



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

TITULO DEL ENSAYO

Los Memes como un factor importante en la dinámica comunicativa
de la opinión pública en la ciudad de Guayaquil

AUTOR

Lic. Bolívar Eduardo Torres Carpio

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del grado académico en
MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN

TUTOR

Lic. Remigio Gonzalo Pisco Sánchez, Mgtr.

Santa Elena, Ecuador

Año 2024



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por el Instituto de Postgrado de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

**Lic. César Arízaga Sellán, Mgtr.
COORDINADOR DEL
PROGRAMA**

**Lic. Remigio Gonzalo Pisco
Sánchez, Mgtr.
TUTOR**

**Lic. Gerzon Cochea Panchana, Mgtr.
ESPECIALISTA**

**Lic. David Echeverría Maggi, Mgtr.
ESPECIALISTA**

**Ab. María Rivera González, Mgtr.
SECRETARIA GENERAL UPSE**



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

CERTIFICACIÓN:

Certifico que luego de haber dirigido científica y técnicamente el desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos, razón por el cual apruebo en todas sus partes el presente trabajo de titulación que fue realizado en su totalidad por Bolívar Eduardo Torres Carpio, como requerimiento para la obtención del título de Magíster en Comunicación.

Atentamente,

Lic. Remigio Gonzalo Pisco Sánchez, Mgtr.
C.I. 1305901306
TUTOR



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Bolívar Eduardo Torres Carpio

DECLARO QUE:

El trabajo de Titulación, Los Memes como un factor importante en la dinámica comunicativa de la opinión pública en la ciudad de Guayaquil, previo a la obtención del título en Magíster en Comunicación, 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.

La Libertad, a los 29 días de enero de 2024

Lic. Bolívar Torres Carpio
C.I. 0927206409
AUTOR



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

AUTORIZACIÓN

Yo, Bolívar Eduardo Torres Carpio

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de Los Memes como un factor importante en la dinámica comunicativa de la opinión pública en la ciudad de Guayaquil, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta investigación dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

La Libertad, a los 29 días de enero de 2024

Lic. Bolívar Torres Carpio
C.I. 0927206409
AUTOR



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA
DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
INSTITUTO DE POSTGRADO**

CERTIFICACIÓN DE ANTIPLAGIO

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado Los Memes como un factor importante en la dinámica comunicativa de la opinión pública en la ciudad de Guayaquil, presentado por el estudiante, Bolívar Eduardo Torres Carpio fue enviado al Sistema Antiplagio COMPILATIO, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 4%, por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

 **INFORME DE ANÁLISIS**
magister

Antiplagio gtrabajo Bolivar Eduardo Torres Carpio

4%
Textos sospechosos

4% Similitudes
< 1% similitudes entre comillas

0% Idioma no reconocido

0% Textos potencialmente generados por la IA

Nombre del documento: Antiplagio gtrabajo Bolivar Eduardo Torres Carpio.docx	Depositante: GONZALO PISCO SANCHEZ	Número de palabras: 10.067
ID del documento: c39d7f98c99d14edd82f8eb7af4bb54c3f36300e	Fecha de depósito: 8/12/2023	Número de caracteres: 66.129
Tamaño del documento original: 1,45 MB	Tipo de carga: interface	
	fecha de fin de análisis: 8/12/2023	

Ubicación de las similitudes en el documento:

Lcdo. Remigio Gonzalo Pisco Sánchez, Mgtr.
C.I. 1305901306
TUTOR

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi profundo agradecimiento a Dios y a todas las personas que contribuyeron al desarrollo de este ensayo. En especial, agradezco a la Phd. Paola Cortez y al Mgtr. Gonzalo Pisco, cuya orientación y apoyo fueron fundamentales para comprender y guiar esta investigación. También quiero agradecer a mi querida familia y amigos, quienes siempre me apoyan en cada nueva etapa de mi vida.

Bolívar Eduardo Torres Carpio

DEDICATORIA

A mis amados padres, quienes han sido mi fuente inagotable de inspiración y apoyo a lo largo de este arduo camino. Mamá, tu amor incondicional ha sido mi luz en los momentos oscuros, guiándome con ternura y sabiduría. Papá, tu firmeza y valentía me han enseñado a enfrentar los desafíos con determinación. En este esfuerzo, les dedico cada línea escrita como un tributo a la dedicación que han depositado en mi vida. Vuestras enseñanzas han sido el cimiento de mis logros, y cada palabra plasmada lleva el eco de sus consejos sabios y amorosos, quiero expresar mi gratitud eterna, reconociendo que cada éxito alcanzado es el reflejo de su amor y sacrificio.

Bolívar Eduardo Torres Carpio

ÍNDICE GENERAL

Contenido

TITULO DEL ENSAYO	I
CERTIFICACIÓN	III
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD.....	IV
AUTORIZACIÓN	V
DERECHOS DE AUTOR	V
CERTIFICACIÓN DE ANTIPLAGIO.....	VI
AGRADECIMIENTO	V
DEDICATORIA	VI
ÍNDICE GENERAL	VII
ÍNDICE DE TABLAS	IX
ÍNDICE DE APENDICES.....	IX
RESUMEN	X
ABSTRACT.....	X
INTRODUCCIÓN	2
DESARROLLO	4
Estado del Arte	4
Teorización de la investigación.....	7
Los Memes	7
La Memética	7
Revisión histórica	8
Taxonomía de los memes	8
Clasificación	8
Fenómeno viral.....	9
Engagement	9

Dinámica comunicativa	10
Comunicación patológica	10
Relaciones sociales en medios digitales	10
Nuevas tendencias comunicativas	11
Evolución interpretativa	11
Práctica Comunicativa: Rumores	12
Riesgo y percepción.....	12
ASPECTOS METODOLÓGICOS	13
ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	15
CONCLUSIONES	19
REFERENCIAS.....	20
APENDICE.....	23

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.....	37
Tabla 2.....	16
Tabla 3.....	16

ÍNDICE DE APENDICES

APENDICE A.....	23
APENDICE B.....	25
APENDICE C.....	27
APENDICE D.....	29
APENDICE E.....	31
APENDICE F.....	32
APENDICE G.....	33
APENDICE H.....	35
APENDICE I.....	37
APENDICE J.....	39
APENDICE K.....	41

RESUMEN

El ensayo científico tiene como propósito determinar la incidencia de los memes en la dinámica comunicativa de la opinión pública de los guayaquileños, considerando la semiótica de los memes en cuanto a sus características y contenido que llevan, además de cómo la opinión pública forma parte de las redes sociales actualmente. La investigación utiliza una metodología descriptiva no experimental con enfoque cualitativo, analizando memes relevantes en el contexto del hecho noticioso del video sexual de la aerovía de Guayaquil, sucedido el 11 de julio del 2023. Los resultados revelan que los memes que tienen enfoque humorístico, visual, originalidad y conexión con el tema original, son más virales e impactan significativamente en la interacción social, percepción y expresiones emocionales de los usuarios en redes sociales que logran influir en la opinión pública del ciudadano digital.

Palabras claves: Memes, Dinámica Comunicativa, Opinión Pública.

ABSTRACT

The aim of this academic essay is to analyse the prevalence of memes in the communicative dynamics of public opinion in Guayaquil. This includes an examination of the semiotics of memes in relation to their features and content, and an evaluation of how public opinion has become integrated into social media platforms. The study employs a descriptive non-experimental approach with a qualitative methodology, examining pertinent memes within the context of the news story featuring the Guayaquil airport sex video, which transpired on 11th July 2023. The research findings demonstrate that memes possessing a humorous and visual approach, originality, as well as a connection to the topic at hand, hold greater potential for viral transmission. Furthermore, these memes markedly affect social interaction, perception, and emotional expressions of users on social media platforms, leading to a notable influence on the public opinion of digital citizens.

Keywords: Memes, Communicative Dynamics, Public Opinion

INTRODUCCIÓN

El propósito de este ensayo es determinar la incidencia de los memes en la dinámica comunicativa y cómo pueden llegar a afectar en la opinión pública de los guayaquileños, teniendo en cuenta que la cultura es un espacio de comunicación donde el cerebro se adecúa para el desarrollo de fórmulas y acuerdos que permiten llevar la dinámica comunicativa a otro nivel. Para Tejedor et al. (2022), los memes al ser divertidos pueden disimular un discurso de resistencia y hacerlos aceptables o legales, el humor los convierte en una especie de virus adaptable a distintos ambientes como el social, el político, el económico y el cultural; además de que la replicación o viralización del meme está basada en la necesidad del ser humano de seguir tendencias y mimetizarse con la cultura, de esta manera, el meme logra replicarse, pero no idénticamente a través de las redes sociales.

En este orden de ideas, la problemática surge en que la opinión pública forma parte de las redes sociales, donde la difusión de los memes es parte de la libertad de expresión y de la dinámica comunicativa de la sociedad, debido a que los temas actuales se desligan de lo formal e institucional y son percibidos de manera honesta y natural, llegando a ser parte de la conversación colectiva del ciudadano digital. Por consiguiente, Marino (2020), menciona que la naturaleza traslacional de cualquier proceso de transmisión de información es que una idea, dentro de una perspectiva semiótica, siendo los memes entidades existentes, abre el camino hacia un nuevo paradigma en una eco semiótica evolutiva, considerándolos un tipo de texto específico que circula en el discurso social. En este contexto, se debe pensar en los memes como unidades imitativas que pueden extenderse tanto vertical como horizontalmente para formar subculturas con diversos grados de adaptación integradas a las personas y a las culturas.

Por este motivo, se plantea la siguiente pregunta: ¿Cómo contribuyen los memes en la dinámica comunicativa de la opinión pública de la ciudad de Guayaquil en la comprensión, identificación y perdurabilidad de la información?

