buen dominio del lenguaje al saber comunicar el enunciado de manera sencilla y ordenada.	Ecuador es un país que ha pasado por mucho, y aún así, llegan nuevos problemas que lo empeoran todo.	Esta persona demuestra ser un conocedor de conceptos generales de edición y diseño (estética, espacio, simetría, distribución, etc.)

	estados más críticos.	<p>La posición del titular denota un carácter profesional en la distribución de los elementos.</p> <p>Al mismo tiempo, le gusta usar referencias a videojuegos al momento de la creación de sus memes.</p>		Así como que ha tenido acceso a la tecnología para consumir contenidos e interpretarlos a su gusto.
<b>Subtexto</b> ''16-04-2020''	El autor sabe que, durante ese tiempo, el país estaba en uno de sus estados más críticos.	<p>Recurre a un tipo de letra legible.</p> <p>Sigue la línea gráfica del diario El Comercio a modo de mofa.</p>	Marcar las fechas es importante porque ayudan a recordar acontecimientos trascendentes,	
<b>Imagen general</b> Bandera del Ecuador junto a unos paramédicos y un cuerpo.	El autor sabe que, durante ese tiempo, el país estaba en uno de sus estados más críticos.	<p>Opta por utilizar símbolos patrios al querer referirse a situaciones de índole nacional</p> <p>Al igual que escoge utilizar imágenes realistas para armar su discurso visual.</p> <p>Utiliza una edición bien básica, pero de muy buena calidad, pero plantea la</p>	Ecuador es un país que ha pasado por mucho, y aún así, llegan nuevos problemas que lo empeoran todo.	

		situación de manera clara.	
<b>Elemento</b> Marca de autoría de Diario El Comercio	El autor ha consumido contenido de medios de comunicación en formato digital, entre ellos el de El Comercio.	Sigue la línea gráfica del diario El Comercio a modo de mofa.	Está bien violar un poco las reglas del copyright si es con fines humorísticos.
<b>Marca de auditoría de Ecuadorean Wave</b> ≡ -△ ズ	Señala propiedad intelectual y derechos de autor sobre la imagen.	El empleo de la marca sirve para ser identificado y como publicidad de la página.	Es consciente del sistema de producción y diseño profesional, y copyright.

**Tabla #4**

Discurso	Función discursiva	Elementos	¿Qué cambia?
El nivel de bajas de las personas infectadas con Covid están por los cielos y se debe guardar luto por ellos.	Imagen como herramienta de divulgación de la situación de fallecidos en masa dentro del país.  Si aplica al género de opinión "Carticatura editorial", ya que está presentando una situación actual desde el punto de vista de la página, a través de elementos gráficos.	<b>Objetos:</b> Combinación de textos e imágenes en el formato de publicación de Diario El Comercio para retratar lo malo de la situación del país.	El uso de la bandera ecuatoriana, así como el uso de la línea editorial online de un diario nacional bien conocido, sitúa al discurso dentro del contexto del Ecuador.
		<b>Tipo de enunciación:</b> Directa, humor negro/gráfico.	
		<b>Concepto:</b> Ecuador está mal por la pandemia.	
		<b>Temas:</b> Muertes en masa, crisis general en el país.	

## Meme #14

Tabla #1

<b>Fuente</b>	Ecuadorean Wave ミームス
<b>Fecha de publicación</b>	3 de mayo de 2020
<b>Origen del meme</b>	Serie - Tiger King
<b>Tipo de meme</b>	Imagen adyacente a texto
<b>Tipo de Chiste</b>	Chistes internacionales
<b>Texto contextualizador</b>	‘I’m never gonna financially recover from this’
<b>Contexto</b>	La crisis económica en el país estaba empeorando por la poca producción y movimientos laborales debido al confinamiento.
<b>Imagen</b>	<p><b>Covid19: *Exists*</b> <b>Ecuador:</b></p> 

Tabla #2

Componente	Descripción Formal	Rol estructural	Semántica	Función comunicativa
<b>Texto principal</b> ‘‘Covid19: Exist. Ecuador:’’	Texto de color negro escrito en cursiva con letra tipo sans serif tipo bold, en un fondo blanco.	Título/ Ilustrativo	Plantea que el contexto en el que se desarrollarán las acciones es el ecuatoriano.  FL: Descripción	El texto complementa a la imagen dándole sentido al discurso.  Al encontrarse en el encabezado, esta ancla la lectura principal con la del resto de la imagen.

				Es como un hilo conductor entre los elementos dentro de la pieza.
<b>Imagen general</b> Joe Exotic personificando a Ecuador.	Un señor (Joe Exotic) parado frente a unos papeles (calendario, facturas, un mapa) en lo que parece una oficina.  Tiene un parche de la bandera del Ecuador en la cara.	Fotomontaje /Sátira	Representa la posición del país dentro de la imagen.  FL: Personificación y Alegoría	Da seguimiento a lo que dice el encabezado.
<b>Subtexto 1</b> “I’m never gonna financially recover from this”	Texto de color amarillo con bordes negros escrito letra tipo sans serif.  Muy parecido a los subtítulos de una película.  Está escrito en inglés.	Texto/ Ilustrativo	Ilustra textualmente la situación financiera del país.  FL: Apóstrofe	Al estar escrito abajo, se convierte en un texto de acompañamiento del título.
<b>Marca de auditoría de Ecuadorean Wave</b> ゼームズ	Texto tipo marca de agua color celeste con bordes fucsia neón. Escrito en cursiva con una arroba al principio de la palabra.	Créditos	Determina la autoría de la pieza gráfica.  También genera una identidad con el trabajo realizado por el mismo autor.  FL:?	Permite identificar al creador, publicador o dueño del meme atribuyéndole auditoría.  También los invita a buscarlos en redes.

