

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**  
**Escuela de Ciencias de la Comunicación**

**EI MEME, MEDIO DE COMUNICACIÓN Y EXPRESIÓN SOCIAL  
EN FACEBOOK**

Trabajo de tesis presentado por:

**EMILIO ANTONIO MAGAÑA GARCÍA**

Previo a optar al título de:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Asesora de tesis:

Dra. Aracelly Krisanda Mérida González

Guatemala, marzo de 2017

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**  
**Escuela de Ciencias de la Comunicación**

**Director**

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García

**Consejo Directivo**

**Representantes Docentes**

Lic. Mario Enrique Campos Trigilio  
M.A. Gustavo Adolfo Moran Portillo

**Representantes Estudiantiles**

Anaité Machuca  
Mario Barrientos

**Representante Egresado**

M.A. Johnny Michael González Batres

**Secretaria**

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

**Tribunal Examinador**

Dra. Aracelly Krisanda Mérida González	(Presidenta)
M.A. David Ernesto Chacón Estrada	(Revisor)
M.A. Jorge Ignacio Paz García	(Revisor)
M.A. Luis Arturo Pedroza Gaytán	(Examinador)
Dr. Marco Julio Ochoa España	(Examinador)
Lic. César Augusto Paiz Fernández	(Suplente)



**Universidad de San Carlos de Guatemala**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación

264-16

Guatemala, 13 de junio de 2016  
**Dictamen aprobación 91-15**  
Comisión de Tesis

Estudiante  
**Emilio Antonio Magaña García**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad de Guatemala

Estimado(a) estudiante **Magaña**:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Comisión de Tesis en el inciso 1.11 del punto 1 del acta 11-2016 de sesión celebrada el 13 de junio de 2016 que literalmente dice:

*1.12 Comisión de Tesis acuerda: A) Aprobar al (la) estudiante Emilio Antonio Magaña García, carné 200114142, el proyecto de tesis: EL MEME, MEDIO DE COMUNICACIÓN Y EXPRESIÓN SOCIAL EN LA RED SOCIAL FACEBOOK. B) Nombrar como asesor(a) a: M.A. Aracelly Krisanda Mérida González.*

Asimismo, se le recomienda tomar en consideración el artículo número 5 del REGLAMENTO PARA LA REALIZACIÓN DE TESIS, que literalmente dice:

...“se perderá la asesoría y deberá iniciar un nuevo trámite, cuando el estudiante decida cambiar de tema o tenga un año de habersele aprobado el proyecto de tesis y no haya concluido con la investigación.” (lo subrayado es propio).

Atentamente,

**ID Y ENSEÑAD A TODOS**

  
M.A. Aracelly Mérida  
Coordinadora Comisión de Tesis



Copie: Comisión de Tesis  
AM/Eunice S.



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio M2,  
Ciudad Universitaria, zona 12.  
Teléfono: (502) 2418-8920  
Telefax: (502) 2418-8910  
[www.comunicacionusac.org](http://www.comunicacionusac.org)



Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación



Guatemala, 17 de octubre de 2016  
Comité Revisor/ NR  
Ref. CT-Akmg 086-2016

Estudiante  
Emilio Antonio Magaña García  
Carné 200114142  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante Magaña

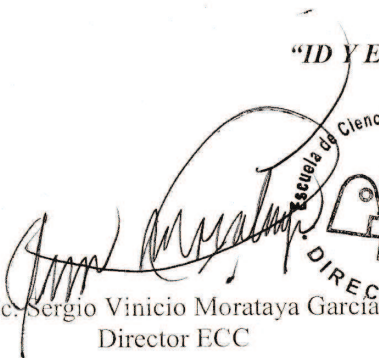
De manera atenta nos dirigimos a usted para informarle que esta comisión nombró al COMITÉ REVISOR DE TESIS para revisar y dictaminar sobre su tesis *“EL MEME MEDIO DE COMUNICACIÓN Y EXPRESIÓN SOCIAL EN LA RED SOCIAL FACEBOOK”*.

Dicho comité debe rendir su dictamen en un plazo no mayor de 15 días calendario a partir de la fecha de recepción y está integrado por los siguientes profesionales:

Dra. Aracelly Krisanda Mérida González	presidente(a)
M.A. Jorge Ignacio Paz García	revisor(a)
M.A. David Ernesto Chacón Estrada	revisor(a)

Atentamente,

*“ID Y ENSEÑAD A TODOS”*

  
M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García.  
Director ECC

  
Dra. Aracelly Krisanda Mérida González  
Coordinadora Comisión de Tesis



Archivo  
“Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad”  
OLIVERIO CASTAÑEDA DE LEÓN



**Universidad de San Carlos de Guatemala**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación

**Autorización informe final de tesis por Terna Revisora**

Guatemala, 7 de noviembre de 2016

Comisión de Tesis  
Escuela de Ciencias de la Comunicación,  
Edificio Bienestar Estudiantil, 2do. Nivel.  
Ciudad Universitaria, zona 12

Atentamente informamos a ustedes que el estudiante Emilio Antonio Magaña García, Carné 2001 14142 Ha realizado las correcciones y recomendaciones a su TESIS, cuyo título es: " **El meme, medio de comunicación y expresión social en Facebook**". En virtud de lo anterior, se emite DICTAMEN FAVORABLE a efecto de que pueda continuar con el trámite correspondiente.

*"Íd y enseñad a todos"*

  
M.A. David Ernesto Cnacon Estrada  
Miembro Comisión Revisora

  
M.A. Jorge Ignacio Paz García  
Miembro Comisión Revisora

  
Dra. Aracelly Krisanda Mérida González  
Presidente Comisión Revisora



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio M2,  
Ciudad Universitaria, zona 12.  
Teléfono: (502) 2418-8920  
Telefax: (502) 2418-8910  
[www.comunicacionusac.org](http://www.comunicacionusac.org)



**Universidad de San Carlos de Guatemala**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación

002-17

Guatemala, 07 de febrero de 2017  
Tribunal Examinador de Tesis/N.R.  
Ref. CT-Akmg- No. 002-17

Estudiante  
Emilio Antonio Magaña García  
Carné 200114142  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante:

Por este medio le informamos que se ha nombrado al tribunal examinador para que evalúe su trabajo de investigación con el título: EL MEME, MEDIO DE COMUNICACIÓN Y EXPRESIÓN SOCIAL EN FACEBOOK, siendo ellos:


Dra. Aracelly Krisanda Mérida González	presidente (a)
M.A. David Ernesto Chacón Estrada	revisor(a)
M.A. Jorge Ignacio Paz García	revisor(a)
M.A. Luis Arturo Pedroza Gaytán	examinador(a)
M.A. Marco Julio Ochoa España	examinador(a)
Lic. César Augusto Paiz Fernández	suplente


Por lo anterior, apreciaremos se presente a la Secretaria del Edificio M-2 para que se le informe de su fecha de examen privado.

Deseándole éxitos en esta fase de su formación académica, nos suscribimos.

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
DIRECTOR  
M.Sc. Sergio Winicio Morataya García  
Director ECC

  
Dra. Aracelly Krisanda Mérida González  
Coordinadora Comisión de Tesis



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala

CC: Comité Examinador  
Archivo/expediente  
AM/SVMG/AiR

Edificio M2,  
Ciudad Universitaria, zona 12.  
Teléfono: (502) 2418-8920  
Telefax: (502) 2418-8910  
[www.comunicacionusac.org](http://www.comunicacionusac.org)



**Universidad de San Carlos de Guatemala**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación

002-17

Guatemala, 22 de marzo de 2017  
Orden de impresión/NR  
Ref. CT-Akmg- No. 001-2017

Licenciado  
Emilio Antonio Magaña García  
Carné 200114142  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) Licenciado (a) Magaña

Nos complace informarle que con base a la autorización de informe final de tesis por asesor, con el título "EL MEME, MEDIO DE COMUNICACIÓN Y EXPRESIÓN SOCIAL EN FACEBOOK, se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que sean entregados un ejemplar impreso y un disco compacto en formato PDF, en la Biblioteca Central de esta universidad; seis ejemplares y dos discos compactos en formato PDF, en la Biblioteca Flavio Herrera y nueve ejemplares en la Secretaría General de esta unidad académica ubicada en el 2º. nivel del Edificio M-2.

Es para nosotros un orgullo contar con un profesional como usted, egresado de esta Escuela, que cuenta con todas la calidades para desenvolverse en cualquier empresa en beneficio de Guatemala, por lo que le deseamos toda clase de éxitos en su vida.

Atentamente,

*ID Y ENSEÑAD A TODOS*

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García  
Director ECC



Dra. Aracelly Krisanda Mérida González  
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: archivo  
AM/SVMG/aijr



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio M2,  
Ciudad Universitaria, zona 12.  
Teléfono: (502) 2418-8920  
Telefax: (502) 2418-8910  
[www.comunicacionusac.org](http://www.comunicacionusac.org)

Para efectos legales el autor  
es el único responsable del contenido de este trabajo



## **DEDICATORIA**

### **A HaShem:**

La convicción de lo que no veo,  
la certeza de lo que espero.

### **A mis padres:**

#### **Ovidio y Ethel**

Fusión genética que guardan mis cromosomas,  
honra que se concede a mi ser en cada genoma.

### **A mis hermanos:**

#### **Josué y David**

Bastiones que acompañan mi recorrer,  
un cordón de tres dobleces difícil de romper.

### **A mi esposa:**

#### **Rossibel**

Amiga y confidente que acompaña mi existencia,  
elegida para ser forjada con mi esencia.

### **A mis hijos:**

#### **Diego y Emily**

Carne de mi carne y hueso de mis huesos,  
la más valiosa herencia recibida en quienes veo mi reflejo.

## **AGRADECIMIENTOS**

### **A la conspicua Carolina:**

Por brindar la oportunidad de surcar un sendero para cultivar el fruto ahora obtenido al abrir sus puertas a este viajero en la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

### **A mi asesora:**

Dra. Aracelly Krisanda Mérida González, por demostrar vocación a su labor al colocar su vasto conocimiento y experiencia a disposición de este *in fieri* para cerrar el círculo.

### **A los participantes académicos en este proceso:**

Por su imparcialidad y profesionalismo.

### **A mi familia:**

Por el apoyo incondicional, paciencia, ánimo y exhortación recibidos que se traducen en amor como engranaje para la culminación de esta meta.

<b>Índice</b>	<b>Pág.</b>
<b>Resumen</b>	I
<b>Capítulo 1</b>	
<b>Anotaciones preliminares</b>	
1.1 Introducción	1
1.2 Título del tema	2
1.3 Antecedentes	
1.4 Justificación	3
1.5 Descripción y delimitación del tema	4
1.6 Objetivos	
1.6.1 General	
1.6.2 Específicos	
<b>Capítulo 2</b>	
<b>Fundamentación teórica</b>	
2.1 Teoría de la comunicación	5
2.1.1 Shannon & Weaver	6
2.1.2 Sistemas semióticos	7
2.1.3 Aguja hipodérmica	8
2.1.4 Interaccionismo simbólico	
2.1.5 Determinismo tecnológico	9
2.2 Medio de comunicación	10
2.3 Comunicación virtual	11
2.4 <i>Internet</i>	
2.5 Red social	13
2.5.1 <i>Facebook</i>	15
2.5.2 Viralidad	16

2.6 Meme	17
2.6.1 Desambiguación	
2.6.2 Protomemes	18
2.6.3 Pre <i>Internet</i>	19
2.6.4 <i>Internet</i>	
2.6.5 Estructura	20
2.6.6 Tipos	21
<b>Capítulo 3</b>	
El meme, medio de comunicación y expresión social en <i>Facebook</i>	22
3.1 Medio de comunicación	27
3.2 Expresión social	35
3.3 Proceso comunicativo	42
<b>Conclusiones</b>	48
<b>Recomendaciones</b>	49
<b>Referencias bibliográficas</b>	50
<b>Referencias fílmicas</b>	52
<b>e-grafía</b>	
<b>Anexos</b>	54

<b>Índice de ilustraciones</b>		<b>Pág.</b>
1	Genes	22
2	Pulgar arriba	23
3	<i>Internet</i>	24
4	Anatomía de un meme	24
5	Necesidades fisiológicas	25
6	Maduro	26
7	Naufragio sirio	26
8	Evolución Pokémon	27
9		
10	La fórmula de la comunicación	28
11	Modelo aristotélico	28
12	Shannon & Weaver	29
13	Individuo virtual	30
14	Sistemas semióticos	31
15	Maestros Jedi	32
16	El encantador de perros	33
17	Aguja hipodérmica	34
18	Determinismo tecnológico	35
19	La red	35
20	Afiches y pancartas	36
21	El ishto	37
22	Rebonito	37
23	Anuario	38
24	Plaza central	40
25	Ni corrupto, ni ladrón	40
26	Farándula	41
27	Deportes	41
28	Registro <i>Facebook</i>	43
29	Idea	44

30	Viralidad	44
31	Interfaz <i>Facebook</i>	45
32	Formatos virtuales	45
33	Emoticones	46
34	Proceso comunicativo meme en Facebook	47

**Índice de cuadros** **Pág.**

1	Usuarios de redes	39
---	-------------------	----

**Índice de esquemas** **Pág.**

1	Shannon & Weaver	42
---	------------------	----

## I. Resumen

El estudio de la presente monografía es relacionada al meme como medio de comunicación y expresión social en Facebook, así como del proceso comunicativo del mismo. Se utiliza una línea deductiva en la exposición de conceptos para extraer las conclusiones.