En este sentido, es importante tener en cuenta que los memes pueden cambiar la percepción del ciudadano hacia algún tema en particular, puesto que son difundidos rápidamente y se convierten en una forma de expresión auténtica, espontánea y sin límites que puede sobrevivir al paso del tiempo e influir en la opinión pública, dado que la información social y humorística que llevan llega a tener una capacidad de transmisión viral que afecta la credibilidad del tema abordado.

El alcance de esta investigación descriptiva, tiene como referencia los trabajos más importantes hasta la fecha en contextos tanto internacionales como nacionales que permiten

explicar cómo los memes influyen en la dinámica de comunicación; también se logra identificar un hecho noticioso local del periodo 2023 que permite analizar memes significativos publicados en medios de comunicación digital para establecer según un conjunto de indicadores de interés cuales son los elementos semióticos que lleva un meme y demostrar cómo los memes inciden en la construcción de opinión pública de la población.

El presente estudio se desarrolla en correspondencia a la línea de investigación Comunicación, cultura y desarrollo social, y se ajusta a la sub-línea Economía Política y Comunicación por que proporciona un enfoque integral que atiende las expresiones culturales en el entorno mediático. Influye en la libertad de expresión y en la circulación de información de la sociedad, en términos generales puede ser un indicador de democratización de la expresión, así como de la resistencia ciudadana de ciertas narrativas dominantes.

La estructura primordial del trabajo tiene como primer elemento una introducción, donde se presentan todos los aspectos más importantes de la investigación, seguido por el cuerpo argumentativo o desarrollo de las teorías sobre los memes y la dinámica comunicativa, además se presentan conclusiones que permitan identificar los factores de incidencia en la opinión pública.

Con todo lo expuesto, se usó una metodología que se basa en un esquema descriptivo no experimental, a través de la cual se puede observar o medir fenómenos y variables tal como se dan en su contexto natural y contribuir a la idea a defender; también emplea un método inductivo y etnográfico con un enfoque cualitativo realizando un análisis de contenido de algunos memes relevantes para los guayaquileños en el año 2023 mediante una matriz de análisis de contenido y una ficha de observación, dando como resultado reflexiones preliminares acerca de la influencia de los memes en la opinión pública como un nuevo integrante de la comunicación contemporánea.

DESARROLLO

Estado del Arte

Este apartado, describe las teorías que fundamentan las variables de estudio y los argumentos del conocimiento específico acerca de los memes como un factor importante en la dinámica comunicativa y demostrar cómo puede lograr incidir en la opinión pública, estas teorías permitirán al investigador tener una percepción global, que permita llegar a reflexiones epistemológicas sobre el tema tratado.

Un punto principal para comenzar este estado del arte es conocer acerca de la semiótica de los memes, en un artículo realizado acerca de la '*Semiótica de la propagabilidad: Un enfoque sistemático de las imágenes virales a través de internet*', donde se plantea un análisis semiótico, de los diferentes tipos de memes que circulan gracias a una difusión hipertextual, transformación e imitación, se plantea que, la viralidad de los memes se debe a dos características básicas que deben estar equilibradas, que son el gancho sintáctico que es la estructura y el gancho semántico que es el elemento llamativo (Marino, 2020).

Por otro lado, hay que comprender que la comunicación patológica es la concepción sistémica del lenguaje que representa una conducta que construye relaciones sociales. En el medio digital, se extiende el concepto de que las patologías de la comunicación interpersonal son susceptibles al facilitar la ruptura cognitiva, por tal motivo, las mecánicas contraproductivas de la comunicación, estos procesos se forman de dinámicas comunicacionales que desarticulan lo social (Aguado, 2020).

Además, existe una perspectiva que valida la complejidad y la ambivalencia de la tecnología y de dinámicas comunicativas contemporáneas, que considera que al hablar de dinámicas comunicativas se debe tener en consideración tres dimensiones relacionadas entre sí: 1. La ecología de medios, 2. Los procesos de creación de significados, y 3. El impacto de la materialidad en las dinámicas sociales; ya que es posible que el surgimiento de agentes institucionales vinculados a partidos políticos, a agencias de comunicación o a sectores gubernamentales asienten la importancia de las dinámicas comunicativas adoptadas por los actores sociales e institucionales (López, 2021).

Zamora, en su estudio '*Los memes políticos como recurso persuasivo online*', cuyo objetivo fue analizar, los efectos de la viralidad de los memes y su repercusión en la audiencia social, la investigación consta de un análisis cuantitativo de los principales memes divulgados en Twitter durante los debates electorales que tuvieron lugar en la campaña electoral de 2019 en España y menciona que:

En el meme predomina una naturaleza visual frente a la textual con carga persuasiva que está vinculada a los rasgos emocionales. Los recursos persuasivos se basan en el humor y el sarcasmo como un aspecto emocional, que ayuda a tener una mayor viralidad entre la comunidad online; de esta manera de los memes sobre los debates políticos en función de los recursos retóricos, destaca la importancia del factor emocional como elemento clave para su difusión (2021, p. 700).

Sin embargo, Medina, en su tesis doctoral *'Los Memes en México. Entre la información y el entretenimiento'*, se consideró una metodología basada en un experimento que busca identificar el uso de los memes como una forma de entretenimiento o como una fuente de información, de acuerdo con los resultados obtenidos expone lo siguiente:

Los usuarios reconocen la idea que contiene un meme sin conocer el argumento de la situación real, debido a que la información de la noticia original se aleja de su contexto, pero siempre genera polaridades de rechazo o aceptación hacia la noticia transmitida. Los memes sesgan la información, expresando las opiniones y sentimientos de sus creadores ante diferentes situaciones, además de ser una nueva forma de expresarse a través del humor antes diferentes sucesos desagradables. (2020, pp. 346-352).

Este estudio indica que la información que contienen los memes no es muy reconocible, ya que expresa las opiniones y situaciones de los diferentes usuarios que transmiten y crean esa información, pero si logra una repercusión hacia la noticia.

Santiago Tejedor en su presente trabajo de investigación titulado *'Estudio comparativo sobre el potencial del meme como recurso de comunicación política: recepción, usos y significados en estudiantes universitarios (Ecuador-España)'*, cuyo objetivo es analizar el discernimiento del alumnado sobre el meme como una herramienta discursiva y estratégica en el escenario político digital, aplicando una encuesta entre 178 estudiantes para realizar un estudio comparativo, de esta manera expone lo siguiente:

El meme es una de las mejores herramientas para reclutar a la ciudadanía o polarizar a los votantes sobre un tema en particular. Son piezas comunicativas, en apariencia simple, que esconden una realidad compleja y con gran poder de incidir en la percepción ciudadana, convirtiéndose en un factor de socialización democrática efectiva en manos del electorado joven (2022, p. 151).

Desde este punto de vista, debido a que los memes en la actualidad son usados como herramientas comunicativas, tienen el poder de lograr incidir en la percepción de la ciudadanía.

Por otra parte, Fernando Esquivel, en su artículo *'Los Memes como arma electoral'*, analiza cómo se utilizaron los memes en las elecciones y el papel que desempeñaron en las preferencias de voto de la ciudadanía, determina bajo una investigación descriptiva, donde se centró en la revisión de los memes publicados en Internet durante la campaña electoral que se desarrolló del 2015 lo siguiente:

Cuando los memes son emitidos con carga informativa negativa, tiene la posibilidad de emitir mensajes de ataque a través de las Redes Sociales. Al no poder identificar la fuente de creación de los memes, es imposible identificar si la información es real o solo es intencional para desprestigiar la noticia, debido a que su uso puede resultar de una gran influencia en las decisiones que tomen los usuarios (2017, pp. 182-183).

Bajo este esquema, un meme con carga negativa, con la información correcta, puede llegar a incidir en la toma de decisión de una persona, tal como menciona Tejedor en su trabajo antes mencionado.

El siguiente artículo cuyo tema es *'El Meme como herramienta para informar desde los medios en línea de Ecuador'*, esta investigación que plantea una metodología mixta aplicando la técnica de análisis de contenido, tiene como fin dar a conocer cuáles son las características que tienen los memes publicados por medios de comunicación, para Guanoluisa “el uso de un enfoque interactivo en la comunicación mediante memes invita a la audiencia a participar en la comprensión del contenido, lo que puede mejorar la relación entre los medios de comunicación y su público” 2023, p. 14)

En este contexto, los memes parecen ser una herramienta sumamente útil para transmitir información periodística, porque promueven una interacción más activa y comprometida con la audiencia.

Teorización de la investigación

Los Memes

Para describir un meme, no solo se debe tomar en cuenta lo que sucede desde la era digital de la comunicación, es un concepto mucho más amplio que comprende la difusión de ideas, expresiones, situaciones e imágenes; y, más antiguo de lo que se cree. Según Leach (1989), los signos no surgen de manera separada, siempre son miembros de un conjunto de signos contrastantes que operan en un contexto cultural particular, transmitiendo información junto con otros signos y símbolos en el mismo argumento, teniendo en cuenta que cuando se usan símbolos verbales o no verbales para transmitir información, se crean límites artificiales en un área que invita a la reflexión.

Los memes gozan de tanta popularidad que se han convertido en una realidad cotidiana para las personas que usan las diferentes redes sociales; cabe recalcar que un meme es más que una simple expresión visual, es una expresión cultural con capacidad de imitar, circular y transformar nuevas experiencias culturales compartidas que genera nuevas reacciones y nuevos memes, debido a que en otros argumentos culturales son reapropiados por individuos de otras partes del mundo, adaptándolos a su entorno (Bueno, 2022).

La Memética

Existe un proceso evolutivo en la cultura que no está determinado a la genética, sino a la asimilación que permite la transferencia de elementos culturales de una persona a otra, dando lugar a la formación dispersa de temas culturales. Debido a este proceso de asimilación nació una corriente evolucionista llamada la memética que considera que la cultura ha nacido no sólo como consecuencia de la selección para la supervivencia de los organismos, sino que existen otras entidades que se denominan memes y que comparten con los genes las propiedades replicadoras, como una unidad teórica cultural (Vélez, 2013). Se podría decir que los memes son una forma de transferencia de información que se adentra en las mentes individuales y afecta la conciencia. El surgimiento de la corriente memética contemporánea se remonta a la segunda mitad de los años 80. '*Temas metamágicos*', de Douglas Hofstadter en *Scientific American*, desempeñó un papel influyente, al igual que su libro homónimo publicado en 1985. La base de la memética moderna completa fue lanzada por Douglas Rushkoff en su libro '*Media Virus: Hidden Agendas in Popular Culture*' en 1995 (Academia Lab, 2023).