**Tabla #3**

<b>Componente</b>	<b>Marcas Sociales</b>	<b>Marcas de estilo</b>	<b>Valores ideológicos</b>	<b>Perfil del enunciador</b>
<b>Título principal</b> "Covid19: Exist"	Sabe de la existencia del virus.	<p>Recurre a un tipo de letra legible.</p> <p>Demuestra un buen dominio del lenguaje al saber comunicar el enunciado de manera sencilla y ordenada.</p> <p>También demuestra el manejo del lenguaje nacional (español) y extranjero (inglés)</p>	Ecuador no pierde la oportunidad de involucrase en una situación poco amigable.	<p>Esta persona demuestra ser un conocedor de conceptos generales de edición y diseño (estética, espacio, simetría, distribución, etc.)</p> <p>Así como que ha tenido acceso a la tecnología para consumir contenidos e interpretarlos a su gusto.</p> <p>Demuestra que está informado de la temática y ha asumido una posición frente a ella, optando por el humor como recurso para afrontar problemas presentados durante la emergencia sanitaria que vive el Ecuador.</p>
<b>Subtexto 1</b> "Ecuador"	El virus está en el país.	<p>Recurre a un tipo de letra legible.</p> <p>Demuestra un buen dominio del lenguaje al saber comunicar el enunciado de manera sencilla y ordenada.</p>		
<b>Imagen general</b> Joe Exotic personificand o a Ecuador.	Sabe la popularidad de esta docuserie producida por Netflix y la controversia que causó.	Sigue las tendencias de consumo de contenido audiovisual contemporáneos.	Sea cual sea el estado del país, siempre se tiene que analizar cada uno de los aspectos que	Otra cosa que se podría decir es que el autor ve complicada la recuperación económica del

	También del delicado estado del país y lo poco estable de la situación provocada por el virus.	Utiliza una edición bien básica, pero de muy buena calidad, pero plantea la situación de manera clara.	pueden beneficiar o sufrir dentro de cualquier posible situación.	país, así como otros posibles problemas. Se preocupa por su estilo de vida y cómo la pandemia está cambiando.
<b>Subtexto 2</b> “I’m never gonna financially recover from this”	El estado financiero del país es un tema de interés para todos ya que afecta en todos los aspectos a la sociedad.  Se considera todo lo que está colocado en la parte de debajo de una imagen como un diálogo.	La elección de esa parte del diálogo del personaje, junto a las características del texto demuestra la capacidad de enunciar el mensaje de la manera que desea y que sea percibido de esa manera.  Además de que es claro y fácil de leer. También demuestra el manejo del lenguaje nacional (español) y extranjero (inglés)	La economía del país depende mucho de la producción de los sectores laborales, con la pandemia, todo se puso peor.	
<b>Marca de auditoría de Ecuadorean Wave</b> 	Señala propiedad intelectual y derechos de autor sobre la imagen.	El empleo de la marca sirve para ser identificado y como publicidad de la página.	Es consciente del sistema de producción y diseño profesional, y copyright.	

**Tabla #4**

Discurso	Función discursiva	Elementos	¿Qué cambia?
La economía de Ecuador pende de un hilo debido a los efectos de la pandemia.	Imagen como herramienta de divulgación que representa la preocupación por la situación de Ecuador en la pandemia.	<b>Objetos:</b> Unión de texto e imagen de un personaje (Joe Exotic) retratando la reacción del país ante la crisis económica presente y venidera.	La mención de “Ecuador” y el uso de la bandera contextualizan la pieza.
	Si aplica al género de opinión “Carticatura editorial”, ya que está presentando una situación actual desde el punto de vista de la página, a través de elementos gráficos.	<b>Tipo de enunciación:</b> Directa, humor satírico/gráfico.	
		<b>Concepto:</b> La crisis económica está grave.	
		<b>Temas:</b> Crisis económica, consecuencias del COVID.	

### Entrevistas a a expertos

#### Sociólogo-Óscar Arias

**¿Qué es lo primero que se le viene a la cabeza cuando escucha la palabra meme?**

Figuras, imágenes. Eso, fundamentalmente.

**¿Cuál es su opinión general acerca de los memes?**

Los memes, los pósters, hasta incluso graffitis, son medios de comunicación que se adoptan a nivel popular. Los cuales, en su mayoría, se crean desde el imaginario popular.

**¿Sigue a alguna página de memes que tenga alguna característica o se autodenomina como ‘nacional’?**

Personalmente, no. Pero en mi feed de mis redes (Facebook, Twitter e Instagram), si me aparecen.

### **¿Cómo definiría usted la identidad ecuatoriana?**

Se puede conceptualizar de dos maneras:

La primera es que la identidad son las características propias o inherentes, que están constituidas por el idioma, costumbres como tradiciones, formas productivas como organización social, arte y saberes; sea de un pueblo o de una nacionalidad.

La segunda es una descripción sobre cómo se va construyendo una nación. La idea de la noción de identidad ecuatoriana pertenece a esta segunda categoría. Ya que dentro de esta confluyen pueblos, nacionalidades y otras maneras de organización comunitaria. Entre estos se puede contar a los pueblos indígenas, las etnias y las estructuras blanco-mestizas.