El meme ha convivido con el ser humano desde tiempos antiguos. El término fue utilizado por Richard Dawkins para denominar aquellas entidades similares a los genes que viajan de cuerpo en cuerpo, ya no en base al ADN sino a patrones de información. El meme es información cultural transmitida de un individuo a otro, de una generación a otra, una expresión social.

En el año 2004 inicia un proyecto que desencadenó en la ahora red social de *Internet* más utilizada en el mundo: *Facebook*. La denominada *Web 2.0* permite a los usuarios de esta red social ser individuos colectivos, un espacio para formar relaciones, comunidades y otros sistemas de convivencia donde las normas que las rigen son similares a las del mundo real. Día con día cuantiosa información es compartida en *Facebook*, dentro de la cual figura una expresión favorita: El meme. Los tipos de memes son diversos, desde imágenes que contienen solo texto hasta videos elaborados, siendo los más utilizados aquellos que tienen una imagen y un texto.

El meme como mensaje al ser utilizado por un medio predominante como *Facebook* provoca una simbiosis de los elementos que obedecen al aforismo “el medio es el mensaje” expuesto por el filósofo canadiense Herbert Marshall McLuhan, es decir, el meme siendo mensaje es a la vez un medio de comunicación.

Al ser una monografía de compilación, las referencias bibliográficas de la información anterior descrita fueron recopiladas de una manera específica para redactarse de manera crítica y poder el autor realizar una opinión. Se hicieron

lecturas rápidas de ampliación sobre el tema para verificar su viabilidad, luego se recopiló y organizó información documental y en la *web* de fuentes primarias y secundarias de acuerdo a los criterios aplicados por el autor para describirlas en los tres capítulos previstos. Se ilustró con la técnica de una infografía para hacer el contenido más atractivo y condensado sin perder la esencia de una monografía. Se utilizaron fichas bibliográficas, videográficas, de resumen y de síntesis ordenadas según la división de los capítulos como instrumentos. Se buscó y recopiló fuentes de información en: libros, monografías, artículos, tesis de grados e *Internet*. El material recopilado fue leído, interpretado y clasificado de acuerdo con su importancia dentro del trabajo de investigación.

Parte de las ilustraciones fueron hechas por mano del autor como aporte al contenido



Ilustración por Emilio Magaña (autor)



# Capítulo 1

## Anotaciones preliminares

### 1.1 Introducción

El comunicar es intrínseco de los seres vivos y en el caso particular del humano ha sido vital para su civilización. Desde las pinturas rupestres, pasando por la Gioconda de Da Vinci hasta la publicación de un meme en *Facebook*, el principio es el mismo, comunicar. El comunicar según lo entendía Aristóteles en su obra *Retórica* se resume en un emisor que envía un mensaje a un receptor del cual espera una respuesta.

La inserción de *Internet* a la sociedad y posteriormente de las redes sociales representa un nuevo avance para la comunicación. Las redes sociales cuentan con la ventaja de expandir un mensaje de manera global en cuestión de segundos, dentro de los cuales figuran los ahora muy conocidos memes. Según lo define Castro (2016 <https://www.aprenderinternet.about.com/od/Glosario/g/Que-Es-Meme.htm>) es "...un término utilizado en el mundo de Internet para describir una idea o un símbolo que se transmite de forma explosiva a través de los medios de Internet (email, red social, blog, noticias, entre otros servicios). *Meme* viene de la palabra griega "mimema", que significa "algo imitado", y representa una forma de propagación cultural, un medio para que la gente transmita memorias sociales e ideas culturales entre sí."

*Facebook* es una de las plataformas para que el fenómeno del meme de *Internet* tomara auge como una de las expresiones comunicativas favoritas, con publicaciones que son compartidas a más de 4,000,000 de usuarios medido a través de los *likes* (botón utilizado en *Facebook* para compartir contenido), el meme desencadena un proceso comunicativo entre los usuarios de la red social.

El presente tema fue para determinar el meme como medio de comunicación y expresión social en *Facebook*, así como aportar material que permita aumentar el conocimiento a todo estudiante de comunicación o interesados en el mismo respecto a ello.

La monografía está integrada por tres capítulos: El capítulo uno describe el porqué del tema y sus objetivos. El capítulo dos expone la fundamentación teórica compilada para los objetivos trazados. Por último en el capítulo tres se incluye la redacción crítica de la bibliografía compilada para realizar el autor una opinión respecto al meme como medio de comunicación y expresión social, así como el proceso comunicativo pertinente.

## **1.2 Título del Tema**

El meme, medio de comunicación y expresión social en *Facebook*.

## **1.3 Antecedentes**

Existen diferentes expresiones de comunicación que el ser humano ha utilizado a lo largo de la historia, una de ellas desde hace siglos aunque no de la forma tal cual se conoce hoy en día. Se hace referencia a la difusión cultural denominada meme, en específico a los propagados en *Internet* que remontan sus inicios al de ésta última en la década de los 60's.

*Internet* y su acelerada evolución ha creado la vivencia en una aldea global. Este importante medio permitió que un concepto como la red social *Facebook* fuera idónea para que el meme transmitiera de manera global la información traducida en expresión social de los diferentes grupos que conforman la humanidad y la interacción de los mismos.

Trabajos de estudio sobre el meme de *Internet*, así como de *Internet* y *Facebook* han sido variados desde su existencia y auge virtual enmarcados en diferentes

objetivos trazados en relación a la comunicación. El libro Memecracia de la periodista española Delia Rodríguez publicado en septiembre de 2013 es un ejemplo de lo anterior. Hay tesis que abarcan las redes sociales en diferentes ámbitos, el meme también es analizado en su mayoría por su significación y composición. En la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala se encontró la tesis “Análisis semiótico de los memes sobre Roxana Baldetti” (2016) de reciente elaboración por Dina Maribel Pérez Mendoza.

No se tuvo conocimiento según revisiones realizadas de otro estudio del meme en específico como medio de comunicación y expresión social en Facebook.

#### **1.4 Justificación**

La comunicación es inherente al desarrollo del ser humano, de ahí la importancia de su efectividad. El meme ha sido menoscabado, visto como una viñeta, algo meramente humorístico. Se ve y comparte, pero se desconoce la etimología de su nombre, su historia, evolución y cómo es un medio de comunicación y expresión social. Es similar al hecho de dar la mano para saludar, un gran porcentaje desconoce su origen e historia, se practica por inercia.

Hoy en día existe una infinidad de memes publicados en Facebook, algunos de ellos logran *feed back* tan efectivos que se convierten en virales, Rodríguez (2013) define esto como una memecracia que rige la vida de una sociedad. Sin embargo, poco se ha dedicado a compilar información respecto a su origen, evolución y al proceso comunicativo que desencadenan.

Guatemala no es ajena a las redes sociales y por ende a esta expresión, los memes son utilizados para comunicar el sentir y cultura social, es parte de la memecracia hoy en día. Es menester del estudiante de comunicación el poder entender al meme como medio de comunicación y su función como expresión

social para poder sacar el mayor provecho a esta herramienta comunicativa de vanguardia. La importancia de abordar estos temas y colocarlos a disposición del público es evitar la ambigüedad de conceptos tan de moda como el meme para que no sean menoscabados.

### **1.5 Descripción y delimitación del tema**

El meme es un medio de comunicación al ser la expresión social favorita de los internautas en *Facebook*.

El estudio no abarca otras redes sociales y no es una monografía sobre *Facebook* e *Internet*. La descripción del meme es como medio de comunicación y expresión social circunscrito a *Facebook* y su proceso comunicativo adyacente. El modelo comunicativo Shannon & Weaver así como el de Riley-Riley fueron utilizados como base para describir los elementos del proceso comunicativo del meme. No se hacen análisis de ningún tipo respecto a memes en específico de acuerdo a modelos ya establecidos.

### **1.6 Objetivos**

#### **1.6.1 General**

Describir el meme como medio de comunicación y expresión social en Facebook.

#### **1.6.2 Específicos**

- Explicar características del meme como medio de comunicación y expresión social
- Fundamentar el proceso comunicativo de los memes

## Capítulo 2

### Fundamentación teórica

#### 2.1 Teoría de la comunicación

Si bien la teoría de la comunicación en su ámbito científico es relativamente nueva, la comunicación como su objeto de estudio se remonta a tiempos antiguos. Para Albizúrez (1997) la comunicación es compartir información, la capacidad de poder manejar ésta para interactuar. De lo anterior se deduce que como mínimo son requeridos un emisor y un receptor para que exista tal interacción. Como mencionan Serrano y otros (1982) el estudio de la comunicación como ciencia reconocerá la aptitud de los seres vivos para comunicarse ya que biológicamente solo algunas especies tienen órganos especializados requeridos para el intercambio de información, dentro de las cuales figura el ser humano.

En principio, la comunicación cuenta dos principales actores: 1) Quien envía un mensaje y 2) Quien lo recibe. El ser humano ha logrado multiplicar su capacidad de comunicación al recurrir a amplificadores tecnológicos como la *Internet* o una red social. La teoría de la comunicación busca integrar y explicar a través de un modelo todo el proceso de la interacción que tiene como intención poner en común un mensaje.

Para Berlo (1984) al tratar de escribir sobre este proceso se enfrenta a dos problemas: 1) Las relaciones entre los elementos son dinámicas; y 2) se debe utilizar el lenguaje para describirlo, siendo éste estático y permanente. Ese interés por explicar este proceso ha desarrollado diferentes modelos con sus respectivas listas de elementos, aunque similares, unos más complejos que otros.

Aristóteles en su obra *La Retórica* es uno de los primeros en exponer un modelo donde para comunicarse deben existir tres elementos: 1) La persona que habla

(orador), 2) el mensaje que pronuncia (discurso) y 3) la persona que escucha (auditorio)

Según Pascual (sf.) el estudio de la comunicación humana puede ser incluido dentro de las llamadas ciencias sociales por abordar el conocimiento del hombre y la sociedad.

### **2.1.1 Shannon & Weaver**

Claude Elwood Shannon (matemático estadounidense, 1916 – 2001) y Warren Weaver (biólogo estadounidense, 1894 – 1978) exponen en la década de los cuarenta un modelo que es compatible con el de Aristóteles. Para ellos, la comunicación incluye seis elementos (tres más al modelo de Aristóteles): 1) Una *fuentes* o señal a emitir, 2) un *transmisor* que emite las señales, 3) un *canal* por el que discurren las señales, 4) una *fuentes de ruidos* o señales ajenas a la fuente, 5) un *receptor* que recibe las señales y las decodifica, y 6) un *destino* o punto final del proceso.

Este modelo matemático-informacional excluye las referencias a contenidos y se fundamenta en la transmisión de señales. Por una parte Shannon lo aplicó por primera vez a los impulsos eléctricos emitidos por el telégrafo, y por otra, Weaver lo aplicó al estudio de los fenómenos en el sistema nervioso central de los animales. Por lo anterior, según Serrano y otros (1982) este modelo puede aplicarse a lo biológico como a lo tecnológico, siendo la fuente la capacidad de producir señales del ser vivo o del instrumento transmisor.

El modelo Shannon-Weaver pretende representar un sistema general de comunicación de donde se desprenden elementos básicos como un emisor, un mensaje codificado, un canal, barreras u obstáculos, un receptor y una retroalimentación. Su estudio busca optimizar la transmisión de esas señales (información).

### **2.1.2 Sistemas semióticos**

Según el Diccionario de la Real Academia Española el signo es entendido como indicio o señal de algo, existirá en la cultura de un grupo humano al decidir usar una cosa como vehículo de otra. Dentro del proceso de comunicación existe un código, un sistema de significación, es decir una construcción semiótica autónoma que hace necesaria una respuesta interpretativa del destinatario.