Revisión histórica

Por otra parte, la teoría memética reconoce las interrogantes sobre la transferencia cultural desde una perspectiva evolucionista, desde el punto de vista de Dawkins (1993, como se citó en Rey, 2021) contempla al gen replicador como un componente con propiedades para crear copias que contienen información cultural que se acoplan en el medio para continuar con su difusión. Por lo cual, la teoría memética se basa en el estudio de los memes como unidades reproductoras de información cultural con propiedades relacionadas con la memoria y la imitación; esta información cultural es transmitida a través de unidades que van configurando técnicas complicadas de conducta (Rey, 2021). Siguiendo estos principios, es claro que la historia humana ha sido moldeada en gran medida por la transmisión de memes o estructuras meméticas a través de expresiones culturales.

Taxonomía de los memes

La memésfera está invadida por distintos tipos de material multimedia, donde los contextos y situaciones son siempre distintos dependiendo del lugar en que se usan, pero los memes siempre encuentran una forma de propagarse y adaptarse a su nuevo entorno, ya que son el medio ideal para la propagación cultural, cargados de un poder descriptivo e interpretativo basado en el humor e inmersos en referencias de la cultura popular y en forma de imágenes poco comunes y extravagantes, derivando a la existencia de clasificaciones realizadas por diversos estudiosos que identifican las características necesarias para un meme a partir de la definición y el alcance (Medina, 2020), es decir, cada tipo de meme va a establecer las circunstancias de las acciones en la red social donde resida y se distribuya.

Clasificación

Con relación a la taxonomía en torno al meme en internet, se establece una clasificación de memes a partir de las categorías mencionadas anteriormente por Dawkins, para Medina (2020), esta clasificación es para los memes que persisten en la web y determinan su clasificación según su alcance:

- 1) Fidelidad de la copia: cuanto menos haya variado el meme, mayor fidelidad
 - a) Replicadores: la reducida variación los mantiene con alta fidelidad.
 - b) Metamórficos: mantienen pocas de las características originales, son totalmente alterados y reinterpretados.
 - c) Miméticos: sufren mutaciones y recombinaciones, pero la idea esencial se mantiene sin alteraciones.

- 2) Longevidad: replicación del meme en un determinado periodo de tiempo.
 - a) Persistentes: son memes que se replican durante largos periodos de tiempo.
 - b) Volátiles: tienen un corto periodo de vida, son dejados en el olvido o sufren modificaciones que los convierten en un nuevo meme.
- 3) Fecundidad: la capacidad de esparcimiento o propagación del meme.
 - a) Epidémicos: son memes que se propagan rápidamente, se componen a su vez de memes replicadores y miméticos.
 - b) Fecundos: se distribuyen en menor cantidad, pero dan lugar a memes replicadores con más fidelidad, así como a metamórficos, dada su rapidez de transformación.
- 4) Alcance: si los memes son más distantes o cercanos al espectador.
 - a) Globales: son memes que se pueden encontrar en redes distintas sin que haya una relación entre los usuarios.
 - b) Locales: las personas que interactúan más frecuentemente son más cercanas y mantienen un lazo más fuerte porque existe una mayor interacción social (pp. 136-138).

Fenómeno viral

El comportamiento de los usuarios es la forma en la que se logra medir la difusión de un meme, ya que indica la cantidad de personas que gustan de él, comentan o comparten el material informativo iniciando así el fenómeno de viralidad, debido al interés que tiene en participar y la conexión con el contenido, expresados como una reacción emocional o incluso una evaluación de la información del mensaje (González et al., 2019). En este sentido, el contenido parece ser ampliamente replicado, distribuido y modificado a través del Internet, pero fuera del control de su creador.

Engagement

El término engagement es la mejor forma para describir la naturaleza de las interacciones de los usuarios en el panorama de la comunicación online; a través del análisis web podemos medir la viralidad de cualquier contenido, ya que se trata de conocer la conducta que muestra cada usuario mediante su actividad en las plataformas digitales, obtenidas a través de métricas que miden las visitas, tiempo de permanencia, y número de seguidores o clicks en íconos como “me gusta, compartir y comentarios” (Ballesteros, 2018).

Dinámica comunicativa

Para comprender la dinámica comunicativa de un individuo, hay que entender que cada nuevo medio de comunicación permite al sujeto nuevas maneras de interactuar con el entorno y los otros. La relación que crea el usuario permite proyectar una respuesta íntima, como las que mantendría con miembros de su grupo primario; aunque la comunicación sea de manera psicológica, es vista por el sujeto como una interacción cara a cara, dado que éste siente que realmente conoce al personaje como alguien próximo (Caro, 2015).

Por tanto, en la actualidad, esa misma intimidad comunicativa es construida por tecnologías digitales, que intervienen en las relaciones con otros y disponen de una presencia conectada o copresencia que cambia el espacio común de los vínculos humanos y que reintegran la proximidad obstaculizada por la separación física (Echauri y Figueras, 2021). De esta manera, las redes sociales son entendidas como plataformas de comunicación donde existen características que permiten diferentes estrategias de interacción con los otros.

Comunicación patológica

Los medios digitales crean nuevos contextos para expresar e indagar aspectos de la identidad a través de las dinámicas comunicativas que estos conllevan, sin embargo, existen diferentes patologías de la comunicación basadas en el contenido que hacen que los individuos interpreten la misma información de distintas maneras, causando una comunicación compleja, contradictoria, completamente descoordinada y destructiva (Watzlawick et al., 1985).

Las interacciones en las plataformas digitales involucran dos tipos de reconocimiento comunicativo: 1. los participantes se reconocen individual o colectivamente y 2. los participantes dan lugar a las interacciones que permiten identificar la comunicación patológica entre las dinámicas comunicacionales que en circunstancias de intensidad o duración suficientes logran una desestructuración social y forman negaciones discursivas e identitarias, siendo el material simbólico y discursivo la nueva forma de consumir información girando en torno a la auto-expresión del usuario y su identidad (Aguado, 2020).

Relaciones sociales en medios digitales

En las redes sociales la comunicación existe en un nivel digital o verbal y en un nivel analógico o de conducta no verbal; este tipo de comunicación es denominada cibercomunicación y aparece dentro de un contexto cultural llamado cibercultura, definido como una cultura de polaridades, de opuestos, de ventajas y desventajas, de libertad absoluta y anonimato; y constituido por ciberciudadanos que buscan tener participación en un grupo en

particular y sentimientos de pertenencia, identidad y valores que determinan la forma de relacionarse en las redes (Arab y Díaz, 2015).

Nuevas tendencias comunicativas

Los ecosistemas digitales de la actualidad originan fenómenos comunicativos de gran interés, en algunos casos, estas comunidades dan comienzo a tendencias ciberactivistas generando diálogo y debate sobre temas interesantes para la sociedad; creando verdaderas culturas digitales de gran impacto en las distintas redes (Pérez et al., 2022). De modo que el crecimiento de los medios digitales y especialmente de las redes sociales ha cambiado los hábitos de los consumidores, quienes utilizan las nuevas plataformas como fuentes de información y entretenimiento.

Evolución interpretativa

Las nuevas tendencias en los medios han dado forma a entornos y ecosistemas en los que la tecnología permite a los consumidores manipular y distribuir contenido de diversas formas con visibilidad e impacto, convirtiéndose en referente para toda la sociedad con un gran potencial transformador. Estos nuevos espacios de comunicación llamados inteligencia colectiva o cultura participativa involucran la práctica de utilizar tecnologías y medios digitales para compartir, publicar, recomendar, comentar y reutilizar contenidos digitales; en definitiva, este proceso nace de la creación y producción de contenidos, a veces desde la autoformación o a partir de la manipulación, gracias al entorno participativo de comunidades colaborativas (Pérez et al., 2022). De esta forma, se distingue a los usuarios activos como aquellos que crean contenidos e información en lugar de consumirlos pasivamente.

Los nuevos sistemas mediáticos han habilitado nuevas formas de flujos constantes y dinámicos de significados en la comunicación, que se denomina circulación de sentido, es un concepto donde se destaca cómo la interpretación y significados no son estáticos, sino que se generan, cambian y evolucionan en el proceso comunicativo. La circulación de sentido es una concepción no lineal y de la acción de sujetos activos, motivo por el cual toman distancia de los conceptos de viralización, pero lo digital está extendido en todos los niveles, como es el caso de las redes sociales mediáticas, donde la digitalización ha afectado a la producción del significado, donde un tema es fácil retomarlo, fragmentarlo, convertirlo en meme y compartirlo, debido a que los medios digitales, tienen su propia lógica e interacción permanentemente (Carlón, 2022).

Práctica Comunicativa: Rumores

Los rumores son mensajes breves y espontáneos que circulan de manera rápida en los diálogos de la comunidad sobre temas de interés general y público que no son confirmados por fuentes oficiales; los rumores son apreciados como un acto de expresión y comunicación con alto contenido cognitivo y emocional (Ávila y Cabrera, 2017). En la actualidad se podría decir que los rumores han evolucionado y se han convertido en las fake news que se transmiten a través de las redes sociales en tiempos de crisis con intenciones de dañar o enaltecer a una identidad pública o privada por razones económicas o políticas (Fernández, 2020). En otras palabras, la cantidad de rumor que se difunde variará dependiendo de la importancia del tema y la poca evidencia sobre el mismo.