### **¿Entonces se podría decir que es un compendio de todos estos factores?**

Es producto de la pluriculturalidad y la plurinacionalidad.

### **¿Y qué pasa con todos esos ciudadanos ecuatorianos, que territorialmente son ecuatorianos, pero no se identifican como tal, sino que dicen que ellos pertenecen a tal pueblo o a tal cultura?**

La definición de la nacionalidad ecuatoriana y el resto de los países latinoamericanos conquistados por europeos, está sujeta a lo que decide el estado blanco-mestizo. Este razonamiento es producto del “blanqueo” y la implantación de la antropología europea-occidental en el continente.

Esta definición blanca de lo que se denomina cultura o identidad es la que quiere sobreponerse a la segunda definición, la de la interculturalidad, la cual está muy presente en muchos países (más que nada, los andinos). De ahí nace el problema respecto a un solo concepto que defina lo que es la identidad.

Otro problema que nace de esto es el de la nacionalidad, porque si nos remitimos a la definición “default” de lo que es la nacionalidad, nosotros los mestizos nos quedamos sin una. Inclusive los mismos blancos, si nos concentramos en el factor idioma o cualquier otra característica que nos identifique propiamente, la gente se queda sin nacionalidad. Tendríamos una postiza.

Lo que busca esta conceptualización de los grupos de poder es que exista pertenencia a partir de las herencias europeas.

**Dentro de un artículo de investigación sobre los memes y los imaginarios sociales este último se define como ‘representaciones colectivas que rigen los sistemas de identificación, de integración social, y que hacen visible la invisibilidad social’ esto fue dicho en 1995, Desde su punto de vista ¿qué tanto ha podido evolucionar esta perspectiva desde entonces y cómo este cambio podría estar conectado con el uso de redes sociales o el internet en general?**

Ha habido un crecimiento de los imaginarios en general, ya que estos influyen en la producción de los contenidos publicados en línea. Al mismo tiempo que contribuye a un imaginario social virtual.

Eco tiene razón al decir que ‘las redes son un espacio para escribir estupideces’, pero también son espacios para que la gente se manifieste. Esto aporta a la creación de ideas colectivas que serán aceptadas o desechadas dependiendo del usuario.

**¿Qué tan necesario cree que sea la utilización de ciertas situaciones o personajes populares que resultan familiares para lograr una recepción efectiva del mensaje transmitido por el meme?**

Bien necesario, ya que estos personajes o situaciones pueden ser utilizados para 3 cosas: 1) como un vehículo que ayuda a expresar los imaginarios, 2) para burlarse explícitamente de estos mismos y 3) para ensalzarlos. Esto depende mucho de la intención del autor. Todo para que sea tomado en cuenta.

Un ejemplo podría ser el personaje de nuestro actual presidente, su imagen está a la orden del día para ser usada, publicada y compartida por quien sea.

**¿Qué tan necesario considerar que sea para un individuo el querer resaltar dentro del océano del internet y las redes sociales?**

Hay personas que dedican su tiempo en el manejo de redes. Personalmente, pienso que estamos llegando a un punto donde se está cumpliendo el postulado de Ludovico Silva de la ‘plusvalía ideológica’. Es decir, la idea de cómo uno regala su tiempo a nada o a casi nada, porque, creyendo que uno está trascendiendo, en realidad no está haciendo nada.

Ahí hay un imaginario de trascendencia, que queda y cae en el vacío, porque aparentemente, si yo tengo cierto nivel de seguidores pendientes de lo que hago, queda en nada. Solo sirve para divertirse y pasar el tiempo, no comunica nada.

**¿Cuál es la necesidad de los individuos de consumir contenido tan rápido? ¿Por qué se desechan tan rápido estos memes?**

Debido a la cotidianeidad, ya que lo cotidiano pasa muy rápido. Estos memes se diluyen con facilidad debido a que su contenido no es de "saber filosófico" o trascendental/histórico, como que no tiene necesidad de prevalecer. Por eso se produce memes cada que un nuevo suceso acontece, y cuando se termina la relevancia de este, se pasa a otro.

**Se supone que los memes son una interpretación de la realidad. ¿Es posible la construcción de una realidad paralela a partir de los mensajes que se difunden dentro de estos productos del internet para evadir la realidad "real"?**

Las redes sirven para muchas cosas, casi siempre para compartir imágenes, videos, etc. El problema entra cuando se detalla la calificación de dichas imágenes y videos. Hay personas que las utilizan con fines netamente "interactivos", entiéndase por esto las típicas felicitaciones de cumpleaños o las publicaciones de "estoy leyendo este libro y cómo me gusta tanto, quiero compartirlo".

Pero a parte de esto, están los casos de todas estas personas que ingresan a una red social y terminan siendo parte de grupos. Estos podríamos clasificarlos en grupos trascendentes e intrascendentes. Por ejemplo, si estos individuos buscan crear vínculos comunicacionales informativos, es obvio que no se van a alienar porque tienen que proveerse de información de medios para entablar conversaciones.

Pero luego están los grupos que se enfocan más en cosas "fantásticas" como aliens, cosas esotéricas, no lo sé, tienen más probabilidades de "perderse" de la realidad y enfocarse solamente en estos temas, tanto online como offline.

Podríamos decir que los grupos de memes están en un punto medio, ya que se utilizan situaciones o hechos reales, y encuentran la manera de crear un mundo paralelo al real "real", lo que los suele alejar un poco de la realidad.