Para Eco (2000) fue Ferdinand Saussure (lingüista suizo, 1857-1913) quien definió el signo con sus dos caras (significante - significado) y llamó Semiología a la ciencia que estudia la vida del signo en el marco de la vida social; así como Charles Sanders Peirce (científico estadounidense, 1839-1914) entendió por Semiosis una cooperación de tres sujetos, un signo, su objeto y su interpretante.

La codificación (significante) y decodificación (significado) de las señales en el modelo comunicativo aseguran el provocar una respuesta determinada. Es decir, si se observa humo (denotación) se interpretará como fuego (connotación). Sin embargo, se prevé la presencia de ruidos que vuelvan difícil su captación, lo que provoca complicar el código para una eficiente transmisión de la información. El código debe estar inmerso dentro de un cuadro de significación.

Velásquez (2005) al definir el texto literario como un hecho comunicativo llega a la deducción que un texto necesita construir un código para llegar a ser literatura. El escritor y lector deben estar en complicidad con ese código (aceptar las reglas) para poder interpretarlo. Así García (2000) manifiesta que en el lenguaje operan factores comunicativos en los que pocas veces se carece de una implicación semántica (significado de las expresiones lingüísticas).

El significado es algo referido a la actividad mental de los individuos, el signo expresa ideas. Los sistemas semióticos pueden entenderse como sistemas de signos convencionalizados como las señales de tránsito, las reglas de etiqueta o el

alfabeto. Existe una función semiótica cuando el código relaciona los elementos del sistema emisor con los del sistema receptor.

### **2.1.3 Aguja hipodérmica**

Según Galeano (1997) después de la Primera Guerra Mundial (1914-1918) con la comunicación en masas se inicia con la investigación propiamente de la comunicación. Los primeros modelos eran simples y se basaban en el estímulo-respuesta (E-R), por lo que fueron denominados “modelos de aguja hipodérmica” por presumirse que los mensajes eran recibidos y aceptados en su totalidad por el receptor a manera de un líquido inyectable en el cuerpo.

Estas descripciones según Berlo (1984) se limitaban a decir que el comunicador hace A, luego B y después ocurre C. No se orientaron al proceso, por lo que las investigaciones realizadas indicaron otra cosa: las fuentes de comunicación resulten o no efectivas dependen de un complejo número de factores.

No se ha podido determinar todos los elementos de la comunicación, además es posible que algunos de éstos no puedan ser definidos. Por lo anterior, la discusión sobre el proceso de comunicación resulta incompleta, no es posible listar todos los elementos ni describirlos adecuadamente. Solo se puede proporcionar algunas sugerencias e indicaciones respecto a estos elementos y a la dinámica del proceso que son necesarias para no ver el proceso de comunicación como meramente una inyección de información.

### **2.1.4 Interaccionismo simbólico**

El símbolo es un signo que establece una relación generalmente abstracta a la que evoca o representa, su existencia es de orden cultural y constituye el modo como piensa y habla una sociedad. Moles (1978) (Sociólogo francés, 1920-1992) en su libro Sociodinámica de la cultura ve ésta última como el entorno artificial que el hombre crea en el seno de sus actividades y de la cual hay dos tipos: 1) Individual, que es el reflejo de su personalidad y, 2) Colectiva, perteneciente a los



grupos sociales institucionalizados. Blumer (1981) (sociólogo estadounidense, 1900 – 1987) conceptualizó en 1937 el hecho que el significado de los signos se forma en la interacción social, a lo que llamó Interaccionismo Simbólico, situándole dentro del ámbito de la comunicación al compartir información para poder interactuar.

Para Galeano (1997) hacia finales de los años cincuenta los modelos básicos de comunicación no eran más que variaciones de los modelos Estímulo-Respuesta (E-R); fue John Winchell Riley Jr. (sociólogo 1908 – 2002) y Matilda Riley White (socióloga estadounidense, 1911 – 2004) quienes se plantearon la validez de los modelos presentados hasta 1959. Manifestaron que el proceso de comunicación es parte de un sistema social y que hay una interacción continua en este sistema. La audiencia no es receptora pasiva, existe un proceso de retroalimentación que hace de la comunicación humana una interacción. Tanto el emisor como el receptor pertenecen a distintos grupos sociales primarios. Según López (1998) siempre que se hace algo es para influir en los demás en el ámbito de la praxis social, que por esencia es comunicativa.

Con la ampliación de los modelos a factores sociales inicia una nueva búsqueda: ¿Qué hacen los medios con la gente y sus sistemas culturales? Se recibe el mensaje como individuo, en un grupo íntimo o incorporado a un público reunido.

### **2.1.5 Determinismo tecnológico**

La comunicación de masas es el proceso de elaborar y transmitir mensajes a un público grande. Para Ongallo (2007) los medios de comunicación o *mass media* son los encargados de esta tarea. El término comunicación de masas es difícil de conceptualizar debido a su ubicuidad, hoy en día los *mass media*, la publicidad masiva y la comunicación social (*marketing, Internet, etc.*) están alcanzado su mayor protagonismo a través de la historia.

La tecnología influye en el desarrollo económico y social. Cuando Juan Gutenberg inventó la imprenta supuso al papel como su soporte principal para la transmisión de mensajes. Para McLuhan (1996) (filósofo canadiense, 1911 – 1980) “el medio es el mensaje” porque lo que marca una diferencia en la vida de las personas es el medio predominante, no así su contenido, es una relación simbiótica. El contenido de un medio será otro medio. Lo anterior se demuestra al señalar cómo la era electrónica ha alojado al mundo en una *aldea global*. Cada medio es una prolongación de una facultad humana, por ejemplo, un circuito eléctrico es una prolongación del sistema nervioso. La rapidez en los cambios tecnológicos del mundo moderno hace estudiarlos en dos grupos: 1) Calientes, que exigen poco o nada de la participación del usuario (la radio) y, 2) Fríos, que exigen una participación más intensa (la televisión).

El ser humano ha logrado multiplicar su comunicación gracias a los avances tecnológicos. Esos acelerados cambios en la tecnología hoy en día influyen significativamente en la sociedad. En cuanto la dependencia de una sociedad respecto a sus sistemas de significación sean para con la tecnología se referirá a un Determinismo Tecnológico.

## **2.2 Medio de comunicación**

Según Maletzke (1992) se significa por medio de comunicación los instrumentos o aparatos técnicos mediante los cuales se difunden mensajes de manera pública, indirecta y unilateralmente a un público disperso. Los medios se hayan insertados en la vida social y guardan relaciones múltiples con la vivencia y conducta de sus usuarios.

El medio de comunicación tiene condiciones y supuestos técnicos propios, es decir sus posibilidades y limitaciones. Cada medio tiene su público psicológica y sociológicamente establecido, quien influye a su vez de manera retroactiva en el trabajo del comunicador. Los diversos medios no obstante sus características propias no se encuentran aislados unos de otros, al contrario existen relaciones

alternativas entre los mismos. Sin embargo, lo visual es más confiable y demostrativo que el mundo fugaz e inestable de la audición, sin dejar de mencionar que aún en la era de la televisión las transmisiones radiales conservan su público favorito. En el caso de un periódico la difusión es óptica, para la radio es auditiva, la televisión es la fusión visual-auditiva que suma una ventaja considerable.

Todo medio ejerce en virtud de sus características propias una conducta adictiva u obsesiva (compulsión) sobre el receptor. El receptor se forma una imagen más o menos diferenciada de cada medio (significación) que determinará el proceso de la comunicación social. Los medios son irremplazables unos de otros.

### **2.3 Comunicación virtual**

El Diccionario de la Real Academia Española define por virtual aquello que tiene existencia aparente y no real. Al hablar de una comunicación virtual se hace referencia al intercambio de información para interactuar donde los protagonistas preservan su identidad de una relación física por un medio no físico de comunicación que evita el compromiso expreso de estar cara a cara.

Las tecnologías de la información y en especial *Internet* han provocado un proceso de digitalización de la vida y actividad social, económica y política; reciente y gradual pero que se acelera en los últimos años.

Para Gutiérrez y otros (2010) la integración de la tecnología a la vida cotidiana presenta su exponente máximo en su incorporación al cuerpo humano y en la modificación de las capacidades sensoriales y procesadas de información gracias a esas “prótesis tecnológicas” que incluso modifican el funcionamiento del cerebro.

### **2.4 Internet**

No se podía imaginar que además de novedoso, todos los medios de comunicación eran capaces de unificarse en este importante instrumento virtual

según Mejía (2012). Las telecomunicaciones evolucionaron hacia una convergencia de la telefonía móvil y los ordenadores, lo que situaba a corto plazo en un escenario de acceso universal a la información.

Al *Internet* se le denominó la *web* (red) por ser redes de comunicación interconectadas a través de protocolos que buscan hacer compatibles los productos de *software* entre sí; en específico el protocolo TCP/IP o Protocolo de Control de Transmisión TCP (*Transmission Control Protocol*) y el Protocolo de *Internet* IP (*Internet Protocol*) para la transmisión de datos entre ordenadores o computadoras.

A sus inicios en los años noventa solo los expertos en informática podían expresarse mediante ordenadores llamados servidores que conducían a más información a través de enlaces. Al saltar de servidor en servidor en búsqueda de información se le llamó *navegar* en la *web*. Se inventa el hipervínculo *World Wide Web* (Red Informática Mundial) para enlazar información en cualquier parte del mundo que fue acortado al ya conocido *www*. Los buscadores y navegadores surgen para indexar e interpretar las páginas *web*. Esta navegación poco a poco se fue quedando insuficiente para la creciente demanda de participación activa del usuario. Fueron creados los chats (conversaciones virtuales) y las páginas *web* fueron adaptadas para este tipo de conversaciones.

Según Fumero y Roca (2007) con la llegada del nuevo milenio a mediados de 2004 la nueva tecnología en internet fue nombrada *Web 2.0* por equipos de las empresas estadounidenses *O'Reilly Media* y *MediaLive International* que presumía una anterior *Web 1.0*. Para Gómez (2010) una manera sencilla de entender la diferencia entre esta nueva tecnología y su antecesora se resume en el siguiente ejemplo: Si se conecta a internet para leer un periódico en línea y luego se desconecta, se está utilizando tecnología *Web 1.0*. Si en cambio la noticia leída se vota, comenta, se habla con otro lector que la ha comentado y por último se guarda dentro de las favoritas, entonces se está utilizando tecnología

*Web 2.0*. El meollo de la *Web 2.0* radica en que existe una base de datos que almacena información a la que el usuario puede añadir, modificar, suprimir, asociar nueva información y cambiar la apariencia con que se muestran dichos datos. La *Web 1.0* era unidireccional, mientras la *Web 2.0* es multidireccional brindando al usuario servicios y tecnología para que emanciparan las redes sociales.

Según Cobo y Pardo (2007) los cuatro pilares de la *Web 2.0* lo conforman: a) *Las redes sociales (The social networking)*, espacio que promueven las comunidades e intercambio social. b) *Contenidos*, herramientas que favorecen la lectura y escritura en línea. c) *Organización Social e Inteligente de la Información*, facilitan el orden y almacenamiento de la información, así como de otros recursos disponibles en la red. Y d) *Aplicaciones y Servicios*, herramientas, *software*, plataformas en línea e híbridos de recursos que ofrecen servicios de valor añadido al usuario final.

Para Fumero y Roca (2007) la *Web 2.0* es ese escenario en el que interactúa lo social (cómo y dónde se comunica y relaciona) y lo tecnológico (nuevas herramientas, servicios, aplicaciones) que provoca cambios de lo uno sobre lo otro. El uso de los productos de la *Web 2.0* no se limita solo a las computadoras, los teléfonos móviles iniciaron a ocupar espacios que eran reservados para éstas. Hoy se está en plena carrera hacia una triple convergencia: La *nanotecnología* (tecnología de lo pequeño), la *biotecnología* (de lo vivo) y del *conocimiento* impulsada por las nuevas tecnologías.

## **2.5 Red social**

Una red social es una estructura compuesta por personas conectadas por uno o varios tipos de relaciones (de amistad, de trabajo, etc.) con intereses comunes según lo describe Ricaurte e Islas (2013). Gómez (2010) refiere a la familia como ejemplo de la red social más antigua. En una red social muchas personas pueden relacionarse de infinitas maneras. Es importante destacar que así como el *Ágora*

(lugar de reunión de las Asambleas) organizada por Pericles (político ateniense 495 a.C. – 429 a.C.) no era exactamente una red social, facilitaba la construcción de redes sociales al ser una herramienta donde cada uno podía alzar la voz y hablar de lo que considerara oportuno (negocios, ocio, política), hizo que se generaran nuevas redes y se fortalecieran las ya existentes.