Riesgo y percepción

Las redes sociales permiten que los rumores y fake news perjudiquen la salud informativa y, por ende, lo mental, emocional y lo social, debido a que se propagan a velocidad extrema y son difíciles de eliminar, de verificar y fáciles de falsear por la falta de información o la ambigüedad de la misma. Así mismo, existen usuarios que consideran que un rumor es una interpretación significativa dada a partir de una situación conflictual, basada en factores objetivos externos o agentes emocionales en torno a la situación (Fernández, 2020).

ASPECTOS METODOLÓGICOS

En Guayaquil, se aborda la construcción de opiniones de las audiencias de medios digitales sobre los memes como parte integral de la dinámica comunicativa de la población. La investigación tiene como punto de partida el evento noticioso del video sexual en la Aerovía Guayaquil-Durán, ocurrido el 11 de julio de 2023. Este hecho ha trascendido y se ha difundido en forma de memes, replicándose y viralizándose rápidamente en diversas plataformas digitales, la rápida difusión de estos memes se atribuye a su contenido humorístico, que ha tenido un impacto significativo en la dinámica comunicativa de los ciudadanos digitales en todas las redes sociales. Este fenómeno evidencia cómo los memes pueden desempeñar un papel crucial en la construcción de la opinión pública digital, sirviendo como herramienta de expresión y comunicación en situaciones noticiosas inusuales.

Para establecer el diseño metodológico de este trabajo, es necesario consultar y analizar el punto de vista de (Hernández y Mendoza (2018), que menciona que una investigación básica es un conjunto de procesos sistemáticos, importantes y empíricos, utilizados para estudiar un fenómeno o problema con el fin de ampliar su conocimiento. De esta manera, esta investigación está basada en un esquema básico, debido a que busca explicar la incidencia de los memes en la dinámica comunicativa de la opinión pública guayaquileña; también tiene un alcance descriptivo que según Vara (2012), este tipo de alcance en un aspecto cualitativo permite correlacionar el grado de asociación entre varias variables, permitiendo obtener rasgos de una relación causal entre ellas.

Por esta razón, la presente investigación adopta un enfoque metodológico cualitativo y hace uso de elementos cuantitativos para comprender a fondo la construcción las opiniones de las audiencias en las redes sociales con respecto a los memes generados a partir del incidente en la Aerovía Guayaquil-Durán. Este enfoque permitirá combinar la recopilación de datos cualitativos con apoyo en lo cuantitativo para obtener una comprensión integral del fenómeno. Según Creswell y Plano (2018), el enfoque cualitativo brinda una comprensión detallada de la percepción simbólica de los memes en la cultura digital, además Johnson & Onwuegbuzie (2004), nos indica que el enfoque cuantitativo ayudara a medir los patrones de difusión y recepción de memes en las redes sociales.

Se toma elementos del enfoque etnográfico y no experimental como recurso valido para el desarrollo de este trabajo, de acuerdo con Geertz (1973), proponer una comprensión aproximada a las prácticas de las audiencias que consumen memes como producto cultural. Con esta perspectiva metodológica se capturo la complejidad de las interacciones digitales y

proporcionar una visión integral de cómo la población construye la dinámica comunicativa de opiniones a través de los memes en este contexto específico.

Los métodos de investigación son un conjunto de actividades que se formulan de acuerdo con una serie de pasos específicos (Prieto, 2018). El método inductivo permitirá explorar y comprender las dinámicas emergentes de la interacción digital y la formación de opiniones a través del análisis. La fuente principal de datos será documental, centrándose en la recopilación y estudio de memes, publicaciones en redes sociales, comentarios y noticias digitales relacionadas con el incidente en la Aerovía.

En cuanto a las herramientas para la recolección de datos, se usaron dos técnicas que ayudan en la investigación: 1. Matriz de análisis de contenido que permitió bajo un conjunto de indicadores de interés analizar la semiótica de los memes, para el análisis, se compilaron 4 memes compartidos durante la viralización de la noticia de la Aerovía, construida con el objetivo de analizar su contenido y luego el consumo de estos. 2. Ficha de Observación recopila datos detallados sobre la dinámica comunicativa del usuario en redes sociales, se observaron las interacciones de cada publicación de los 4 memes escogidos en redes sociales, específicamente durante el hecho noticioso del 11 al 12 de julio de 2023, para ver la dinámica comunicativa mediante la interactividad, distribución y reacciones obtenidas por el público.

Tanto los memes como las cuentas de redes sociales se escogieron en torno a las publicaciones de TC televisión, Diario Extra, El Diario y Almanaque de México a través de su canal digital en Facebook, que realizaron una selección de los mejores memes que han surgido a raíz de este evento, estos medios fueron escogidos por su gran popularidad en esta red social, teniendo en cuenta el número de seguidores y de “me gusta” acumuladas desde su creación. Aunque el presente trabajo tuvo como meta determinar la incidencia de los memes en la dinámica comunicativa y cómo pueden llegar afectar en la opinión pública de los guayaquileños, el análisis de contenido se consideró como un punto de partida para obtener un contexto amplio de cómo los usuarios de internet interactúan en redes sociales.

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Con respecto al análisis y discusión de resultados hay que tener en cuenta que se analizó el contenido semiótico y cuantitativo de 4 memes que fueron escogidos, a través de una selección previa de los mejores memes acerca del hecho noticioso del video sexual de la aerovía en Guayaquil el 11 de julio, emitido por TC televisión, Diario Extra, El Diario y Almanaque de México a través de su canal digital en Facebook. Además de la utilización de una ficha de observación no participativa que nos ayuda a identificar la dinámica comunicativa de como los usuarios interactúan en cada publicación de los memes.

El análisis de contenido semiótico nos permitió analizar las características y contenido de cada meme tal como sugiere Marino para el análisis de las imágenes virales, bajo algunos indicadores de interés. En primer lugar, el análisis de sus características dio como resultado que los memes con un formato de video y con un enfoque humorístico tienen mayor engagement que el de una imagen, además de una conexión local o también hasta llegar a un alcance internacional, mediante una estrategia exclusivamente humorística, evidenciando su impacto global y la capacidad de generar risas y conexiones emocionales.

Tabla 1.

Memes seleccionados y compartidos durante la viralización de la noticia del video sexual en la Aerovía de Guayaquil.

Meme 1	Meme 2	Meme 3	Meme 4
			
<ul style="list-style-type: none"> — Video — Humorístico — Local — Cultural - Informativo 	<ul style="list-style-type: none"> — Imagen — Humorístico — Local — Situacional - Evento Actual 	<ul style="list-style-type: none"> — Video — Comercial — Local — Situacional - Evento Actual 	<ul style="list-style-type: none"> — Video — Humorístico — Global — Cultural - Situacional

Fuente: Elaboración propia

Como segundo punto, al comparar los resultados de los Memes 1, 2, 3 y 4, se destacan diversas tendencias en cuanto a su contenido, donde el mensaje principal no lleva información relevante en cuanto a la noticia sucedida, pero la originalidad y su conexión significativa con el tema original refuerza su efectividad en términos de difusión y engagement en la red social correspondiente. La capacidad de los memes de resonar con la audiencia mediante diferentes contextos evidencia que la creatividad puede superar la aparente falta de relevancia e influir significativamente en la efectividad y el impacto global de estos memes.

Tabla 2.*Comentarios relevantes observados en las publicaciones en redes sociales*

Indicadores	Meme 1	Meme 2	Meme 3	Meme 4
Plataforma	X	X	Tik Tok	Tik Tok
Número de Reacciones	6000	223	8501	265.2K
Número de Compartidos o reposteados	592	66	1085	25K
Número de Comentarios	35	11	116	3221
Número de Guardados	1000	4	357	16.6K

Fuente: Elaboración propia

Para conocer la amplitud del alcance de la dinámica comunicativa se implementó una tabla comparativa como resultado del análisis de contenido cuantitativo; como se presenta la tabla 2, los memes en formato de video más el contenido humorístico que llevan dan como resultado que logran un mayor alcance que puede lograr pasar lo local a ser global y por ende un mayor número de interacciones en comparación con los memes en formato de imagen.

Tabla 3.*Tabla de comentarios relevantes en las publicaciones de los Memes seleccionados y compartidos durante la viralización de la noticia del video sexual en la Aerovía de Guayaquil.*

Dimensiones	Meme 1	Meme 2	Meme 3	Meme 4
Interacción Social	“No lo tienes completo compa”	“Ojo que esta ahí no mas de que pasara eso! El sector ayuda mucho!!! JAJAJAJA”	“Alguien me ayuda. A q numero puedo llamar para comprar las entrada”	“🤔🤔🤔🤔🤔 literal y dejaron pasar 4 minutos jajajaja para hablarles”
Percepción de Responsabilidad	“El man se espero q iban a terminar y ahí si les hablo jajaja..x q no les dijo mucho antes 😊”			“😂😂😂😂😂 ajajaj sin duda eso paso x eso se demoraron tanto en avisar jajajaja”
Expresión de Empatía	“🤔 Se sienten tan poca cosa q les ponen en bandeja de plata la comida chicas valorense para q las valoren...”			“feo todo eso.. se que cometieron un error pero no lo pongan al público .. que tal si era algun familiar de ustedes”

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a los aspectos observables se realizó una tabla con algunos de los mensajes relevantes en cada publicación analizada en la ficha de observación, bajo 3 dimensiones Interacción Social, Percepción de Responsabilidad y Expresión de empatía; estas dimensiones no s ayudaran a aspectos importantes para determinar si los memes inciden en la dinámica comunicativa de la opinión pública.