### **¿Qué tan normal es que alguien tome una realidad dura y la transforme en objeto de burla?**

Esto depende mucho del pensamiento emocional. Se podría decir que, hasta cierto punto, es normal que un individuo tome una situación difícil en su vida laboral, personal o de cualquier otro aspecto, e intente sobrellevarla a base de bromas. Pero esto tiene sus límites, y si, por ejemplo, ya existen señales de evasión constante de los problemas, puede llegar a considerarse como enajenación.

### **¿Qué función cumplen los memes en la sociedad?**

De comunicación, más que nada. Sea cual sea la intención del meme, este siempre logra comunicar algo.

### **Psicólogo-David Aguirre**

### **¿Qué es lo primero que se le viene a la cabeza cuando escucha la palabra meme?**

Lo primero que se me viene a la cabeza es la idea de un sentimiento generalizado puesto en imágenes de algo que algún momento todos hemos vivido. Esto hasta el punto de que puede crear una comunidad.

Hace poco hice un doctorado sobre los memes, pero digamos que se alejaba de las percepciones teóricas tradicionales, y se enfoca en estudios culturales. En este explicaban cómo estas piezas o imágenes se convierten en retratos de experiencias compartidas. Eso me hizo crear una noción personalizada sobre ellos.

### **¿Experiencias compartidas?**

Si, por ejemplo, hay veces en las que los memes ‘gringos’ se vuelven virales en espacios latinoamericanos debido a que las situaciones retratadas dentro de estos son parecidos a las nuestras. Se identifican.

### **¿Cuál es su opinión general acerca de los memes?**

Que son importantes porque sirven como herramienta o como mensaje identificadorio entre comunidades.

**¿Sigue a alguna página de memes que tenga alguna característica o se autodenomina como ‘nacional’?**

Si. No muchas en la actualidad, antes era seguidor de Guayaco Batracio, una de las cuentas más representativas de memes, ‘El Albán Borja’ y BatiCholo.

**¿Cómo influye el humor para mantenernos sanos mentalmente?**

El humor es una de las formas del inconsciente de las que habla Freud junto a otras como el ‘sueño’ y el ‘olvido’. Este autor lo señala como formas que ayudan a l individuo a no sufrir o de encubrimiento.

En el caso de los memes, estos son piezas que casi siempre retratan situaciones trágicas de manera graciosa como para amortiguar la dureza de dichas situaciones.

Yo creo que el humor es una forma de sobrellevar el ‘horror’ del día a día.

**¿Cuál cree que sea la razón por la que las personas disfrutan tanto ver y compartir memes?**

Esto de publicar y compartir memes puede ser visto como una forma de lidiar con lo angustiante.

Uno de los escenarios que se pueden considerar es el de los inicios de la pandemia. Se pudo evidenciar una sobreproducción de memes debido a las noticias sobre el tema, incluyendo el de las muertes. Pero esto se hizo tan frecuente que llegó hasta el punto de que se realizó una pregunta ética de ‘¿Cómo alguien se puede reír de la muerte o del nivel de tragedia mundial?’

En lo personal pienso que justamente para eso funcionaron los memes, para hacer un trámite entre lo que sí y no puede ser nombrado.

**¿Cuál es la necesidad de los individuos de consumir contenido tan rápido? ¿Por qué se desechan tan rápido estos memes?**

Esto está muy asociado con los tiempos que se están viviendo. Tiempos de capitalismo salvaje, no como una perspectiva económica, sino como una perspectiva ideológica donde hay un ciclo de consumo y desecho de forma fúrica, que hace que todas la producciones multimedia no perduren.

En una de las clases que doy, justamente traje este tema, en donde explicaba que las cosas ya no son como antes. Por ejemplo, ya no es común ver la prevalencia de las grandes bandas musicales como The Beatles, Led Zeppeling, Metallica o Aerosmith. Las bandas que salieron hace unos años, y que ya se separaron, quedaron más o menos en el olvido o fueron desechadas. Y para recuperar eso, sacan nuevas, y el ciclo se va repitiendo.

Y en el caso de los memes, que al igual que el resto de cosas que ya mencioné, es un producto cultural, le pasa lo mismo de este ciclo de consumo y desecho. Pero hay casos en los que el meme puede llegar a sobrevivir, dependiendo de las modificaciones que se le hagan.

### **¿Es esta una actividad sana para el ser humano y la sociedad en general?**

El tema de lo que es ‘sano’ es algo muy subjetivo, pero yo sí creo que el tratamiento de los memes permite que se haga o se emita una respuesta ante lo traumático, lo que puede terminar siendo un arma de doble filo.

Esto centrándose en la idea de que se pueden utilizar estos memes para evitar o afrontar la realidad que se vive. Esta acción natural del humano. Este tipo de neurosis es fruto de todo lo que rodea a los individuos más el hecho de que debemos desenvolvemos en una sociedad que te lanza muchas cosas al mismo tiempo.

### **¿Cómo estas piezas de carácter humorístico afectan el desarrollo individual y social de una persona?**

Los memes se masifican, y fruto de la masificación llegan las múltiples interpretaciones de los memes. Esta característica permite la formación del criterio personal de un individuo sobre un tema. Por ejemplo, recientemente se hizo popular este tema de las ‘red flags’ de una persona, o este caso de las ‘morras básicas’, los cuales ayudan a formar las posibles perspectivas sobre un tema o un grupo de personas a lo largo de nuestra vida.