En el caso de una comunidad virtual se conforma una especie de ecosistema de subculturas y grupos que se componen espontáneamente los cuales son comparados a cultivos de microorganismos, que, aunque no planificado se produce. Según Cobo y Pardo (2007) las personas buscan nuevas herramientas que les permitan adoptar nuevas formas de interacción, coordinación y cooperación, por lo que se da la convergencia de tecnologías.

En la década de los noventa con la aparición del *Word Wide Web* y luego de la *Web 2.0* inicia una fase de lo que podría denominarse el individuo colectivo, es decir el sujeto consumidor que cuenta con nuevos dispositivos y herramientas para participar colectivamente, pero ahora de manera mediatizada o virtual. El sentido de apropiación y pertenencia de los usuarios frente a la *Web* la ha consolidado como espacio para formar relaciones, comunidades y otros sistemas sociales donde las normas que las rigen son similares a las del mundo real. Las redes sociales ya existían antes del *Internet*, pero la capacidad de albergar conversaciones y poder compartir información es la explicación del desarrollo y expansión de estos portales. Lo imprescindible en una red social son las personas y las relaciones entre estas.

Según Gómez (2010) la Universidad de California publicó un artículo académico extenso para definir en tres puntos a qué se le puede llamar red social en *Internet*: 1) Puede construirse un perfil personal, 2) pueden establecerse conexiones (amistades) con otros usuarios y 3) puede consultarse quienes son tus amigos y los amigos de tus amigos. La primera *web* en cumplir con estos tres requisitos fue *sixdegrees.com* y apareció en 1998.

Las redes sociales en *Internet* son como ecosistemas donde viven diferentes especies humanas, hay algunas especies que mejor se adaptan y otras que no logran sobrevivir.

### **2.5.1 Facebook**

En los Estados Unidos se conoce como *facebooks* a los anuarios escolares donde se recogen fotos de los alumnos así como las noticias más destacadas que se han producido. De ahí que la red social denominada *Facebook* nace como una versión en línea de los anuarios universitarios, luego fue llevada a *Internet*, primero para el estudiante americano y posterior a todo aquel con una cuenta de correo electrónico.

Fincher, D. (Productor), De Luca M. (Director). (2010). *La Red Social* [Película cinematográfica]. Estados Unidos. SONY Pictures Home Entertainment que tuvo entre sus protagonistas a Andrew Garfield y Justin Timberlake, da a conocer cómo *Facebook* nace de un *hobby* de Marck Zuckerberg en el año 2004 siendo estudiante de la Universidad de Harvard, el cual fue puesto al servicio de los demás estudiantes. Su expansión fue a otras prestigiosas universidades y un año más tarde tenía más de un millón de usuarios. En el 2006 introdujo universidades extranjeras así como nuevos servicios en su plataforma que le permitió obtener una inversión adicional de capital. En el 2008 lanza su versión en francés, alemán y español para su expansión fuera de los Estados Unidos. En el 2009 *Facebook* había alcanzado los 250 millones de usuarios.

Al convertirse en una red social, *Facebook* llegó a ser tan popular en *Internet* como el correo o el *chat*. Además de ser gratuito, se puede interactuar con toda la información que es subida por los usuarios alrededor del mundo. Una persona con correo electrónico puede crear una cuenta validada con sus datos personales básicos (nombres, apellidos, edad, sexo). Una vez creada la cuenta se pueden agregar amigos que son buscados en la misma red. El usuario contará con un

Perfil que podrá ser editado de acuerdo a sus políticas de privacidad, a través de su muro podrá subir fotos, realizar publicaciones, entre otras cosas. El muro de *Facebook* no es más que una página *web* donde se visualiza toda la actividad del usuario y la de sus amigos que pueden interactuar con la información que suben independientemente, es popular la implementación del icono de una mano con el pulgar arriba para indicar *Like* o Me Gusta para esa interacción. En la misma red se pueden crear Grupos para reunir personas alrededor de un tema en común, así como Páginas que buscan promocionar productos, instituciones, figuras públicas, etc.

Para Kirkpatrick (2011) *Facebook* dota de poder a sus usuarios y acerca al mundo por cumplir con la característica particular de una red social: centrarse en la gente. El tráfico de información en la red social asciende a cantidades admirables, día a día millones de personas en todo el mundo se comunican de manera virtual, siendo el meme una de las expresiones populares para hacerlo.

### **2.5.2 Viralidad**

No es una palabra que exista en el Diccionario de la Real Academia Española, es una metáfora utilizada para referirse a la propagación mediática de la información. Al igual que con la imagen de la aguja hipodérmica, lo viral es similar a un inoculador de agentes patógenos en el torrente sanguíneo. Los receptores de la información son huéspedes de la infección esparcida.

Aplicado a Facebook la viralidad consiste en la capacidad de una información de expandirse como un virus, medido en los *likes* que recibe y en las veces que es compartida. Es decir, de una información posteada, alguien lo ve, le interesa, lo comenta y lo comparte, alguien más lo ve, le interesa y lo vuelve a compartir, y así una cantidad más de usuarios harán lo mismo con la información al inicio posteada.



## 2.6 Meme

El meme es tan antiguo como la conversación misma, sin embargo, anterior a las redes sociales no era asociado a ésta última ni mucho menos a la comunicación electrónica-virtual. Los *mass media* tenían el control de la conversación al filtrar la información y construir el mundo. Fue la multiplicación de contenidos en la *web* lo que eclipsó su poder que le brindaba exclusividad.

Según Abad (2013 <http://www.yorokobu.es/memecracia/>) el meme es una idea contagiosa que se difunde de persona a persona, su impredecible y aleatoria evolución encontró la tierra perfecta para crecer: La *Internet*. Al parecer la comunicación está regresando a sus orígenes, en las redes sociales las personas están hablando (aunque de manera escrita) con sus amigos y estas conversaciones están repletas de memes.

La humanidad ha evolucionado a través de copiar ideas que se propagan entre individuos sin fronteras de espacio y tiempo, esto, es lo que hacen los memes aunque la idea cambia y evoluciona en el camino. La *Internet* y la tecnología hicieron del mundo un lugar copiable donde la información es despojada de su veracidad o su toxicidad para poder mantener interacciones con los demás. La información con el pensar y sentir de los demás se comparte en cuestión de segundos para lograr una cultura global.

### 2.6.1 Desambiguación

Según lo comparte Herreros (2013 <http://www.revistadon.com/5946/todo-sobre-mi-meme>) el meme es en las teorías sobre la difusión cultural la unidad teórica de información cultural transmisible de un individuo a otro, de una mente a otra, o de una generación a la siguiente. Los memes no nacieron ayer, hacia 1976 el término fue acuñado por el biólogo estadounidense Richard Dawkins en su libro *The Selfish Gene (El gen egoísta)*, al establecer que son entidades autoreplicantes y competitivas similares a los genes que viajan de cuerpo en cuerpo, ya no basados en ADN sino en patrones de información.

Los memes están en todas partes, más allá del *Internet*, por ello se hará referencia al meme según lo define Castro (2016 <https://www.aprenderinternet.about.com/od/Glosario/g/Que-Es-Meme.htm>) como: “...un término utilizado en el mundo de Internet para describir una idea o un símbolo que se transmite de forma explosiva a través de los medios de Internet (email, red social, blog, noticias, entre otros servicios). *Meme* viene de la palabra griega "mimema", que significa "algo imitado", y representa una forma de propagación cultural, un medio para que la gente transmita memorias sociales e ideas culturales entre sí.”

### **2.6.2 Protomemes**

Al hacer un recorrido desde las figuras talladas en la roca (rupestres) en las cuevas de Altamira (España) y Maltravieso (Francia) que representan una propagación cultural del hombre primitivo para expresarse y transmitir hechos sociales. Pasando por un extraño símbolo que expone Herreros (2013 <http://www.revistadon.com/5946/todo-sobre-mi-meme>) de tres liebres saltando a manera que comparten una oreja cada una (solo es una oreja por liebre pero pareciera que cada una tiene un par) siendo lo curioso que fue visto por primera vez en templos chinos en el siglo VI, luego en Mongolia en el siglo XIII, posterior en una moneda iraní en 1281, así como en antiguas reliquias rusas, sinagogas de toda Europa e iglesias inglesas.

Se llega a Grecia con la frase completa de Platón “sólo sé que no sé nada y, al saber que no sé nada, algo sé; porque sé que no sé nada” la cual fue reducida por las masas a “Solo sé que no sé nada” convirtiéndole de uso popular. Hasta la acción de Poncio Pilato respecto a lavarse las manos para excusarse ante la muerte de un inocente, para luego adquirir el significado de exculparse ante una falta de determinación, son ejemplos de memes. Han sido y son información cultural transmitida de un individuo a otro, de una generación a la siguiente.

El meme existe desde que existe la comunicación pues es un medio para la misma al ejercer una conducta adictiva sobre el receptor que determinará el proceso de la comunicación social.

### **2.6.3 Pre Internet**

Al hacer recordar Herreros (2013 <http://www.revistadon.com/5946/todo-sobre-mi-meme>) las cartas en cadena cuyo origen se puede rastrear en 1795, se puede considerar una de las primeras formas de contenido que se expande de forma viral. En la década de los ochenta con la nueva tecnología de poder grabar canciones en el formato de *cassete*, aumenta el poder hacerlas circular de manera pirata como pólvora entre sus adeptos. Los *mass media* eran quienes producían y establecían memes para la sociedad, aún no se le daba a las masas el instrumento que les permitiera tomar parte activa en este proceso.

### **2.6.4 Internet**

El auge de la era electrónica y en específico las redes sociales como *Facebook*, permiten al usuario una expresión social reflejada en el tráfico diario de cuantiosa información con patrones culturales distintivos a la que se le conoce con el nombre de meme.

*Internet* no brindó solo la posibilidad de compartir las ideas y crear redes sociales, también herramientas electrónicas para darles vida. Sitios *web* como *memebase*, *reddit*, *imgur* por mencionar entre otros son utilizados por los cibernautas para ver o crear memes desde plantillas populares o desde cero inventar uno nuevo para lograr su cometido: hacerlo viral.

El meme como medio de comunicación encontró en la *Internet* el espacio (aunque virtual) idóneo para transmitir de manera global la información traducida en expresión social de los diferentes grupos que conforman la humanidad y la interacción de los mismos.

El sitio *cracked.com* expresó correctamente según Baccaglioni (2013 <http://www.fabio.com.ar/5403>) el ciclo de vida de un meme en tres etapas: 1) La subida (*The Rise*), cuando el meme se entiende se expande viralmente hasta llegar a su pico máximo. 2) El declive (*The Decline*), el meme se combina por otros usuarios, se regurgita, se simplifica y pierde su sentido original. 3) La caída definitiva (*The Fall*), algún sitio *web* tergiversa completamente la idea original.

### **2.6.5 Estructura**

Los memes son distintivos en su estructura unos de otros, al igual que en los modelos de comunicación no es posible establecer la manera en que son organizados sus elementos y definirlos de una manera adecuada. Sin embargo a partir de lo que Rodríguez (2013) define cómo lo que debe tener un meme para triunfar, se expone la siguiente estructura:

- *Planteamiento*  
Contiene una historia con personajes y situaciones arquetípicas, aprovecha los sesgos y tendencias naturales (patrones cognitivos, sencillez, colores) para atraer la atención, coincide con un sistema de creencias previas o es tan poderoso para cambiarlo para apelar a algo que desean los demás.
- *Nudo*  
Satisface una de las necesidades de la pirámide Maslow en cualquiera de sus puntos (fisiológicos – seguridad – pertenencia - estima - ser), provoca una emoción intensa e irracional como la indignación o la ternura, incorpora una sorpresa y hace pensar al receptor a quién le podría ser útil.
- *Desenlace*  
Se comparte al suponerlo una mejora social para reafirmar lazos o excusa para conversar, se alía con otros memes que son exitosos en ese momento o que lo fueron en el pasado.

### 2.6.6 Tipos

Los hay en diversidad, al tomarse como referencia la clasificación de Herreros (2013 <http://www.revistadon.com/5946/todo-sobre-mi-meme>) se conforma como principales de *Internet* los siguientes:

#### *Los Estándar*

Son los más populares, están conformados por una imagen y un texto. Dentro de éstos cabe destacar:

- *MemesFaces*  
Una serie de caras garabeadas para expresar estados de ánimo.
- Motivacional/Desmotivacional  
Una imagen de manera que resulta irónica al mensaje escrito.
- Pegado a la actualidad  
Nacen a partir de un suceso noticioso protagonizado por un personaje público.

#### *Video Memes*

Aquellos cuyo soporte sea el vídeo.