La sección de la interacción social cuyos aspectos como la comprensión, coherencia, interacción, alcance viral y relevancia hacia la noticia original, revela que, los memes 1, 2, 3 y relacionados con el video sexual de la aerovía de Guayaquil; han logrado una comprensión efectiva y coherencia tonal entre los comentarios de. Aunque la conexión con la noticia original es variable, a pesar de ciertas limitaciones y falta de relevancia en algunos casos, los memes logran mantener una conexión temática, mostrando la habilidad de la audiencia para vincularse creativamente con el contexto informativo y cultural tal como se muestra en la tabla 3; debido a que está asociado con lo que menciona Medina acerca de que los memes expresan las opiniones y sentimientos de sus creadores. De esta manera, la dinámica comunicativa generada por estos memes demuestra una influencia y resonancia social, respaldada por la capacidad de conectar con el público a pesar de ciertas limitaciones y el morbo asociado al tema.

Otro aspecto observable fue la percepción de responsabilidad, que se destaca en los memes 1 y 4, tal como muestra la tabla 3, la diversidad de interpretaciones en la audiencia digital hacia el operador de cámaras o la pareja, esto es debido a la diferente información que lleva cada meme, sugiriendo que el interés sostenido es impulsado por la curiosidad intrínseca al video, además de la estrategia comunicacional, su originalidad y el humor que conllevan, logran una interacción que se desvincula del mensaje original, pero sin embargo se puede deducir y relacionar la idea de Zamora, que un meme que esté vinculado a lo humorístico, además de un formato de video y altamente relacionado con el tema original, si logra una percepción hacia uno de los involucrados, demostrado a través del enfoque humorístico del meme 4 que impactó en la percepción de la audiencia en un alcance global, influyendo en la dinámica comunicativa de la opinión pública.

Por último, el análisis de las observaciones revela una diversidad de respuestas de la audiencia, centrándose en la expresión de empatía, donde buscamos una comprensión detallada de cómo la audiencia reacciona emocionalmente ante el contexto de los memes seleccionados. Como se aprecia en la tabla3 los comentarios en los memes 1 y 4, muestran una empatía activa y un interés profundo en el impacto de la imagen de la pareja en los comentarios de los memes que tienen una relación alta con el tema original, enfocándose en la comprensión, simpatía y cuestionamientos sobre la exposición involuntaria, destacando cómo la creatividad del meme

influye en la percepción pública de la pareja y sus implicaciones en la privacidad, generando una mayor dinámica comunicativa de la opinión pública con respecto a la noticia, demostrando que no solo una carga negativa en la información del meme, como menciona Esquivel, logra una influencia en la dinámica comunicativa. Mientras que los memes que se alejan de la noticia original indica una indiferencia general hacia la situación de la pareja, apuntando a la efectividad de la estrategia creativa al desviar la atención de posibles repercusiones.

Este análisis podría acercarse a la idea de Tejedor, en donde los memes son piezas comunicativas y generan polaridades, pero para lograr dicha dinámica los memes deben cumplir con algunos aspectos importantes que ayudaran a generar un mayor alcance y así llegar a afectar en la dinámica comunicativa de la opinión pública.

CONCLUSIONES

En resumen, el propósito de este ensayo fue determinar la incidencia de los memes en la dinámica comunicativa y cómo pueden llegar a afectar en la opinión pública de los guayaquileños, teniendo en cuenta que el ser humano busca seguir tendencias, los memes al ser virales logran llegar a una gran cantidad de usuarios a través de los diferentes canales digitales, siendo las redes sociales los de mayor alcance.

En primer lugar, la referencia de los estudios más relevantes sobre los memes explicó aspectos importantes para explorar algunos puntos, como la estructura de los memes, la semiótica y la dinámica comunicativa que ellos generan. De esta manera, se puede analizar los memes desde un punto de vista semiótico, en el que se tiene en cuenta las diferentes características y contenido que tienen; obteniendo como resultado que el enfoque humorístico, lo visual, la originalidad y su conexión significativa con el tema original, es lo que mayor engagement genera, y así logran llegar a un impacto global, debido a su humor y conexiones emocionales.

En segundo lugar, las observaciones realizadas a las interacciones, principalmente a los comentarios, se puede concluir que estos tienen un impacto significativo en la dinámica comunicativa generada por las interacciones en las publicaciones de los memes, a pesar de ciertas limitaciones de conexión con la noticia original, los memes logran mantener una conexión temática, evidenciando la capacidad de la audiencia para relacionarse creativamente con el contexto informativo y cultural.

De esta manera se concluye también que algunos memes que estén ligados al hecho noticioso original, influye en la opinión pública, observados desde la percepción de responsabilidad en el caso del video sexual de la aerovía, donde la diversidad de interpretaciones en la audiencia muestra un interés sostenido impulsado por el morbo hacia el video. Además, las respuestas de la audiencia destacan una empatía e interés profundo en el impacto en la imagen de la pareja y sus implicaciones en la privacidad.

Para concluir, considero que los memes logran influir de manera significativa en la percepción y la interacción de la sociedad con determinados temas, donde es crucial reconocer la importancia de estos elementos para comprender la verdadera magnitud del impacto de los memes en la esfera comunicativa actual. Este enfoque integral permite percibir cómo los memes se posicionan como agentes activos en la dinámica comunicativa de la opinión pública, hasta llegar a la construcción de significados compartidos.

REFERENCIAS

- Academia Lab. (2023, November 24). *Memética*. Academia Lab. <https://academia-lab.com/enciclopedia/memetica/>
- Aguado, J. (2020). Patologías de la conectividad ubicua Hacia análisis crítico-estructural de las dinámicas comunicativas en la era postsmartphone. In *Actas del VII Congreso Internacional de la AE-IC: Comunicación y Diversidad*. (pp. 1358–1379). Asociación Española de Investigación de la Comunicación.
- Arab, L. E., & Díaz, G. A. (2015). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 26(1), 7–13. <https://doi.org/10.1016/j.rmclc.2014.12.001>
- Ávila, C., & Cabrera, G. (2017). El efecto del rumor en el cambio del voto: la ira, el miedo y la incertidumbre generados por el rumor en procesos electorales y sus contribuciones en las decisiones del votante. *Signo y Pensamiento*, 35(69), 100. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp35-69.ercv>
- Ballesteros, Carlos. (2018). El índice de engagement en redes sociales, una medición emergente en la Comunicación académica y organizacional. *Razón y Palabra*, 22, 96–124.
- Bueno, Esther. (2022). Los memes y su función en la propagación de la información. *AdComunica*, 175–197. <https://doi.org/10.6035/adcomunica.5706>
- Carlón, M. (2022). ¿El fin de la invisibilidad de la circulación del sentido de la mediatización contemporánea? *DeSignis*, 37, 245–253. <https://doi.org/10.35659/designis.i37p245-253>
- Caro, L. (2015). Relaciones e interacciones parasociales en redes sociales digitales. Una revisión conceptual. *Revista ICONO14 Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 13(2), 23–47. <https://doi.org/10.7195/ri14.v13i2.853>
- Creswell, J., & Plano, Vicki. (2018). *Designing and Conducting Mixed Methods Research* (3rd ed.). SAGE Publications, Inc.
- Echauri, G., & Figueras, M. (2021). Interacciones digitales en un contexto transnacional: Prácticas comunicativas de estudiantes internacionales en Barcelona. *Dixit*, 35, 71–82. <https://doi.org/10.22235/d35.2471>
- Esquivel, F. (2017). LOS MEMES COMO ARMA ELECTORAL. *Revista Latinoamericana de Opinión Pública*, 7(0), 171. <https://doi.org/10.14201/rlop.22334>
- Fernández, A. M. (2020). Infodemia: rumores, fake news, mitos. *Sintaxis*, 35–55. <https://doi.org/10.36105/stx.2020edespcovid-19.02>

- Geertz, C. (1973). *Thick Description: Toward an Interpretive Theory of Culture*.
- González, Eva., Figueroa, Jaime., & Meyer, J.-H. (2019). Los memes y la política. ¿Por qué algunos memes se vuelven virales y otros no? *Revista Científica de Información y Comunicación*, 16, 579–613.
- Guanoluisa, C., Lomas, P., & Arévalo, R. (2023). EL MEME COMO HERRAMIENTA PARA INFORMAR DESDE LOS MEDIOS EN LÍNEA DE ECUADOR: CASO EL COMERCIO Y LA HORA TUNGURAHUA. *SciELO Preprints*.
- Hernández, Roberto., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (Vol. 1). Mc Graw Hill Education.
- Johnson, R. B., & Onwuegbuzie, A. J. (2004). Mixed Methods Research: A Research Paradigm Whose Time Has Come. *Educational Researcher*, 33(7), 14–26.
<https://doi.org/10.3102/0013189X033007014>
- Leach, E. (1989). *Cultura y Comunicación: La lógica de la conexión de los símbolos* (4ta ed.). Siglo veintiuno editores.
- López, Francisco. (2021). Reseña de Ecología de medios, imaginarios y algoritmos: Una mirada sobre las dinámicas comunicativas del activismo digital, de Emiliano Treré. *Chasqui*, 148, 325–328.
- Marino, G. (2020). Semiótica de la propagabilidad: un enfoque sistemático de las imágenes virales a través de Internet. *La Tadeo DeArte*, 6(6), 22–55.
<https://doi.org/10.21789/24223158.1415>
- Medina, M. A. (2020). *Los memes en México. Entre la información y el entretenimiento* [Tesis Doctoral]. Universidad de Santiago de Compostela.
- Pérez, A., Jaramillo, D., & Alencar, A. P. (2022). Culturas digitales en las redes sociales. *Revista ICONO 14. Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 20(2). <https://doi.org/10.7195/ri14.v20i2.1928>
- Prieto, B. (2018). El uso de los métodos deductivo e inductivo para aumentar la eficiencia del procesamiento de adquisición de evidencias digitales. *Cuadernos de Contabilidad*, 18(46). <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cc18-46.umdi>
- Rey, Nuria. (2021). *Memes de Internet, cultura digital y educación artística: potencias y pautas metodológicas desde la formación universitaria* [Tesis Doctoral]. UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID.
- Tejedor, S., Tusa, F., & Cervi, L. (2022). Estudio comparativo sobre el potencial del meme como recurso de comunicación política: recepción, usos y significados en estudiantes universitarios (Ecuador-España). *Revista de La Asociación Española de Investigación de*

La Comunicación, 17, 133–159. <https://doi.org/10.24137/raeic.9.17.6>

Vara, Arístides. (2012). *Desde la idea hasta la sustentación: 7 pasos para una tesis exitosa* (3era ed.). Universidad de San Martín de Porres.