Esto puede llegar a ser bueno como malo. No quisiera moralizar a los memes, sino más bien analizarlos desde una perspectiva más inclinada hacia los efectos que estos tienen en la sociedad.

## **Mememero- Anónimo-Administrador de Guayaquil Posting 2.0**

**Edad:** 23 años

**¿Qué es lo primero que se le viene a la cabeza cuando escucha la palabra meme?**

**Un concepto breve desde su punto de vista.**

Para mí, meme es una imagen o video que tiene como fin hacer mofa o crítica de alguna situación ajena o propia

**¿Cuál es su opinión general acerca de los memes?**

Los memes son una manifestación visual que mantienen una capa de humor y buscan generar diversas opiniones.

**¿Cómo llegó a ser creador de memes?**

Siempre fui seguidor de los memes, y realicé algunos durante mi adolescencia, por supuesto, sin ningún tipo de éxito a nivel de las redes sociales como ahora, sin embargo, en mi etapa de joven adulto decidí crear esta página para 'ecuatorianizar' ciertos memes internacionales y crear otros en base a situaciones o contextos poco expuestos en el país.

**¿Cuál es el proceso creativo detrás de los memes? Ustedes los administradores se ponen de acuerdo sobre los temas, el tipo de humor, la hora de publicación y otros aspectos parecidos?**

El proceso detrás de los memes si mantiene una organización, los administradores nos ponemos de acuerdo mediante un chat de WhatsApp, allí enviamos el meme o los memes realizados en el día, escogemos cuál de los enviados se acopla mejor con algún contexto en el país, o bien, el que englobe de mejor manera alguna situación que probablemente muchos atravesamos o estamos atravesando, el humor en el que nos solemos basar varía en grandes aspectos, aunque en varias ocasiones tratamos de utilizar como base el 'shitposting' o la ironía para crearlos, posterior a aquello, uno de los administradores se encarga de subir el meme a una hora que considere adecuada puesto que para eso no existe un horario fijo.

### **Desde su punto de vista, ¿Qué elementos debería ir de cajón en un meme?**

Debe tener sí o sí una imagen o video el cual se pueda utilizar como lienzo, programa de edición básico o profesional según el conocimiento del administrador y la crítica u opinión que se busca exponer o mofar.

### **¿Cualquier cosa puede llegar a ser un meme?**

Como todo en la vida existe un límite, aunque muchos aseguran que para el humor no es así, ya que existen varios memes que inclusive se mofan de manera inapropiada ante enfermedades, siniestros y demás cosas indebidas (llamado también humor negro), lo cual me parece totalmente ofensivo porque pasaría de ser una mofa/crítica para ser un ataque, lo cual ya tergiversa la idea principal de los memes, así que al menos para mí, como para los administradores no todo puede ser tomado como humor.

### **¿Tienen algún tipo de código de ética o tienen un editor general que revisa los contenidos?**

El principio por el cual nos guíamos es la mera sátira y crítica social, incluyendo la misma burla ante situaciones que atravesamos, bajo ese aspecto nos basamos para evitar controversias con algún grupo social o bien, con nuestra propia ética, esto conlleva a evitar burlas antes hechos lamentables como pueden ser accidentes de tránsito, maltrato humano y animal.

### **¿Cuál es su objetivo como colectivo creador de memes?**

Que las personas sean seguidoras o no de la página, al ver el meme logren recordar la situación a la cual se hace referencia y puedan sentirse identificados e incluso alegres, tristes o el sentimiento que les genere ver la publicación, y en situaciones más generales, que puedan verter sus opiniones al respecto.

### **¿Qué ganan haciendo esto?**

Hablando a nivel de página, ganamos likes, reacciones y seguidores; a nivel de persona; que muchos puedan identificarse con lo publicado y se sientan parte de una comunidad, en otras palabras, apoyo.

### **¿Cuál considera que es el futuro de los memes?**

Considero que los memes evolucionarán tanto al punto que se diversificará aún más el tipo de mofa o crítica que se realiza, al punto de seccionar a quienes los usan y tal vez inclinarnos a alguna red social donde se den más los que son de su agrado.

### **Académico 1- Marco López**

### **¿Cuál es su opinión general acerca de los memes?**

El meme es una forma de expresión social y una transformación del lenguaje. Pero socialmente, hemos aprendido a ver al meme como esta cosa divertida que a veces me aparece o me comparten. Muchos de estos nos llaman a reflexionar ciertas situaciones de la vida.

Es importante tener este último aspecto en cuenta ya que el meme tiene una particularidad muy importante para su función. Esta es la de cumplir el rol del ‘‘no hablante’’ según la teoría de Richard Dawkins, ya que no está hablando. Simplemente muestra una imagen alusiva a algo.

### **Según algunos teóricos, los memes son considerados ‘‘snacks culturales’’ ¿Por qué cree se los denomina así?**

No me parece una analogía muy apropiada, porque el snack es un consumo rápido y listo. Lo que en realidad sucede, es que el meme tiende a trascender.

El producto o meme no solo se crea y ya. Tal vez este se use de manera masiva por un buen tiempo y luego sea opacado por otros memes, pero estos suelen resurgir cuando existen momentos de tensión social que este meme representa.

Tal vez una forma de explicar al meme dentro de una estructura social sería como una forma lingüística representativa construida con una retórica construida con una imagen y el discurso social.