#### *Audio Memes*

Los que se comparten en archivo de audio.

#### *Escritos*

Aunque están en formato de imagen solo incluyen texto

Para Blanco (2013 [http://www.eldiario.es/hojaderouter/internet/delia-gangnam\\_style-keep\\_calm-libro-meme-memecracia-Obama-rodriguez-viral\\_0\\_276122733.html](http://www.eldiario.es/hojaderouter/internet/delia-gangnam_style-keep_calm-libro-meme-memecracia-Obama-rodriguez-viral_0_276122733.html)) el libro *Memecracia* de Delia Rodríguez es una buena guía para conocer las características del meme.

## Capítulo 3

### El meme, medio de comunicación y expresión social en Facebook

Hoy en día el meme es entendido como una viñeta circunscrita al humor en las redes sociales virtuales, creación de éstas últimas. La llegada de la denominada Web 2.0 da realce al término.

¿Pero, qué es un meme? El término fue utilizado para denominar las entidades replicantes de cuerpo a cuerpo similar a los genes, ya no basados en ADN sino a patrones de información. Así como un gen almacena y trasmite la información de la herencia de las especies, fue entendido como información cultural transmisible de un individuo a otro. No se circunscribe a las redes sociales virtuales y está presente en los ámbitos sociales del ser humano. De ahí que su etimología griega es hablar de algo imitado, que se repite.

#### Ilustración 1

#### Genes

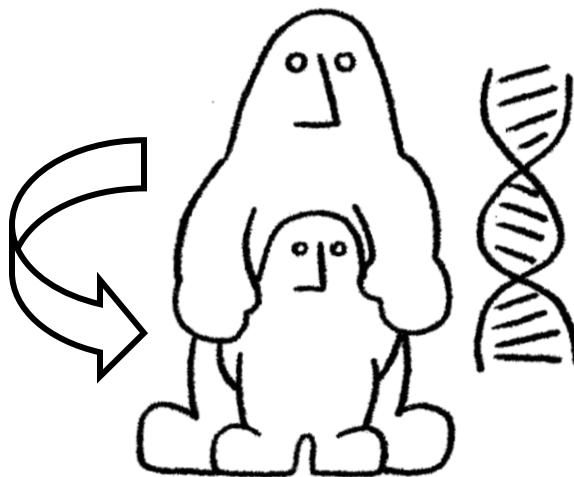


Ilustración por Emilio Magaña (autor)

De la manera que un padre trasmite la herencia a su hijo a través de los genes, así el meme trasmite información cultural de un individuo a otro.

Al referirse a lo que Herreros (2013 <http://www.revistadon.com/5946/todo-sobre-mi-meme>) denominó Protomemes expone que los memes no nacieron ayer, existen desde hace siglos, esa transmisión de información cultural viaja de cerebro en cerebro. Una pintura, una frase, una señal, un dibujo, una canción, un sonido pueden ser memes.

## Ilustración 2 Pulgar arriba



El pulgar arriba, un meme nacido en la Antigua Roma y que ha evolucionado hasta lo virtual de las redes sociales.

Fuente de imagen: <http://www.24con.com>. Consultado el 09 de septiembre de 2016

El meme encontró en *Internet* el espacio adecuado para su difusión, por ello se refiere a los publicados en este medio como memes de *Internet*. Para Castro (2016 <https://www.aprenderinternet.about.com/od/Glosario/g/Que-Es-Meme.htm>) un meme de *Internet* lo es por transmitirse a través de las diferentes plataformas de ésta última como el correo electrónico, *blogs*, redes sociales, entre otros.

Haciendo alusión a los Pokémon, Herreros (2013 <http://www.revistadon.com/5946/todo-sobre-mi-meme>) expone que los tipos de memes en internet son muchos. Sin embargo según Baccaglioni (2011 <http://www.fabio.com.ar/5403>) los memes de *Internet* no son eternos y ahora son menos duraderos debido a la misma masividad de los mismos. Castro (2016 <https://www.aprenderinternet.about.com/od/Glosario/g/Que-Es-Meme.htm>) refiere que la mayoría de los memes en internet son humorísticos aunque existen aquellos que son serios y profundos.

Con base a lo anterior se entiende porque hoy en día existe la tendencia de circunscribir los memes al humor.

### Ilustración 3

#### Internet

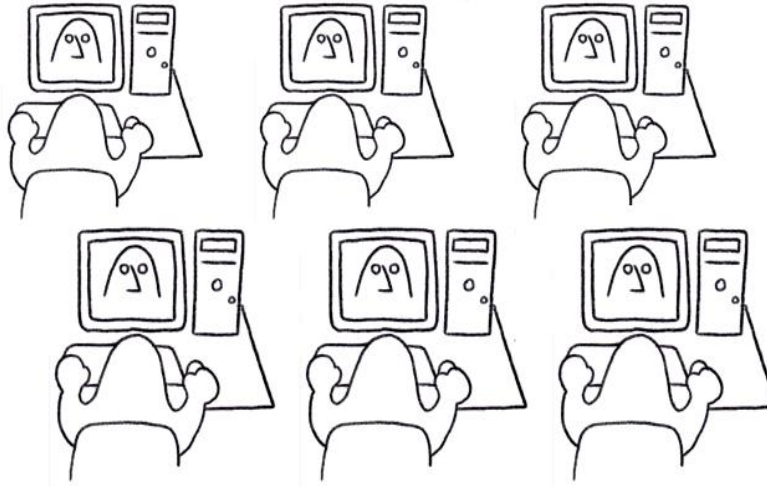


Ilustración por Emilio Magaña (autor)

Los memes más utilizados en *Internet* son aquellos que están compuestos por una imagen y un texto, aunque los hay en formato de audio y video.

### Ilustración 4

#### Anatomía de un meme



Fuente de imagen: [http:// www.revistadon.com](http://www.revistadon.com). Consultado el 09 de septiembre de 2016



Castro (2016 <https://www.aprenderinternet.about.com/od/Glosario/g/Que-Es-Meme.htm>) señala la página *knowyourmeme.com* como una fuente amplia para encontrar diferentes memes, sus orígenes, explicaciones, así como estadísticas de la viralidad de algunos de ellos.

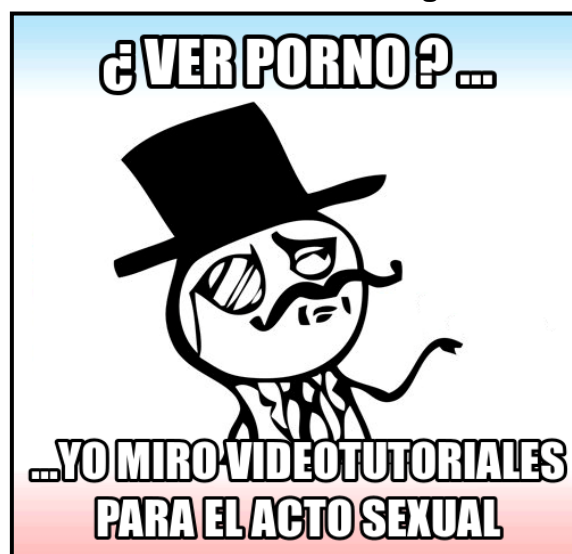
Para la creación de memes existen sitios *web* que facilitan su composición o son producidos independientemente por los usuarios, siempre con un mismo fin: Que una idea se haga viral.

Para Rodríguez (2013) esta cultura popular de memes en *Internet* ha llegado a gobernar nuestras vidas, llegan a la mente se implantan o sustituyen a otras. Expone que hay ciertas características que deben poseer los memes para poder triunfar, entre estas:

- Que satisfaga las necesidades expuestas en la pirámide de Maslow: Fisiológicas (respiración, alimentación, sexo), de seguridad (empleo, moral, salud), de afiliación (amistad, afecto), de reconocimiento (respeto, confianza) y autorrealización (creatividad, resolución de problemas).

#### Ilustración 5

#### Necesidades fisiológicas



Fuente de imagen: <http://www.micarillablogspot.com>. Consultado el 09 de septiembre de 2016

- Contiene una historia con personajes y situaciones arquetípicas.  
Ejemplo: En abril de 2013 se conoce la noticia que Nicolás Maduro (actual Presidente de Venezuela) asegura que el fallecido Presidente de Venezuela Hugo Chávez le habla en forma de un “pajarito chiquitico”.

### Ilustración 6

#### Maduro



Fuente de imagen: <http://www.noticias.lainformacion.com>. Consultado el 09 de septiembre de 2016

- Provoca una emoción intensa e irracional.  
Ejemplo: Debido a conflictos migratorios de Europa, en septiembre de 2015 es publicada al mundo la fotografía de un niño sirio ahogado al naufragar su embarcación en el mar Egeo.

### Ilustración 7

#### Naufragio sirio



Fuente de imagen: <http://www.eluniversal.com.mx>. Consultado el 09 de septiembre de 2016

- Se alía con otros memes exitosos del momento.  
Ejemplo: El meme de *Internet* “vamo a calmarno” tiene protagonista a un personaje de Pokémon llamado Squirtle el cual llegó a ser viral. “vamo a drogarno” es una réplica evolutiva del personaje.

**Ilustraciones 8 - 9**  
**Evolución Pokémon**



Fuente de imagen: <http://www.mundotkm.com>. Consultado el 09 de septiembre de 2016 (vamo a calmarno)

Fuente de imagen: <http://www.knowyourmeme.com>. Consultado el 09 de septiembre de 2016 (vamo a drogarno)

Los memes de *Internet* ahora son parte de la rutina diaria de una sociedad, Guatemala no es ajena a este fenómeno por pertenecer a esta aldea global virtual. A ese sistema de ideas difundidas a gran velocidad gracias al desarrollo de *Internet* es a lo que Rodríguez (2013) denominó una memecracia.

Si bien los memes han acompañado al hombre durante su historia misma, es ahora que pareciera cobraron una mayor relevancia en cuanto al término que les denomina. No es que se hayan entendido como lo que realmente son, se convive con ellos por ser lo que está de moda considerándoseles un entretenimiento.

### **3.1 Medio de comunicación**

El ser humano fue dotado biológicamente de órganos que le permiten el poder comunicarse, capacidad que ha logrado multiplicar al recurrir a amplificadores tecnológicos como la *Internet*. Al tratar de explicar esta interacción de información

nace el estudio de la comunicación como ciencia que es relativamente nuevo respecto a la historia del hombre, con ello son descritos varios modelos que buscan explicar científicamente el proceso comunicativo, aunque unos con más elementos que otros.

### Ilustración 10

#### La fórmula de la comunicación

$$e + m + r = c ?$$



Ilustración por Emilio Magaña (autor)

Por ejemplo, la lectura busca crear un estímulo capaz de provocar una reacción, al leer estas líneas se crea una interacción entre quien las escribe y quien las lee. El estudio de la comunicación como ciencia busca explicar el proceso de esta interacción.

### Ilustración 11

#### Modelo aristotélico



Ilustración por Emilio Magaña (autor)

El modelo denominado Shannon & Weaver posee la ventaja de poder aplicarse tanto a lo biológico como a lo tecnológico, además de contar con elementos que son generalmente aceptados como básicos. Al tener como base este modelo se pueden describir los siguientes elementos: Emisor, un componente humano o mecánico que es la fuente de información. Mensaje, la información a transmitir la cual es codificada por el emisor. Canal, el medio que transportará el mensaje hasta su destino. Receptor, un componente humano o mecánico que tiene la capacidad de poder decodificar el mensaje recibido del emisor. Barreras, aquellos obstáculos o ruidos externos al proceso comunicativo que producen distorsiones.

### Ilustración 12 Shannon & Weaver

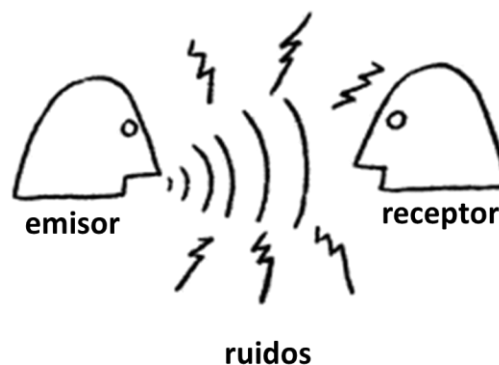


Ilustración por Emilio Magaña (autor)

El canal es el que permite transportar el mensaje, un medio de comunicación es ese canal por ser todo aquel instrumento o aparato técnico para difundir mensajes. Cada medio tiene sus alcances y limitaciones, una de sus características es la actitud adictiva que produce en sus receptores quienes se forman una imagen del mismo que determinará el proceso comunicativo.