Vélez, José. (2013). *Memética como herramienta científica para el estudio de los memes de internet* [Tesis Doctoral]. Instituto tecnológico y de estudios superiores de Monterrey.

Watzlawick, Paul., Beavin, Janet., & Jackson, Don. (1985). *Teoría de la comunicación humana* (4ta Edición). Editorial Herder.

Zamora, R., Gómez, S., & Martínez, H. (2021). Los memes políticos como recurso persuasivo online . Análisis de su repercusión durante los debates electorales de 2019 en España. *Opinião Pública*, 27(2), 681–704. <https://doi.org/10.1590/1807-01912021272681>

APENDICE

APENDICE A

Técnica: Análisis de Contenido

Instrumento: Matriz de Análisis de Contenido 1

Tema: Los Memes como un factor importante en la dinámica comunicativa de la opinión pública en la ciudad de Guayaquil			
Analizar la semiótica de los memes seleccionados y que fueron compartidos durante la viralización de la noticia del video sexual en la Aerovía de Guayaquil.		Meme 1	
Indicadores			
Características	Formato	Imagen	
		Video	X
		Audio	
	Engagement	Alto	
		Medio	X
		Bajo	
	Estrategia Comunicativa	Humorística	X
		Política	
		Cultural	
		Comercial	
Alcance	Global		
	Local	X	
<p>Análisis y posible significado: El Meme 1 ha ganado realce mediante un formato de video en la red social X, destacándose por su enfoque humorístico. Esta estrategia ha sido clave para generar un mayor engagement en la audiencia, evidenciado por su difusión e interacción en la plataforma. La naturaleza humorística cultural del contenido ha contribuido a establecer una conexión local.</p>			
Contenido	Mensaje Principal	Relevante	
		Poco relevante	

			Nada Relevante	X		
	Originalidad		Alto			
			Medio			
			Bajo	X		
	Relación con el tema original		Alto	X		
			Medio			
			Bajo			
	Contexto					
	Cultural	Situacional	Informativo	Relacional	Auto referencial	Evento Actuales
	X		X			

Análisis y posibles significados: El Meme 1 presenta un mensaje principal poco relevante y exhibe una baja originalidad en su contenido. Sin embargo, destaca por mantener una conexión significativa con el tema original, posiblemente debido a su contexto informativo y cultural. Su alto índice de relevancia al tema original puede atribuirse al morbo que genera entre los ciudadanos digitales, quienes encuentran interés en el video en cuestión.

APENDICE B

Técnica: Análisis de Contenido

Instrumento: Matriz de Análisis de Contenido 2

Tema: Los Memes como un factor importante en la dinámica comunicativa de la opinión pública en la ciudad de Guayaquil			
Analizar la semiótica de los memes seleccionados y que fueron compartidos durante la viralización de la noticia del video sexual en la Aerovía de Guayaquil.		Meme 2	
Indicadores			
Características	Formato	Imagen	X
		Video	
		Audio	
	Engagement	Alto	
		Medio	
		Bajo	X
	Estrategia Comunicativa	Humorística	X
		Política	
		Cultural	
		Comercial	
Alcance	Global		
	Local	X	
<p>Análisis y posible significado: El Meme 2, difundido en la red social X, se presenta en formato de imagen, destacando por su estrategia humorística. A pesar de su bajo engagement, evidenciado por la interacción limitada en la plataforma, logra un alcance local significativo. La elección del formato visual y la estrategia humorística, aunque no generan un alto nivel de participación, contribuyen a la efectividad del meme al conectar con la audiencia local.</p>			
Contenido	Mensaje Principal	Relevante	
		Poco relevante	X
		Nada Relevante	

	Originalidad		Alto	X		
			Medio			
			Bajo			
	Relación con el tema original		Alto	X		
			Medio			
			Bajo			
	Contexto					
	Cultural	Situacional	Informativo	Relacional	Auto referencial	Evento Actuales
		X				X
	<p>Análisis y posibles significados: El Meme 2 se distingue por presentar un mensaje de baja relevancia, sin embargo, destaca por su notable originalidad, que contribuye a su impacto. Además, el meme mantiene una estrecha relación con el tema original, sugiriendo una conexión significativa que se manifiesta en su contexto relacional. La combinación de originalidad y relación temática refuerza la efectividad del meme 2 en su difusión y engagement en la red social correspondiente.</p>					

APENDICE C

Técnica: Análisis de Contenido

Instrumento: Matriz de Análisis de Contenido 3

Tema: Los Memes como un factor importante en la dinámica comunicativa de la opinión pública en la ciudad de Guayaquil			
Analizar la semiótica de los memes seleccionados y que fueron compartidos durante la viralización de la noticia del video sexual en la Aerovía de Guayaquil.		Meme 3	
Indicadores			
Características	Formato	Imagen	
		Video	X
		Audio	
	Engagement	Alto	X
		Medio	
		Bajo	
	Estrategia Comunicativa	Humorística	
		Política	
		Cultural	
		Comercial	X
Alcance	Global		
	Local	X	
Análisis y posible significado: El Meme 3, difundido como un video en la plataforma TikTok, destaca por su alto nivel de engagement, respaldado por una estrategia comunicativa comercial, demuestra una comprensión efectiva del público objetivo, aprovechando la popularidad de la red social para maximizar el impacto comercial. La estrategia comunicativa se alinea con la meta de generar interés local y, a su vez, impulsar la participación y la conversión de audiencia en ventas de boletos para una obra de teatro.			
Contenido	Mensaje Principal	Relevante	
		Poco relevante	

			Nada Relevante	X		
	Originalidad		Alto	X		
			Medio			
			Bajo			
	Relación con el tema original		Alto	X		
			Medio			
			Bajo			
	Contexto					
	Cultural	Situacional	Informativo	Relacional	Auto referencial	Evento Actuales
		X				X

Análisis y posibles significados: En relación con el Meme 3, se observa que presenta un mensaje aparentemente no relevante al hecho noticioso del video de la aerovía. Sin embargo, su alta originalidad se destaca al buscar cautivar a la audiencia para la venta de entradas de una obra de teatro. La creatividad radica en establecer una conexión situacional basada en el evento actual, vinculando el contenido del meme con el tema original de manera astuta. Esta estrategia no solo busca atraer la atención, sino que también busca capitalizar la relevancia del video para promover la venta de entradas, evidenciando un enfoque perspicaz que puede resultar en un impacto positivo en la participación de la audiencia.

APENDICE D

Técnica: Análisis de Contenido

Instrumento: Matriz de Análisis de Contenido 4

Tema: Los Memes como un factor importante en la dinámica comunicativa de la opinión pública en la ciudad de Guayaquil			
Analizar la semiótica de los memes seleccionados y que fueron compartidos durante la viralización de la noticia del video sexual en la Aerovía de Guayaquil.		Meme 4	
Indicadores			
Características	Formato	Imagen	
		Video	X
		Audio	
	Engagement	Alto	X
		Medio	
		Bajo	
	Estrategia Comunicativa	Humorística	X
		Política	
		Cultural	
		Comercial	
Alcance	Global	X	
	Local		
<p>Análisis y posible significado: En cuanto al Meme 4, destaca por presentar un formato de video a través de la plataforma Tik Tok logrando un alto engagement, evidenciando su impacto en la audiencia. Su estrategia se centra exclusivamente en el humor, proporcionando un enfoque entretenido para abordar el contenido del video de la aerovía. Este enfoque humorístico ha resultado efectivo, ha contribuido no solo a la viralidad del meme sino también a su alcance a nivel internacional. La capacidad de generar risas y conexiones emocionales ha sido clave para el éxito de este meme en particular.</p>			
Contenido	Mensaje Principal	Relevante	
		Poco relevante	X

			Nada Relevante			
	Originalidad		Alto	X		
			Medio			
			Bajo			
	Relación con el tema original		Alto	X		
			Medio			
			Bajo			
	Contexto					
	Cultural	Situacional	Informativo	Relacional	Auto referencial	Evento Actuales
	X	X				

Análisis y posibles significados: En el Meme 4, se evidencia un mensaje que inicialmente parece poco relevante al reflejar humorísticamente la supuesta situación del operador de cámara de la aerovía. Sin embargo, este meme logra destacar por su alto nivel de originalidad al abordar la situación de manera única. Aunque el mensaje puede parecer distante del hecho noticioso original, logra captar la atención y resonar con la audiencia mediante un contexto cultural y situacional.

APENDICE E

Técnica: Análisis de Contenido

Instrumento: Matriz de Análisis de Contenido

Tema: Los Memes como un factor importante en la dinámica comunicativa de la opinión pública en la ciudad de Guayaquil					
Analizar la interacción de los usuarios con las publicaciones de los memes seleccionados y que fueron compartidos durante la viralización de la noticia del video sexual en la Aerovía de Guayaquil.					
Plataforma	Meme	Número de Reacciones	Número de Compartidos o reposteados	Número de Comentarios	Número de Guardados
X		6000	592	35	1000
X		223	66	11	4
Tik Tok		8501	1085	116	357
Tik Tok		265.2K	25K	3221	16.6K

APENDICE F

Técnica: Observación no participante

Instrumento: Guía de Observación

DIMENSIONES	INDICADORES
Interacción Social	Esta dimensión busca capturar la dinámica comunicativa generada por los comentarios, considerando aspectos como la comprensión, coherencia, interacción, alcance viral y relevancia hacia la noticia original. La evaluación de estas preguntas proporcionará insights sobre cómo la audiencia interactúa en torno al meme y su conexión con el contenido original, contribuyendo así a comprender la influencia y resonancia social del meme en cuestión.
Percepción de Responsabilidad	Esta dimensión tiene como objetivo analizar y comprender la manera en que la audiencia atribuye responsabilidades en la interacción social relacionada con el meme. Se busca capturar la percepción de responsabilidad que surge en este contexto particular, ofreciendo perspicacia sobre cómo los espectadores asignan culpas y responsabilidades en relación con los sucesos representados en los memes seleccionados.
Expresión de Empatía	Esta dimensión se centra en analizar si los comentarios demuestran más empatía o apatía hacia la pareja representada en los memes. Además, se evalúa si existe un cuestionamiento sobre la exposición involuntaria y se discute el impacto en la imagen de la pareja, proporcionando una comprensión detallada de cómo la audiencia reacciona emocionalmente ante el contexto de los memes seleccionados.