### **En relación con la pregunta anterior, los memes son un reflejo de la sociedad o comunidad, ¿Qué tan inmerso o atraído hacia algo tiene que estar un individuo para poder comprender el contenido que se aborda dentro de los memes?**

La codificación visual que un meme ofrece no está limitado al conocimiento contextualizado de la cultura o sociedad donde aterriza. Este es un símil intercultural. O sea, que más bien caracteriza de manera genérica situaciones de la sociedad con elementos propios del lugar o persona.

Todos vivimos cosas parecidas. Somos un gran meme social.

**¿Entonces no es necesario el tener conocimientos del entorno para poder producir un meme?**

Exacto. Más bien el meme se adapta dependiendo de la persona o el lugar. Puedes llegar a hacer un meme sobre un tema en una y modificarlo en un dispositivo y listo. Tienes tu propio meme.

**En 1995, se mencionó en un artículo de investigación sobre los memes y los imaginarios sociales este último se define como “representaciones colectivas de los sistemas de identificación, integración y que hacen visible la invisibilidad social”. Desde su punto de vista ¿qué tanto ha podido evolucionar esta perspectiva desde entonces?**

Hoy en día, la cultura se transmite entre los seres vivos, a través de esta transmisión contextualizada o codificada de las nuevas formas del lenguaje. Y tal vez el meme no tenga la forma de una gran estructura, pero sigue siendo un mensaje directo y simple.

**Con el boom del internet a principios de los 2000s y luego el de las redes sociales en los 2010s ¿Qué tan importante, desde su punto de vista, ha sido el papel de estas para la popularización de los memes en las redes sociales?**

El meme sin tecnología no vive. Muy a parte del internet y las redes sociales, siempre he pensado que sin un dispositivo (celular, pc, tablet), estos dos no servirían para nada. Al internet solo le doy el 10% del crédito, el resto somos nosotros que transformamos la comunicación y la forma en la que nos comunicamos, y debido a esto es como el meme aterriza a nosotros como producto comunicacional.

Esta “convergencia de medios” que menciona Jenkins, da cabida a que un meme trascienda más allá y logra que la idea de uno se convierta en la idea de muchos.

Otra cosa que se debe mencionar es que ahora han aparecido aplicaciones o herramientas exclusivas para la creación de memes

**¿Consideraría a los memes de internet como una pieza discursiva?**

Por su puesto. Hay que entender a los memes y todos estos nuevos métodos de comunicación como los stickers y los gifs como un discurso estructurado. Tal vez no uno tan complicado como el discurso sofista de origen griego, sino como un discurso social. Uno construido por y para las personas comunes y corrientes.

**¿Sigue a alguna página de memes que tenga alguna característica o se autodenomina como ‘nacional’?**

Si, sigo varias. Por ejemplo, hay una que se llama “Del norte para el mundo” cuyos administradores son de la provincia del Carchi. Y justo tengo raíces originarias de por allá, así que lo considero más que chistoso.

Otros son Guayaco Batracio o Crudo Ecuador, pero estos lamentablemente se han politizado mucho. Además de que se centran mucho en sus problemáticas locales o cercanas.

**O sea, que se han seccionado. ¿Pero esto no altera el objetivo general del meme de englobar a una población general?**

Se podría decir que si. Por mucho que estas páginas dedicadas a producir memes “ecuatorianos”, hayan comenzado a hablar de temas generales, ya no lo hacen. Eso crea una división a pesar de que muchas de las situaciones se parecen. Estas siguen enfocándose en situaciones locales en vez de una que englobe a todo el país.

Y eso es un error del meme, porque está hecho para hablar de estos puntos que provoca que todos nos riamos o burlemos de la realidad que todos vivimos.

**Dentro de los parámetros de análisis de mi investigación, se elaboraron varias tablas y la segunda corresponde a ciertas categorías que evalúan al autor de las piezas (memes) utilizadas para esta investigación, y entre ellas está un apartado referente a las marcas sociales del autor. Como resultado de un análisis previo, se comprobó el uso de ciertas situaciones o personajes “populares” dentro de la cultura del público objetivo, ¿Qué tan necesario cree que sea el uso de estos**

**recursos para lograr una recepción efectiva del mensaje transmitido por el meme?**

Es muy importante, por la codificación. Entiéndase por estos, como rasgos que se colocan para que las personas digieran o identifiquen esta información. La audiencia en general busca estos aspectos o “detonadores sociales” que ayudan a las personas a reírse, enojarse, a reaccionar en general. Y ahí es donde yace el éxito del meme.

Si uno de estos falta, la audiencia simplemente se desconecta.

**Otra categoría que se aplicó en esta misma tabla son las marcas de estilo del autor. Este se centra más en, como dice el mismo nombre, en marcas o ciertas pistas que diferencian a un individuo no solo en la vida real, sino también en las redes sociales. Según los resultados, el posible autor o autora tiene libre albedrío de crear su meme usando los componentes (imágenes y textos) que crea necesarios para transmitir su mensaje y remarcar que es de su autoría ¿Cuál cree sean los motivos que llevan al autor a escoger dichos elementos? Y ¿Qué tan necesario cree que sea para un individuo el querer resaltar dentro del océano del internet y las redes sociales?**

Es un tema de posicionamiento que busca una persona que se dedica a hacer memes. Por más informal que sea, sigue siendo un trabajo. Yo lo denomino como “el trabajo de las ideas”, porque lo que la gente hace es construir una idea a través de un meme y difundirla para que la gente lo vea. Es por eso que existe una firma, un estilo.