Los medios comunicativos predilectos a lo largo de la historia han sido la radio y la televisión, sin embargo con la llegada del *Internet* se evoluciona a una comunicación virtual donde ya no es necesaria la presencia física para interactuar cara a cara. Nace el individuo colectivo, aquel que puede expresar y enviar de

vuelta un mensaje al emisor, anteriormente los denominados *mass media* eran los únicos quienes enviaban los mensajes, se empoderó al usuario.

Dentro del proceso comunicativo, en qué elemento encajan los memes? Son emisores, receptores, canales, mensajes o barreras. Al hacer una comparación respecto a su significado paralelo, así como un progenitor trasmite su herencia a través de los genes, así los usuarios de una red social transmiten información (memes) a través de *Internet (Facebook)*. Es decir, el meme con su combinación de imágenes, letras y sonidos al ser decodificado según los sistemas de significación muestran el mensaje.

### Ilustración 13 Individuo virtual



Ilustración por Emilio Magaña (autor)

Los memes, el medio o el mensaje? Con el auge de la era electrónica como lo señala McLuhan (1996) se vive en una aldea global donde el medio ahora es el mensaje, es decir, se tiene inclinación al medio no por su contenido, sino porque predomina. Se conoce que *Facebook* es uno de los medios predominantes en *Internet*, bajo la anterior premisa a pesar de ser un medio de comunicación

también es el mensaje, por ende los memes que son los mensajes pueden ser considerados también como los medios de comunicación.

El meme siendo mensaje también es un medio de comunicación si es utilizado por un medio predominante que se vuelve mensaje. Además, el meme obedece a las características propias de un medio de comunicación: Es un instrumento para interactuar, tiene alcances y límites, tiene un público psicológica y socialmente establecido, además de formar una actitud adictiva.

#### **Ilustración 14** **Sistemas semióticos**

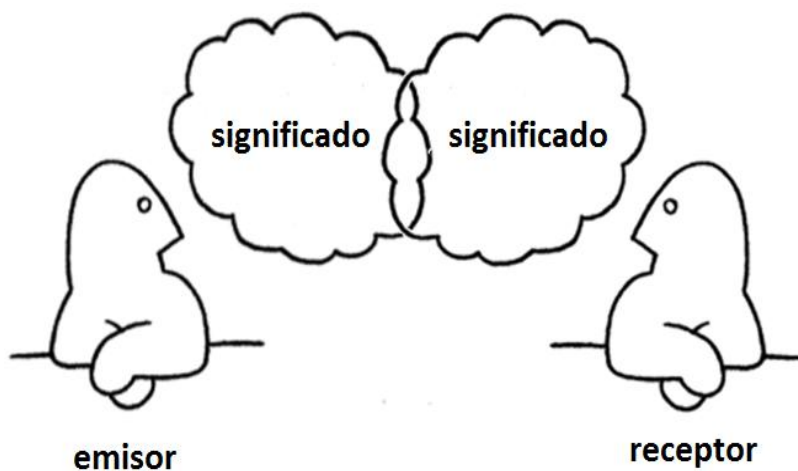


Ilustración por Emilio Magaña (autor)

El meme como mensaje está inmerso en sistemas semióticos de significación. A continuación se colocan dos ejemplos de memes escogidos por el autor para tener una muestra de cómo el emisor busca interactuar con su receptor a través de un mensaje codificado. No es la intención hacer un análisis semiótico de los memes, para una apreciación de un análisis semiótico de los memes se puede leer la reciente tesis elaborada por la estudiante de ECC-USAC Dina Maribel Pérez Mendoza denominada "Análisis semiótico de los meme sobre Roxana Baldetti". Sin embargo es menester mencionar los contextos semióticos que los envuelven para que el lector pueda entender su mensaje.

## Ilustración 15

### Maestros Jedi



Fuente de imagen: <http://ww.univision.com>. Consultado el 09 de septiembre de 2016

El meme está integrado por la imagen en formato admitido por los protocolos TCP/IP diseñada en programas para este fin que presenta a tres personajes con siluetas semitransparentes entre dos franjas negras horizontales.

El contexto semiótico que envuelve al mensaje es la saga de películas de ficción La Guerra de las Galaxias (*STAR WARS*) específicamente del Episodio VI; y los personajes creados por Chespirito (Roberto Gómez Bolaños) específicamente los relativos al Chavo del 8; la muerte de Ramón Antonio Gómez de Valdés (Don Ramón) en 1988 y la muerte de Roberto Gómez Bolaños (Chavo del 8) en 2014.

El mensaje es: La muerte de un “maestro” que se une a otros “maestros” ya fallecidos.



## Ilustración 16

### El encantador de perros



Fuente de imagen: <http://www.pulzo.com>. Consultado el 09 de septiembre de 2016

El meme está integrado por la imagen en formato admitido por los protocolos TCP/IP diseñada en programas para este fin que presenta a un hombre abrazando a un perro con cabeza humana entre un cuadro negro.

El contexto semiótico que envuelve al mensaje es el programa El Encantador de Perros, en específico de su protagonista César Millán; el mundial de fútbol Brasil 2014, en específico del partido entre Uruguay – Italia; la mordida del delantero uruguayo Luis Suárez al jugador italiano Giorgio Chiellini y su reincidencia en este comportamiento.

El mensaje es: Luis Suárez es un perro con un comportamiento agresivo que solo el Encantador de Perros puede corregir.

En los dos ejemplos la imagen diseñada y modificada adrede fue el canal de la idea o mensaje. A diferencia de lo que se llegó a creer, el receptor no tiene una

actitud pasiva respecto al emisor, se pensaba que a manera de una aguja hipodérmica el emisor inyectaba la información y listo. Es más complejo, si el emisor no codifica el mensaje según los cuadros de significación del contexto donde se desenvuelve el receptor corre el riesgo de enfrentarse a ruidos que no permitirán la interacción. Según el modelo Riley & Riley el proceso comunicativo está inmerso dentro de sistemas semióticos (de significación) forjados en una interacción social donde tanto el emisor como el receptor pertenecen a grupos sociales primarios (como la familia, trabajo, etc.) los cuales deben ser conciliados para que exista una retroalimentación. El contexto de significación es vital para poder codificar y decodificar el mensaje.

### **Ilustración 17** **Aguja hipodérmica**

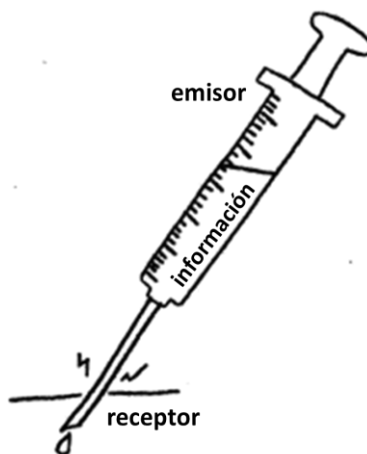


Ilustración por Emilio Magaña (autor)

Los medios de comunicación como los memes han encontrado en la tecnología un multiplicador para su cometido donde la sociedad se ve dependiente a esos avances tecnológicos.

Lo anterior se traduce en un determinismo tecnológico cada día más notable, los medios de comunicación poseen características propias pero no están aislados unos de otros.

**Ilustración 18**  
**Determinismo tecnológico**



Ilustración por Emilio Magaña (autor)

La aplicación Pokémon Go es un ejemplo de dependencia a la tecnología

**3.2 Expresión social**

Una red social es una estructura de personas que las une uno o varios tipos de relaciones, la familia es uno de los mejores ejemplos y muestra que tan antiguo es este concepto. Lo imprescindible en una red social lo son las personas y las relaciones entre éstas.

**Ilustración 19**  
**Red**



Ilustración por Emilio Magaña (autor)

Anterior a la existencia de redes sociales virtuales las expresiones sociales en Latinoamérica eran escasas y limitadas por los gobiernos en turno. En Guatemala

por ejemplo el estudiantado y autoridades de la Universidad de San Carlos salían a las calles principales de la capital una vez al año en fechas correspondientes a la Cuaresma Cristiana (marzo-abril) donde a través de pancartas, afiches y otros transmitían a las autoridades gubernamentales el sentir de una sociedad sometida por las dictaduras. Esta expresión social que nace en febrero de 1898 a la que se le denominó Desfile Bufo de la Huelga de Dolores fue considerada la voz del pueblo y persiste hasta el día de hoy por ser un meme que trasmite las ideas y sesgos culturas de varios grupos sociales reunidos.

Ante la ausencia de medios de comunicación populares y de acceso a la ciudadanía (los habían, pero oligarcas), el desfile representaba una única y valiosa oportunidad de poder expresarse socialmente, algo que en esos tiempos era limitado y a la vez peligroso. Una vez al año el estudiante universitario era empoderado y se convertía en un representante social que derrochaba su creatividad en un desfile colorido.

### **Ilustración 20**

#### **Afiches y pancartas**



Pancartas de los 10 mandamientos de la Ley de Rapa  
(dedicadas al presidente José María Orellana)  
Huelga de Dolores

Fuente de imagen: <http://www.educacion.ufm.edu>. Consultado el 09 de septiembre de 2016

## Ilustración 21

### El ishto



Entierro del Ishto (el Ishto era el director de la Policía)

Huelga de Dolores 1928

Fuente de imagen: <http://www.educacion.ufm.edu>. Consultado el 09 de septiembre de 2016

## Ilustración 22

### Rebonito



Desfile Huelga de Dolores 2015

Fuente de imagen: <http://www.prensalibre.com>. Consultado el 09 de septiembre de 2016

El meme como información también ha sido llevado a las redes sociales en *Internet* donde es una representación de las ideas de los diferentes grupos que conforman la humanidad y la interacción de los mismos, es decir una expresión social

*Facebook* es una red social virtual, su nombre en español es el equivalente a un anuario, un libro donde se colocan las fotos de los estudiantes de una promoción, así como sus más destacadas actividades. Lo que inició como un proyecto interno universitario se tornó en una red social con millones de usuarios. Permite en forma gratuita a todo aquel con una cuenta de correo electrónico el poder ser un usuario en esta red social. Al crear un perfil y poseer una página *web* se puede interactuar con la información que suben los demás usuarios, así como crear grupos o páginas para reunir personas en torno a un mismo tema.

*Facebook* a manera del *Ágora* griego no es en sí una red social, sino el medio que se utiliza para crear nuevas redes sociales y fortalecer aquellas que ya existían. Día a día miles de mensajes son enviados a través de este medio predominante por la dependencia de la sociedad a la tecnología. *Internet* brindó la capacidad de albergar cuantiosa información y poder compartirla globalmente en cuestión de segundos

### Ilustración 23

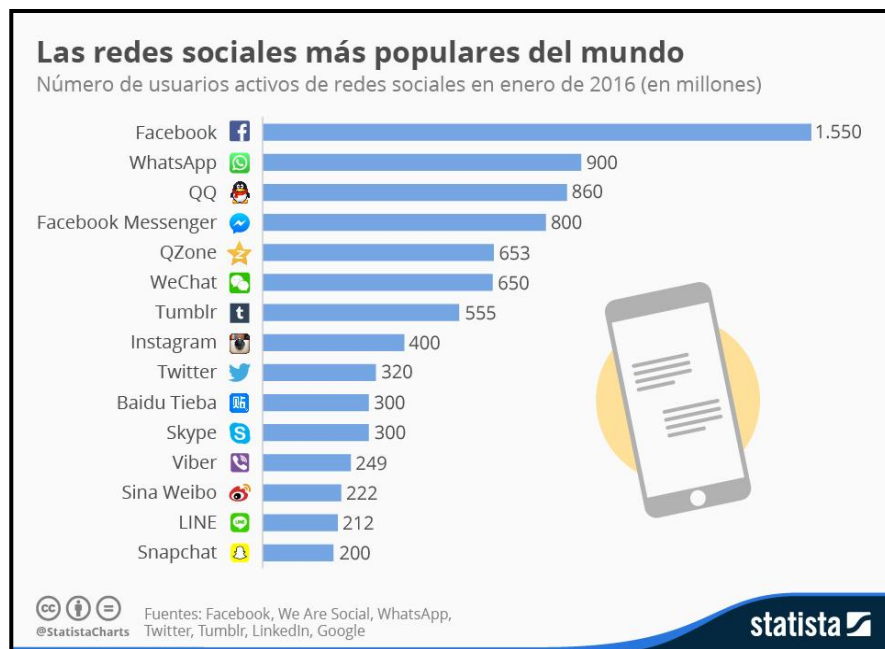
#### Anuario



Ilustración por Emilio Magaña (autor)

Debido a los diferentes grupos sociales que lo conforman, *Facebook* es un caldo de cultivo cultural donde el meme es una expresión social con patrones distintivos que guardan las características propias de esta plataforma (imágenes, audio, video, combinados) cargados de información replicante.