APENDICE G

Técnica: Observación no participante

Instrumento: Ficha de Observación 1

Red Social	X		
Descripción	Meme 1	Tipo	Video
Fecha	Año: 2023	Mes: 12	Día: 06
Observador	Bolívar Torres		

Dimensión	ITEM	REQUISITO	SI	NO	ASPECTOS OBSERVADOS
Interacción social	1	¿La mayoría de los comentarios reflejan comprensión del meme?	X		En la observación del meme, se destaca la comprensión general y coherencia tonal de los comentarios, aunque la interacción entre usuarios es limitada. A pesar de la falta de diálogo, la viralidad y compartición masiva evidencian un impacto significativo. La conexión con el tema original, a pesar de la baja relevancia y originalidad, sugiere una fuerte relación con el contexto informativo y cultural. En síntesis, el meme logra engagement y viralidad, resaltando su conexión con el contexto a pesar de ciertas limitaciones debido por el morbo que genera.
	2	¿El tono de la mayoría de los comentarios son coherentes con el mensaje del meme?	X		
	3	¿La mayoría de los comentarios generan interacción con otros usuarios?		X	
	4	¿Se evidencia algún tipo de viralidad o compartición masiva?	X		
	5	¿La mayoría de los comentarios muestran interés en la noticia original?	X		
Percepción de Responsabilidad	6	¿Los comentarios en los memes seleccionados que identifican al operador de las cámaras de vigilancia como responsable del suceso son mayores a los comentarios que identifican a la pareja como responsable del suceso?		X	Al examinar los comentarios sobre la atribución de responsabilidad en el meme, no se observa una preferencia clara hacia el operador de cámaras o la pareja. Este fenómeno refleja la diversidad de interpretaciones en la audiencia digital. La complejidad de respuestas sugiere un interés sostenido, posiblemente impulsado por el morbo intrínseco al video.
	7	¿Los comentarios en los memes seleccionados que identifican a la pareja como responsable del suceso son mayores a los comentarios que identifican al operador de las cámaras de vigilancia como responsable del suceso?		X	

	8	¿Los comentarios en los memes seleccionados que expresan un juicio de culpa hacia la pareja y que identifican al hombre como el responsable del suceso son mayor que los que identifican a la mujer como responsable?		X	
	9	¿Los comentarios en los memes seleccionados que expresan un juicio de culpa hacia la pareja y que identifican a la mujer como la responsable del suceso son mayor que los que identifican al hombre como responsable?		X	
Expresión de Empatía	10	¿Los comentarios en los memes seleccionados que reflejan empatía hacia la pareja son mayor que los comentarios apáticos hacia ellos?	X		La audiencia muestra empatía hacia la pareja protagonista, y se discute activamente el impacto en la imagen de la pareja en los comentarios, reflejando un interés más profundo en la influencia del meme.
	11	¿Los comentarios en los memes seleccionados que reflejan apatía hacia la pareja son mayor que los comentarios empáticos hacia ellos?		X	
	12	¿Se cuestiona la exposición involuntaria en los comentarios de los memes seleccionados?		X	
	13	¿Se discute el impacto en la imagen de la pareja en los comentarios de los memes seleccionados?	X		

APENDICE H

Técnica: Observación no participante

Instrumento: Ficha de Observación 2

Red Social	X		
Descripción	Meme 2	Tipo	Imagen
Fecha	Año: 2023	Mes: 12	Día: 06
Observador	Bolívar Torres		

Dimensión	ITEM	REQUISITO	SI	NO	ASPECTOS OBSERVADOS
Interacción social	1	¿La mayoría de los comentarios reflejan comprensión del meme?	X		El Meme 2 revela una comprensión general positiva por parte de la audiencia, reflejada en la mayoría de los comentarios. El tono de estos comentarios se alinea coherentemente con el mensaje humorístico del meme, contribuyendo a su efectividad en conectar con la audiencia local. Aunque se observa una interacción limitada entre usuarios en los comentarios, la presencia de viralidad y compartición masiva sugiere un impacto significativo en la red social X. A pesar de esto, la combinación de originalidad y relación temática del meme fortalece su difusión y engagement en la plataforma, destacando la importancia de estos elementos en el éxito de contenido viral en las redes sociales.
	2	¿El tono de la mayoría de los comentarios son coherentes con el mensaje del meme?	X		
	3	¿La mayoría de los comentarios generan interacción con otros usuarios?		X	
	4	¿Se evidencia algún tipo de viralidad o compartición masiva?	X		
	5	¿La mayoría de los comentarios muestran interés en la noticia original?		X	
Percepción de Responsabilidad	6	¿Los comentarios en los memes seleccionados que identifican al operador de las cámaras de vigilancia como responsable del suceso son mayores a los comentarios que identifican a la pareja como responsable del suceso?		X	En la dimensión Percepción de Responsabilidad del Meme 2 se observa que no existe una inclinación hacia culpar a uno u otro miembro de la pareja, debido a que los usuarios reaccionan al contenido del meme, que es netamente humorístico. Estos hallazgos contrastan con la baja participación evidenciada en el engagement del meme, a pesar de su impacto local y originalidad, aunque refuerza la difusión, no influye en la polarización de la culpabilidad entre los personajes del hecho noticioso.
	7	¿Los comentarios en los memes seleccionados que identifican a la pareja como responsable del suceso son mayores a los comentarios que identifican al operador de las cámaras de vigilancia		X	

		como responsable del suceso?			
	8	¿Los comentarios en los memes seleccionados que expresan un juicio de culpa hacia la pareja y que identifican al hombre como el responsable del suceso son mayor que los que identifican a la mujer como responsable?		X	
	9	¿Los comentarios en los memes seleccionados que expresan un juicio de culpa hacia la pareja y que identifican a la mujer como la responsable del suceso son mayor que los que identifican al hombre como responsable?		X	
Expresión de Empatía	10	¿Los comentarios en los memes seleccionados que reflejan empatía hacia la pareja son mayor que los comentarios apáticos hacia ellos?		X	Estos patrones de interacción en los comentarios reflejan el bajo engagement del meme, aunque logra un alcance local significativo, destacando su efectividad al conectar con la audiencia local a través de su estrategia humorística, originalidad y relación temática con el tema original. La falta de comentarios críticos sugiere que la audiencia, aunque participativa, puede no estar profundizando en aspectos más profundos de la representación de la pareja.
	11	¿Los comentarios en los memes seleccionados que reflejan apatía hacia la pareja son mayor que los comentarios empáticos hacia ellos?		X	
	12	¿Se cuestiona la exposición involuntaria en los comentarios de los memes seleccionados?		X	
	13	¿Se discute el impacto en la imagen de la pareja en los comentarios de los memes seleccionados?		X	

APENDICE I

Técnica: Observación no participante

Instrumento: Ficha de Observación 3

Red Social	Tik Tok		
Descripción	Meme 3	Tipo	Video
Fecha	Año: 2023	Mes: 12	Día: 06
Observador	Bolívar Torres		

Dimensión	ITEM	REQUISITO	SI	NO	ASPECTOS OBSERVADOS
Interacción social	1	¿La mayoría de los comentarios reflejan comprensión del meme?	X		El análisis de los indicadores revela una comprensión efectiva del Meme 3 en la plataforma TikTok. La mayoría de los comentarios reflejan una clara comprensión del meme, indicando una conexión exitosa con el público objetivo. Además, el tono coherente de los comentarios demuestra que la estrategia comunicativa comercial respalda de manera efectiva el mensaje del meme. Aunque la mayoría de los comentarios no generan interacción entre usuarios, la viralidad evidenciada sugiere una compartición masiva, respaldando el alto nivel de engagement del meme. A pesar de que los comentarios no muestran un interés directo en la noticia original demuestra la creatividad al vincularse de manera inteligente con el tema original.
	2	¿El tono de la mayoría de los comentarios son coherentes con el mensaje del meme?	X		
	3	¿La mayoría de los comentarios generan interacción con otros usuarios?		X	
	4	¿Se evidencia algún tipo de viralidad o compartición masiva?	X		
	5	¿La mayoría de los comentarios muestran interés en la noticia original?		X	
Percepción de Responsabilidad	6	¿Los comentarios en los memes seleccionados que identifican al operador de las cámaras de vigilancia como responsable del suceso son mayores a los comentarios que identifican a la pareja como responsable del suceso?		X	En el contexto del Meme 3, se observa un alto nivel de engagement respaldado por una estrategia comunicativa comercial, su originalidad y astuta conexión situacional buscan cautivar a la audiencia. Esto permite que la información que contiene el meme se aleje del mensaje principal del meme original, generando comentarios acordes con la información transmitida.
	7	¿Los comentarios en los memes seleccionados que identifican a la pareja como responsable del suceso son mayores a los comentarios que identifican al operador de las cámaras de vigilancia como responsable del suceso?		X	