Depende mucho de la línea que sigue. Si todos son memes políticos, sociales, etc. Esto demuestra las “especialidades” del autor de los memes. Y le va a ayudar a sobresalir entre el montón. En cambio, si no tiene una línea marcada, es muy difícil distinguirla.

**Por ejemplo, en la página de mi caso de estudio, ellos hacen muchas referencias a la cultura pop como series, películas, etc. Entonces ¿ellos pueden escoger cualquier cosa que ellos quieran dependiendo de la situación que quieran retratar?**

Claro, porque están trabajando lo que se conoce como adaptación del discurso.

No necesariamente están tomando una forma para hablar o denotar su tono y estilo del mensaje, sino que toman las famosas imágenes adaptables de películas o series. Es una adaptación de algo que está hecho para hablar de un tema actual.

Estamos colocando nuestro discurso memético sobre un formato que ya existía desde hace mucho tiempo. Pero aún así ya se está marcando su línea al usar constantemente referencias a la cultura pop.

**Siguiendo con la misma tabla, otro apartado es el de los valores ideológicos del autor. Y de acuerdo con el análisis que se mencionó previamente, se pudo demostrar de manera implícita las posibles corrientes de pensamiento que sigue el mismo, ¿Considera que esto pueda ser tomado como algún tipo de uso propagandístico para el público a quien se le exhibe el meme?**

Si tiene un nivel muy marcado para dar un seguimiento sobre un tema más que nada político (un candidato, un partido político, algún presidente famoso), y ataca a o embellece a este, lo más probable es que si busque crear cierto tipo de propaganda. Pero si no, tiene una línea específica, entonces no. Es pura adaptación.

**En el apartado Función Discursiva de la tercera tabla utilizada dentro del estudio, se condensa toda la información analizada en las matrices anteriores. Y de acuerdo con los resultados de análisis, estas piezas demuestran las diferentes formas en las que se puede moldear el contenido divulgativo ¿Cree posible que estas piezas humorísticas reflejan una vía en la que el autor expone su ideología o simplemente quiere provocar gracia en el internet?**

Pienso que se reparte entre un 70% de gracia y un 30% un mensaje marcado. Hay que tener en cuenta que, para nosotros como creadores y consumidores de memes, existen ciertas cosas o aspectos que nos provoca gracia al igual que a las personas a las que se las compartimos, pero en ciertos casos no.

Al final, el mensaje que este tenga va llegar a todo el mundo y va a crear una reacción dependiendo de la interpretación de la persona.

**En la misma tabla hay un apartado que explica los elementos que se modificaron o ajustaron para entrar en lo que nosotros conocemos como “contexto ecuatoriano”, pero aún así, estos comparten el mismo espacio con referencias**

**extranjeras. Esto, más que nada, se debe a la globalización, pero ¿Hasta qué tan arriesgada considera esta mezcla? ¿Puede existir la posibilidad de que el mensaje o discurso se pueda perder si no se usan cierta cantidad de elementos característicos de un grupo de personas?**

No creo que se pierda. Hay un término algo reciente conocido como glogaclización. El cual describe como una población, después de estar tan expuesta al ‘‘mundo exterior’’ debido a la globalización, ha adquirido o ha tomado como propios ciertos aspectos que vienen de afuera. Y es a partir de eso que la adaptación se hace de manera mucho más fácil, y la comprensión del mensaje, por muy fusionado que esté con estas referencias de afuera, aún pueda ser entendido de manera sencilla hasta con el mínimo grado ‘‘fusión cultural’’.

### **Académico 2 – Cecilia Vera**

**¿Qué es lo primero que se le viene a la cabeza cuando escucha la palabra meme?**

Un gráfico ingenioso que trata sobre un tema actual para advertir, ironizar o criticar.

**¿Cuál es su opinión general acerca de los memes?**

Positiva. Creo que logran una amplia comunicación que el texto tradicional lo tiene pero en menor escala.

**¿Sigue a alguna página de memes que tenga alguna característica o se autodenomina como ‘nacional’?**

No. Pero me llegan muchos por las redes sociales. Y los disfruto.

**Para Van Dijk, el discurso es una pronunciación, hablada o escrita, que caracteriza la variedad de situaciones informales e institucionales que conforman nuestras sociedades, con el fin de realizar actos sociales, políticos o culturales en diversos contextos locales. Después de todos estos años estudiando y enseñando acerca de este tema, ¿cuál sería su concepto personalizado de lo que es un discurso?**

Mantengo una de las mejores y más cortas definiciones de Van Dijk: lenguaje en uso.

**El internet es una de las herramientas más utilizadas al momento de comunicar una idea. Desde su punto de vista ¿cómo describiría usted la importancia de esta herramienta al momento de divulgar un discurso y cómo ha ayudado a la evolución de este?**

Internet ha contribuido mucho a la divulgación de los discursos pero así mismo a la distorsión y mal uso de estos.

**Macdonell (1986) afirma que el significado de las palabras usadas para emitir un discurso dependerá del contexto en el que se diga. Esto debido a que incluso las mismas palabras pueden usarse con diferentes significados dependiendo de a quien se esté dirigiendo el emisor. Si hablamos de los memes de internet, ¿qué tan necesario cree que sea el uso de referencias a ciertas situaciones o de personajes ‘populares’ dentro de la cultura de dicho público para lograr una recepción efectiva del mensaje transmitido?**

Todo discurso para su completa comprensión está relacionado con el contexto. Por lo tanto del de los memes también. Así que es más que crucial el uso de referentes para una aterrizaje o recepción efectiva del discurso.