**Cuadro 1**  
**Usuarios de redes**



Fuente de imagen: <http://www.es.statista.com>. Consultado el 09 de septiembre de 2016

Ahora existe una opción de poder expresarse de manera masiva, se contrapone a que solo algunos pueden alzar la voz o ser artistas creativos, algo que durante muchos años estuvo en manos de los denominados *mass media*. Una persona registrada en la red social *Facebook*, ya sea a título personal, como Grupo o Página se convierten en emisor o fuente de la información al poseer una idiosincrasia para transmitir e interactuar con los demás usuarios.

Es tal la dimensión de poder expresarse que provoca cambios culturales en las nuevas generaciones. En la comodidad del hogar cualquier usuario alrededor del mundo puede estar expresándose socialmente de lo general hasta lo particular, desde noticias nacionales y mundiales en el ámbito político, farándula, economía,

deportes, así como expresar a la familia y amigos la felicidad por el nacimiento de un nuevo integrante de la familia o simplemente por jocosidad de algún acontecimiento.

El meme es una expresión social en *Facebook* porque es expuesto en cuestión de segundos a una enorme red social compuesta por millones de usuarios alrededor del mundo.

#### Ilustración 24

##### Plaza Central



Fuente de imagen: <http://www.guatevision.com>. Consultado el 09 de septiembre de 2016

#### Ilustración 25

##### Ni corrupto, ni ladrón



Fuente de imagen: <http://www.facebook.com>. Consultado el 09 de septiembre de 2016



## Ilustración 26

### Farándula



Fuente de imagen: <http://www.youtube.com>. Consultado el 09 de septiembre de 2016

## Ilustración 27

### Deportes



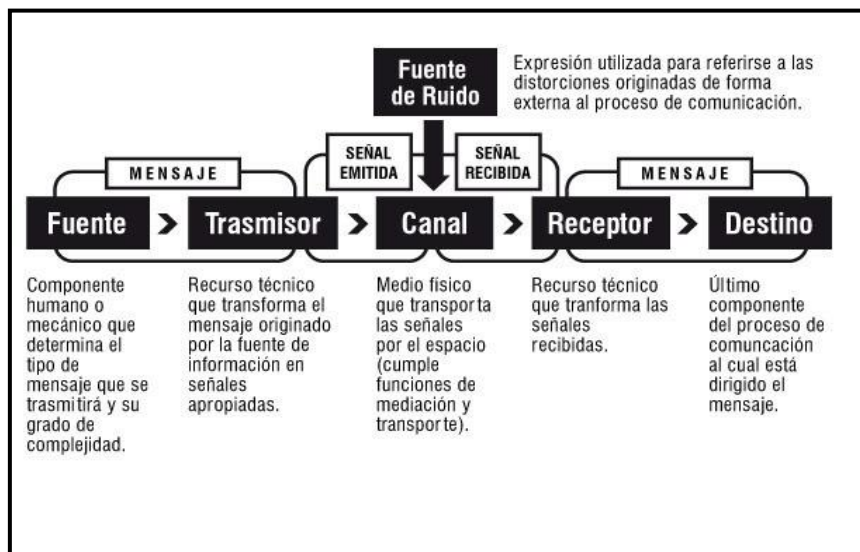
Fuente de imagen: <http://www.soy502.com>. Consultado el 09 de septiembre de 2016

### 3.3 Proceso comunicativo en Facebook

El proceso comunicativo de un meme en *Facebook* es compuesto, no es aislado, le anteceden y preceden otros procesos comunicativos que son piezas de un rompecabezas del cual al identificar todos sus elementos y colocarlos en el orden correcto se puede llegar a apreciar la completa imagen.

Cómo se refirió anteriormente cada proceso obedece a la perspectiva y objeto de estudio al que son sometidos. Cada uno pertenece a una cadena de procesos desencadenados, en aras de los objetivos trazados se describirá el proceso comunicativo del meme en *Facebook*.

**Esquema 1**  
**Shannon & Weaver**



Modelo de Comunicación Shannon & Weaver

Fuente de imagen: <http://www.tecom.weebly.com>. Consultado el 09 de septiembre de 2016

Con base al modelo de comunicación Shannon & Weaver los elementos identificados y descritos en el proceso son: Emisor, mensaje, canal o medio y receptor, éstos en el entendido de estar inmersos en contextos de significación particulares de cada región del mundo.

Para el inicio de todo proceso es necesaria la intención de enviar información para poder interactuar. En este proceso el emisor es aquella persona que desea

registrarse en Facebook (individual o grupo), que posea una cuenta activa de correo electrónico en cualquiera de las plataformas que ofrece *Internet* y cumpla con los requisitos de admisión, solicitar el registro de una cuenta y convertirse en un usuario de la red social virtual.

## Ilustración 28 Registro Facebook

facebook

Dirección de correo electrónico  Contraseña  Entrar

No cerrar sesión [¿Olvidaste tu contraseña?](#)

Facebook te ayuda a comunicarte y compartir con las personas que forman parte de tu vida.

Regístrate

Es gratis (y lo seguirá siendo).

Nombre:

Apellidos:

Tu correo electrónico:

Vuelve a escribir tu correo:

Contraseña:

Sexo: Selecciona el sexo:

Fecha de nacimiento: Día:  Mes:  Año:

¿Por qué tengo que proporcionar mi fecha de nacimiento?

Regístrate

Crear una página para una celebridad, un grupo de música o un negocio.

English (US) Español Português (Brasil) Français (France) Deutsch Italiano العربية 中文(简体) 日本語

Facebook © 2011 - Español Móvil · Buscar amigos · Insignias · Personas · Páginas · Acerca de · Publicidad · Crear una página · Desarrolladores · Empleo · Privacidad · Condiciones · Servicio de ayuda

Fuente de imagen: <http://www.redessociales.about.com>. Consultado el 09 de septiembre de 2016

El emisor tiene como ventaja que no necesita codificar de una manera extenuante su mensaje ya que *Facebook* ha sido traducido a varios idiomas mundiales, por lo que los contextos de significación son conciliados exitosamente.

Para registrarse puede ser utilizado cualquier dispositivo con acceso a *Internet* que cumpla con los protocolos TCP/IP, un teléfono inteligente, un ordenador, un reloj, una tableta, entre otros.

La plataforma recibe la solicitud enviada por el emisor, de ser aceptado envía una confirmación y crea una cuenta con todos los servicios que brinda, caso contrario una negativa de la misma.

*Facebook* cuenta con más de 1,550 millones de usuarios en todo el mundo, todos ellos son potencialmente *emisores* o fuente de información, cada uno tiene ideas,

una idiosincrasia que comparte con determinadas comunidades, un empoderamiento que se le brindó con la *Internet* bidireccional denominado *Web 2.0* que abre la puerta a una expresión social.

### Ilustración 29

#### Idea

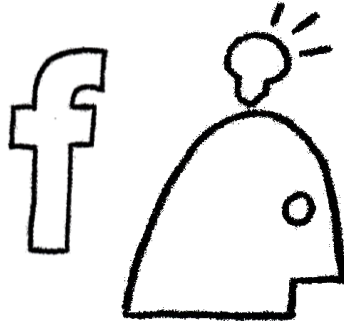


Ilustración por Emilio Magaña (autor)

La intención de un emisor de volverse un usuario de *Facebook* es transmitir información para interactuar. Si bien la idea está definida, lo complejo es cómo compartirla eficazmente como mensaje, debe ser codificado de acuerdo a las intenciones de la fuente y con quienes desea la interacción, deben conciliarse los sistemas semióticos dentro de los que se está inmerso para que su decodificación sea acertada y provoque una retroalimentación, que exista una viralidad de la misma.

### Ilustración 30

#### Viralidad



Viralidad  
(contagioso)

Ilustración por Emilio Magaña (autor)

Facebook brinda a sus usuarios varias opciones de poder transmitir el mensaje, a través del chat, una llamada o video llamada, escribir en su muro, entre otras.

**Ilustración 31**  
**Interfaz Facebook**



Fuente de imagen: <http://www.catuven.com>. Consultado el 09 de septiembre de 2016

De estar definida la información a compartir el meme puede ser codificado como imagen, texto, audio, video o combinado, evitando los ruidos posibles como mala resolución, el formato y tamaño adecuado, además de no violentar las reglas que rigen Facebook respecto a sus publicaciones.

**Ilustración 32**  
**Formatos virtuales**

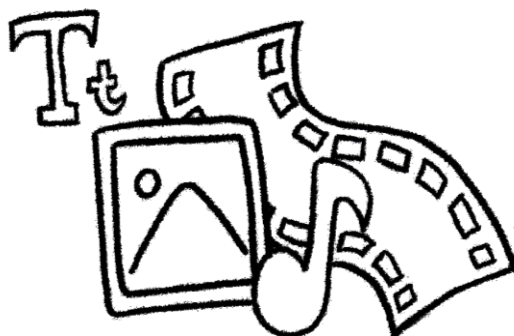


Ilustración por Emilio Magaña (autor)

Será nuevamente la plataforma *Facebook* quien valide o no la cuantiosa información enviada por sus usuarios, siendo el destino final los usuarios a quien se haya elegido de manera directa o indirecta por el emisor.

Según las indicaciones del usuario como **emisor**, *Facebook* como **medio** de comunicación envía el meme (**mensaje**) a los destinatarios finales (**receptor**) según lo indicado.

Al recibir el meme el destinatario y realizar una adecuada decodificación de acuerdo a la intención de su emisor, éste se vuelve fuente o emisor de información si decide compartirlo a los grupos sociales que pertenece, volviéndole viral en caso el proceso comunicativo tenga la retroalimentación supuesta, o caso contrario, no ser de su agrado, tergiversar el mensaje y promover su declive.

### Ilustración 33 Emoticones

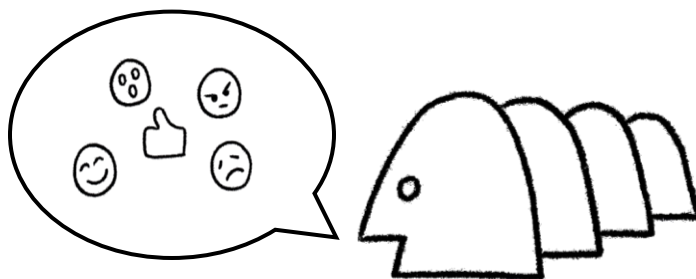
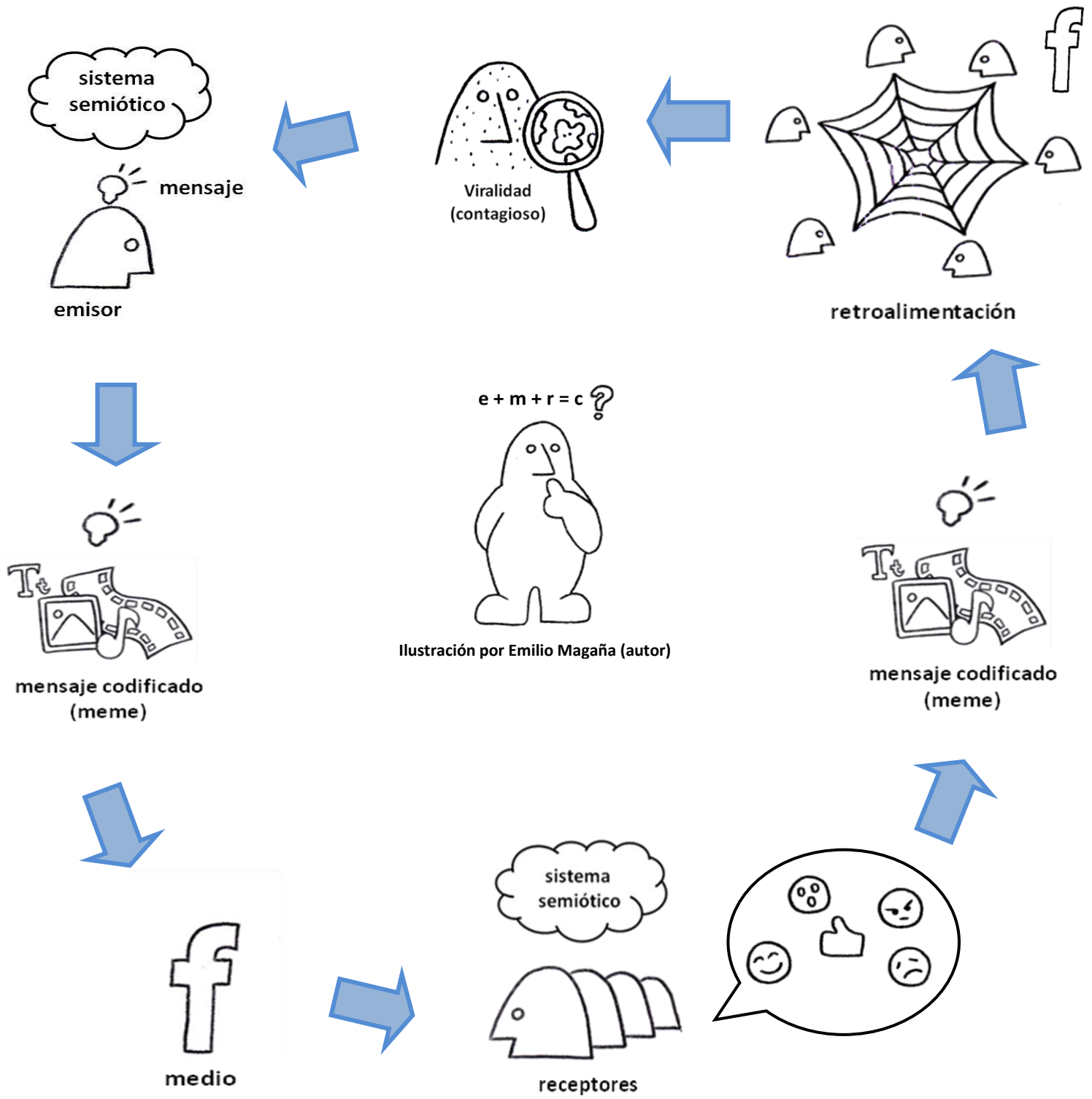