	8	¿Los comentarios en los memes seleccionados que expresan un juicio de culpa hacia la pareja y que identifican al hombre como el responsable del suceso son mayor que los que identifican a la mujer como responsable?		X	
	9	¿Los comentarios en los memes seleccionados que expresan un juicio de culpa hacia la pareja y que identifican a la mujer como la responsable del suceso son mayor que los que identifican al hombre como responsable?		X	
Expresión de Empatía	10	¿Los comentarios en los memes seleccionados que reflejan empatía hacia la pareja son mayor que los comentarios apáticos hacia ellos?		X	Esta observación puede sugerir que, a pesar de la efectiva estrategia comercial, la conexión emocional con la pareja no es el principal impulsor del éxito del meme. Parece que la audiencia muestra una marcada indiferencia hacia la situación de la pareja, lo que respalda la efectividad de la estrategia de generar interés local. Esto indica que la audiencia acepta y no critica la exposición asociada. Esto sugiere que la estrategia creativa del meme ha logrado centrar la atención en la promoción de la obra de teatro, desviando la discusión de posibles repercusiones en la imagen de la pareja.
	11	¿Los comentarios en los memes seleccionados que reflejan apatía hacia la pareja son mayor que los comentarios empáticos hacia ellos?		X	
	12	¿Se cuestiona la exposición involuntaria en los comentarios de los memes seleccionados?		X	
	13	¿Se discute el impacto en la imagen de la pareja en los comentarios de los memes seleccionados?		X	

APENDICE J

Técnica: Observación no participante

Instrumento: Ficha de Observación 4

Red Social	Tik Tok		
Descripción	Meme 4	Tipo	Video
Fecha	Año: 2023	Mes: 12	Día: 06
Observador	Bolívar Torres		

Dimensión	ITEM	REQUISITO	SI	NO	ASPECTOS OBSERVADOS
Interacción social	1	¿La mayoría de los comentarios reflejan comprensión del meme?	X		En la interacción social del Meme 4, se observa que la mayoría de los comentarios reflejan una comprensión profunda del contenido humorístico, lo que sugiere una conexión efectiva con la audiencia de TikTok. El tono coherente de los comentarios con el mensaje del meme indica que la estrategia centrada en el humor ha sido bien recibida. Aunque la interacción directa entre usuarios es limitada, la viralidad y compartición masiva del meme indican un impacto considerable a nivel internacional, respaldando su éxito. La evidencia de interés en la noticia original demuestra que, a pesar del enfoque humorístico, el meme logra mantener una conexión temática con la situación de la aerovía.
	2	¿El tono de la mayoría de los comentarios son coherentes con el mensaje del meme?	X		
	3	¿La mayoría de los comentarios generan interacción con otros usuarios?		X	
	4	¿Se evidencia algún tipo de viralidad o compartición masiva?	X		
	5	¿La mayoría de los comentarios muestran interés en la noticia original?	X		
Percepción de Responsabilidad	6	¿Los comentarios en los memes seleccionados que identifican al operador de las cámaras de vigilancia como responsable del suceso son mayores a los comentarios que identifican a la pareja como responsable del suceso?	X		Este meme logra un alto engagement y alcance internacional, destacando por su originalidad al ofrecer una perspectiva única de la situación. Su enfoque humorístico ha sido clave para su éxito al generar risas y conexiones emocionales, se observa que los comentarios que identifican al operador de cámaras como responsable del suceso superan a los que señalan a la pareja, sugiriendo que el enfoque humorístico ha impactado en la percepción de la audiencia, contribuyendo en la dinámica comunicativa de la opinión pública.
	7	¿Los comentarios en los memes seleccionados que identifican a la pareja como responsable del suceso son mayores a los comentarios que identifican al operador de las cámaras de vigilancia como responsable del suceso?		X	

	8	¿Los comentarios en los memes seleccionados que expresan un juicio de culpa hacia la pareja y que identifican al hombre como el responsable del suceso son mayor que los que identifican a la mujer como responsable?		X	
	9	¿Los comentarios en los memes seleccionados que expresan un juicio de culpa hacia la pareja y que identifican a la mujer como la responsable del suceso son mayor que los que identifican al hombre como responsable?		X	
Expresión de Empatía	10	¿Los comentarios en los memes seleccionados que reflejan empatía hacia la pareja son mayor que los comentarios apáticos hacia ellos?	X		En este contexto se observa una clara tendencia hacia la empatía en los comentarios que demuestran comprensión y simpatía hacia la pareja involucrada. Además, se evidencia un cuestionamiento sobre la exposición involuntaria, indicando que la viralidad del meme ha llevado a una reflexión acerca de la privacidad en situaciones similares. Los comentarios también discuten el impacto en la imagen de la pareja, señalando cómo la creatividad y originalidad del meme han contribuido a la percepción pública.
	11	¿Los comentarios en los memes seleccionados que reflejan apatía hacia la pareja son mayor que los comentarios empáticos hacia ellos?		X	
	12	¿Se cuestiona la exposición involuntaria en los comentarios de los memes seleccionados?	X		
	13	¿Se discute el impacto en la imagen de la pareja en los comentarios de los memes seleccionados?	X		

APENDICE K

Foto: Meme 1

Red Social: X

Link: https://bit.ly/Meme_1_

No es el lugar...
Es la persona ❤️



11:55 a. m. · 13 jul. 2023 · 357,7 mil Reproducciones

35 592 6 mil 1 mil

Postea tu respuesta [Responder](#)

Juan d @Juand02216082 · 14 jul.
@DescargarBot @GetVid_ @GetVideoBot
2 2 30 mil

Jose Aliaga @JoseAli29544354 · 14 jul.
Por ahí leí que ella tenía novio y que le pagaba la u sin embargo dijeron que ese no era el novio xd
6 mil

Saul Lopez @SaulLop76160527 · 14 jul.
Según salió en face no se q tan cierto sea q se suicidó la chica
1 1 mil

Carlos @Carlos77495613 · 14 jul.
Cómo no se van a dar de cuenta q hay camara
4 mil

Carlos @Carlos77495613 · 14 jul.
El man se espero q iban a terminar y ahí si les hablo jajaja...x q no les dijo mucho antes 😂
3 mil

Jefrin Mendoza @MendozaJefrin · 14 jul.
Fue rico mientras duro le dice jajajajaja
2 6 mil

Foto: Meme 2

Red Social: X

Link: http://bit.ly/Meme_2_

Esto ya se salió de control en la AEROVIA 😏😏😏😏😏😏



3:19 p. m. - 12 jul. 2023 - 56,1 mil Reproducciones

11 65 223 4

Postea tu respuesta Responder

ELU MO @elumo88 - 12 jul. Son terribles...!! 😏😏😏😏😏

1 264

Yeye @Xavite - 12 jul. Ojo que esta ahí no mas de que pasara eso! El sector ayuda mucho!!! JAJAJAJA

1 376

GuayaKILL @GuayscoKILL - 12 jul. AERO18

1 264

Jean Carlo García @jeanCar02172102 - 16 jul. 😏😏😏😏😏😏😏😏😏😏😏😏😏😏😏😏😏😏😏😏😏😏

20

MI MALA REPUTACIÓN @CORNITO1107 - 13 jul. Chucha el que no sabe cree que esto es verdad y la plena y esto es lo que descredite a la ciudad para joda ya pero no tanto

42

henry iniguez @henryiniguez205 - 13 jul. Ahora ya nos aereo via es chongo via..

49

solitario @washing04728382 - 12 jul. Las candidatas de la rc5

2 258

Foto: Meme 3

Red Social: Tik Tok

Link: https://bit.ly/Meme_3_

Buscar contenido relacionado

Denunciar

QUE DESGRACIA!! Que corta nota, a Mi pazón le cuesta mucho ponerse crestivo. #LaParejaFeliz #TeatroFedenador

sonido original - L A M O F L E

8501 112 357

<https://www.tiktok.com/@mofietv/video/725533...> Copiar enlace

Comentarios (112) Videos del creador

Katherine Lino
siempre me han hecho reir no me cansare de verlos
7-14 Responder 38

Jessy593
um show de ellos debe ser espectacular verlos
7-15 Responder 4

Dany_Coque*
Jajaja la pareja feliz no se podía quedar atrás jaja
7-13 Responder 4

soniajojanatellob
son lo máximo
7-17 Responder 3

Rose Sumi
lo nuevo jajajaj
7-14 Responder 3

sermacom.bienesraices
también se pueden comprar directo en el teatro las entradas
7-15 Responder 1

Pablo escobar
Disculpe a q hora es el. Show
7-19 Responder 2

Marito
jajaja los admiro a los 2
7-14 Responder 2

Yessy
Cuando vienen a Riobamba
7-13 Responder 2

Carolina ec
Siii hay mismo hay boleterías

Foto: Meme 4

Red Social: Tik Tok

Link: https://bit.ly/Meme_4_

Buscar contenido relacionado

Denunciar

Así los que monitoreaban la Aerovía 🤪

Comentarios (3036) Videos del creador

- Marcos Vinicio Cashu**
parecido con la realidad es pura coincidencia 🤪🤪
7-16 Responder 2
- nuryloor**
la verdad son buenos los videos jijji triste realidad por esos chicos jijjiji la verdad siempre sale a la luz
8-27 Responder 2
- Maria Vega**
Es vd me pongo a pensar como llego ese video a las redes hajaja
7-14 Responder 3
- Zulay Guevara**
@fanny<3 JAJAJA
7-14 Responder 3
- Martin Martinica**
🤪🤪🤪 Porque esperaron para llamarles la atención
7-13 Responder 1
- Tóxica Endiablada**
Pon para descargar 🤪 hajaja qué risa
7-13 Responder 1
- Iunita27**
me hizo la noche tjj 🤪🤪🤪
7-15 Responder 2
- ElDogexDDD**
este video salió en las noticias de TC Televisión 🤪
7-14 Responder 1
- franklinguerrero134**
Saliste en la noticias jaja
7-14 Responder 1
- Vale Reyes**
🤪🤪🤪 ysi yo creó que sí fue así 🤪🤪🤪
7-14 Responder 1
- Salieron en las Noticias**
7-14 Responder 1
- Ortiz Jury121**
🤪 y así pasaron los 5 minutos discutiendo 🤪
7-15 Responder 1