**Después de haber consultado diversos postulados acerca de la ideología y su papel en el discurso, se llegó a la conclusión de que el emisor elabora el discurso consciente de su posición dentro de un grupo y busca exponer las virtudes de su ideología y favorecer la percepción de aquellos que piensan igual. Pensando un poco en las intenciones de estos memes ¿Cree posible que estas piezas humorísticas sean una vía en la que el autor exponga su ideología o simplemente quiere provocar gracia en el internet?**

Para nada solo gracia. Todo discurso tiene una carga ideológica pensando este concepto desde lo cultural. Sea cual sea el formato (oral, escrito, via la web), siempre va a haber algún rastro ideología dentro del discurso.

**¿Cuál cree que sea la razón por la que las personas disfrutan tanto ver y compartir memes?**

Dice una famosa teórica de la comunicación, Beatriz Sarlo que cada vez más vivimos sumergidos en la cultura de la imagen que va borrando la de la letra.

**El discurso de los meme no es estático, ¿usted consideraría positivo esta facilidad que tienen los memes para ser interpretados de diferente manera? Teniendo en cuenta los diferentes antecedentes que puedan tener los receptores.**

Eso es inevitable. Pues ningún discurso es estático, siempre se encuentra la manera de seguir propagándolo e interpretándolo. Y si, siempre dependerá de los antecedentes de los sujetos para dicha interpretación.

**Siguiendo con la misma idea, ¿qué opina acerca de la voracidad con la que son generados y consumidos los discursos en internet? ¿Cuál cree que sea la razón?**

Creo que la razón principal es que son muy accesibles y en general simples. La mayoría fáciles de entender y en general hay una paridad. Leo a alguien igual a mí. No tiene que ser como el autor de un libro que generalmente es ilustrado o especializado.

**Después de lo que se comentó, ¿Consideraría a los memes de internet como una pieza comunicacional/discursiva?**

Sí. De hecho lo son.

**Por último, desde su punto de vista, ¿cuáles son los elementos o aspectos que se deberían tomar en cuenta a la hora de querer analizar un discurso?**

El tema, el orden que se prefiere para estructurar los enunciados en bloques de sentido, el poder que ejerce ese discurso, quien lo ejerce y hacia quien va dirigido ese ejercicio de poder.



## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Velázquez Castro, María Sol** con C.C: # **0931049225** autor/a del trabajo de titulación: **Análisis del discurso de los memes dentro del contexto cultural ecuatoriano durante la pandemia del Covid-19 Caso: Ecuadorean Wave ミームズ**, previo a la obtención del título de **Licenciatura en Comunicación Social** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 12 de febrero de 2022

f. \_\_\_\_\_

Nombre: Velázquez Castro, María Sol

C.C: 0931049225



## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	Análisis del discurso de los memes dentro del contexto cultural ecuatoriano durante la pandemia del Covid-19 Caso: Ecuadorean Wave ☹️ — Δ ζ		
<b>AUTOR(ES)</b>	Velázquez Castro, María Sol		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Cristian Arnulfo Cortez Galecio		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación		
<b>CARRERA:</b>	Comunicación Social		
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	Licenciada en Comunicación Social		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	<b>12 de febrero de 2022</b>	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	<b>233</b>
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Meme de internet, discurso, comunicación		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	Memes, internet, comunicación digital, identidad social, Facebook, redes sociales.		
<p><b>RESUMEN/ABSTRACT:</b> La pandemia de COVID-19 que llegó a Ecuador a inicios del 2020 impactó con gran magnitud al entorno social, tanto que las interacciones traspasaron el espacio físico y se mudaron a los espacios digitales. Es ahí donde entran las redes sociales y empiezan a cumplir con el rol, no solo de entretener, sino de dar cabida a la creación de piezas informativas de carácter divulgativo. Es por esta razón que este estudio analiza la construcción discursiva de los memes publicados por la página de Facebook, Ecuadorean Wave ☹️ — Δ ζ, con el fin de retratar de manera sintetizada lo que los ciudadanos ecuatorianos experimentaron durante el inicio de la pandemia.</p> <p>Para esto, se toman como referencias a la Teoría del Meme de Internet de Gabriel Pérez Salazar, y estudios desarrollados a partir de este. Así mismo, se contemplan investigaciones relacionadas con el comportamiento de los usuarios en redes sociales y las diversas teorías del imaginario social, ya que estos aspectos son de vital importancia para entender al usuario, su ‘‘proceso creativo’’ a la hora de crear una identidad es un espacio digital y su capacidad de inmersión con otros usuarios. Un análisis del discurso, desarrollado a partir de esta investigación puede facilitar su estudio. Así también, el empleo de entrevistas con especialistas y expertos aportarían con el fin de comprender el criterio actual acerca del fenómeno de los memes y en general, lo que se publica en redes sociales y otros espacios de interacción entre usuarios.</p>			
<b>ADJUNTO PDF:</b>	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593 993984582	<b>E-mail:</b> solaris1998@homail.com	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):</b>	<b>Nombre:</b> León Molina, María Auxiliadora		
	<b>Teléfono:</b> +593-4-2209210		
	<b>E-mail:</b> maria.leon10@cu.ucsg.edu.ec		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>			
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>			
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>			