Ilustración por Emilio Magaña (autor)

*Facebook* es la red virtual predominante de esta aldea global y sirve como medio a los memes para transmitir información de patrones culturales que al combinarse con otros, se transforman y evolucionan, una expresión que se transforma social al dirigirse a los millones de receptores potenciales que conforman esta red, todo descrito en un proceso comunicativo.

Este proceso comunicativo continuará...

**Ilustración 34**  
**Proceso comunicativo**  
**meme en *Facebook***



## Conclusiones

1. El meme ha existido desde que el hombre existe, no son simples viñetas de humor que se comparten en las redes sociales virtuales. Desde pinturas rupestres o de renombre como la Gioconda, canciones como Mujeres de Ricardo Arjona, frases pegadizas como “que la fuerza te acompañe” hasta “se me chispoteó”, son memes, información replicante, la tendencia de repetir o imitar de la sociedad humana que a través de su historia han transmitido la información cultural que se ha heredado.
2. El meme es un medio de comunicación en *Facebook* de acuerdo al aforismo “el medio es el mensaje” por haber encontrado el lugar idóneo para su desarrollo en la red social virtual más utilizada en el mundo, siendo la plataforma predilecta y por ende predominante en *Internet*.
3. La denominada *Web 2.0* a través de *Facebook* ha empoderado de tal manera al usuario que hoy en día el meme denominado de *Internet* es una de las opciones más versátiles para expresarse socialmente. Existe la posibilidad de recibir la retroalimentación en cuestión de segundos.
4. El proceso comunicativo del meme en *Facebook* se resume en éste como un mensaje codificado de acuerdo a sistemas semióticos que un usuario de esta red envía a través de la misma a un receptor que de acuerdo a su correcta decodificación dará un respuesta que haga viral el mensaje o por el contrario sea meramente información más en la red.



## Recomendaciones

1. El meme no deberá ser entendido por los usuarios de *Facebook* como meramente una viñeta humorística ni como algo propio de la era virtual, sino como el patrón replicante de información que ha tomado mayor relevancia con la llegada de *Internet*, en específico de las redes sociales virtuales.
2. El usuario de *Facebook* deberá ser precavido al momento del uso de una red social predominante y evitar una dependencia a la tecnología que modifique los cuadros de significación de la sociedad a la que pertenece en cuanto a la cantidad memes que en ella son publicados.
3. Al brindar el meme de *Internet* una oportunidad vedada en el pasado de expresión social ahora al alcance de quienes son usuarios de una red como *Facebook*, deberá ser aprovechado más que para el ocio y la jocosidad, ser utilizado como el empoderamiento que esta *Web 2.0* ha otorgado para poder hacer de ella un mayor aprovechamiento.
4. Al utilizar el meme de *Internet* como mensaje de información por los usuarios de *Facebook* no deberán obviarse los sistemas semióticos que envuelven al emisor como al receptor o receptores con quienes se desea interactuar para que éstos sean conciliados y obtener la interpretación prevista.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Albizúrez Palma, Francisco. 1997. **Manual de Comunicación Lingüística**. Nueva edición corregida y aumentada. Guatemala. Editorial Universitaria Colección Manuales Vol. No.5. 110 p
2. Berlo, David K. 1984. **El Proceso de la Comunicación. Introducción a la teoría y la práctica**. 14 reimpresión. Argentina. Librería "El Ateneo" Editorial. 172 p
3. Blumer, Herbert. 1981. **Interaccionismo simbólico: Perspectiva y método**. España. Hora Nova. 160 p
4. Cobo Romaní, Cristóbal y Pardo Kuklinski, Hugo. 2007. Planeta **Web 2.0 Inteligencia colectiva o medios fastfood**. Barcelona / México. Grup de Recerca d'InteraccionsDigitals, Universitat de Vic. Flacso . 147 p
5. Dawkins, Richard. 1993. **El gen egoísta. Las bases biológicas de nuestra conducta**. España. Salvat Editores. 288 p
6. Eco, Humberto. 2000. **Tratado de Semiótica General**. 5ed. España. Editorial Lumen. 259 p
7. Fumero, Antonio y Genís Roca. 2007. **Web 2.0**. España. Fundación Orange. Omán Impresores. 131 p
8. Galeano, Ernesto César. 1997. **Modelos de Comunicación. Desde los esquemas "Estímulo-Respuesta" a la comunicación "Contingente"**. 2 ed. Argentina. Ediciones Macchi. 148 p
9. García Barrientos, José Luis. 2000. **Las Figuras Retóricas. El lenguaje literario**. 22 ed. España. Arco Libros. 95 p
10. Gómez Morales, Francesc. 2010. **El pequeño libro de las redes sociales**. España. Parangona Realització Editorial. 147 p
11. Gutiérrez-Rubí, Antoni y Freire, Juan. 2010. **2010-2020 32 Tendencias de Cambio**. España. Grafiko. 84 p
12. Kirkpatrick, David. 2011. **El efecto Facebook: La verdadera historia de la empresa que está conectando al mundo**. España. Ediciones Gestión 2000. 456 p
13. López Eire, Antonio. 1998. **La Retórica en la Publicidad**. España. Arco Libros. 83 p

14. McLuhan, Marshall. 1996. **Comprender los medios de comunicación, Las extensiones del ser humano**. España. Editorial Paidós. 366 p
15. Mérida González, Krisanda. 2011. **Manual de búsqueda, descripción bibliográfica, cintas dentro del texto y criterios para evaluar la calidad de las fuentes de información**. Guatemala. Editorial Luna. 66p.
16. Maletzke, Gerhard. 1992. **Sicología de la Comunicación Social**. 5 ed. Ecuador. Editorial Quipus. 349 P
17. Melgar, Luis Alexander. 2004. **Etapas a seguir en el desarrollo del Proyecto de Investigación y Guía para la presentación del informe del Proyecto**. 5ª ed. Guatemala. Textos y Formas Impresas. 55 p
18. Mejía Cruz, Oti Elizabeth. 2012. **Uso de las redes sociales como medio comercial (Facebook)**. Tesis de grado. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 59 p
19. Moles, Abraham. 1978. **Sociodinámica de la Cultura**. Argentina. Editorial Paidós. 333 p
20. Ongallo, Carlos. 2007. **Manual de Comunicación. Guía para gestionar el conocimiento, la información y las relaciones humanas en empresas y organizaciones**. 2 ed. España. Editorial Dykinson. 259 p
21. Pascual, Roberto de Miguel. sf. **Fundamentos de la Comunicación humana**. España. Editorial Club Universitario. 357 p
22. Pérez Mendoza, Dina Maribel. 2016. **Análisis semiótico de los memes sobre Roxana Baldetti**. Tesis de grado. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 98 p
23. Real Academia Española. 2014. **Diccionario de la lengua española**. 23 ed. Madrid. España.
24. Ricaurte, Paola e Islas, Octavio. 2013. **Investigar las redes sociales. Comunicación total en la sociedad de ubicuidad**. Razón y Palabra. México. 170 p
25. Rodríguez, Delia. 2013. **Memecracia**. Los virales que nos gobiernan. España. Ediciones Gestión 2000. 208 p
26. Sánchez, Pacheco. 1999. Aristóteles. **La Retórica**. 2 reimpresión. España. Editorial Gredos. 605 p

27. Serrano Martín Manuel, Piñuel J. L., Gracia J. y Arias A. 1982. **Teoría de la Comunicación. I. Epistemología y análisis de la referencia.** 2 ed. España. Gráficas Valencia. 224 p
28. Vásquez R., Reynerio. 2000. **Investigación documental (Investigación Científica).** 2 ed. 2 reimpresión. Guatemala. Ediciones Mayte. 77 p
29. Vásquez Ramos, Reynerio. 2003. **Métodos de Investigación Social.** 3ª ed. 1ª reimpresión. Guatemala. Ediciones Mayte. 122p
30. Velásquez Rodríguez, Carlos Augusto. 2005. **Literatura semiología del mensaje lúdico.** 5 ed. Guatemala. Eidos Ediciones. 115 p

## REFERENCIAS FÍLMICAS

1. **LA RED SOCIAL.** 2010. Estadounidense. Director. Michael De Luca. Productor. David Fincher. Protagonistas. Jesse Eisenberg, Andrew Garfield, Justin Timberlake, Armie Hammer, Max Minguella. Guión. Aaron Sorkin. SONY Pictures Home Entertainment. 115 mins. Drama Biográfico.

Observaciones: Una noche de otoño del año 2003, Mark Zuckerberg (Jesse Eisenberg), alumno de Harvard y genio de la programación, se sienta delante de su ordenador y empieza a desarrollar una nueva idea: TheFacebook. Lo que comenzó en la habitación de un colegio mayor pronto se convirtió en una revolucionaria red social. Seis años y 500 millones de amigos después, Zuckerberg es el billonario más joven de la historia. Pero a este joven emprendedor el éxito le trajo también complicaciones personales y legales, en especial la acusación de que robó la idea a unos estudiantes de su misma universidad, y su turbulenta relación con Eduardo Saverin (Andrew Garfield), su antiguo amigo y co-fundador de Facebook.

## e-GRAFÍA

1. Abad, Mar. (2013 15 de septiembre) **Memecracia: la era de las ideas contagiosas.** YOROKOBU. Disponible en: <http://www.yorokobu.es/memecracia/>. Fecha de consulta: 25 de mayo 2016.
2. Baccaglioni, Fabio. (2013 11 de marzo) **Vida y Muerte de los memes ¿El fin de una era?** (11 de marzo de 2013). Disponible en: Fabio.com.ar (<http://www.fabio.com.ar/5403>). Fecha de consulta: 25 de mayo de 2016.
3. Blanco, José Manuel. (2013 17 de septiembre) **Anatomía de un 'meme': por qué se meten en nuestra cabeza y nos roban el corazón.** eldiario.es.

[http://www.eldiario.es/hojaderouter/internet/delia-gangnam\\_stylekeep\\_calm-libro-meme-memecracia-Obama-rodriuez-viral\\_0\\_276122733.html](http://www.eldiario.es/hojaderouter/internet/delia-gangnam_stylekeep_calm-libro-meme-memecracia-Obama-rodriuez-viral_0_276122733.html) Fecha de consulta: 25 de mayo 2016.

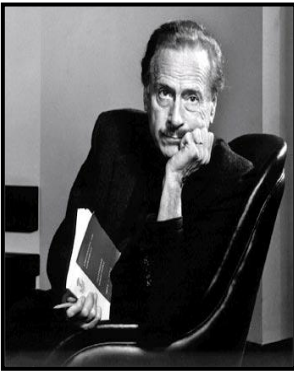
4. Castro, Luis. (2016 28 de febrero) **¿Qué es un “meme”?. Glosario y Terminología.** Disponible en: <http://aprenderinternet.about.com/od/Glosario/g/Que-Es-Meme.htm>). Fecha de consulta: 25 de mayo de 2016.
  
5. Herreros, Adriana.(2013 20 de octubre) **Todo sobre mi meme.** Revista Don No. 13 [Especial memes]. Disponible en:<http://www.revistadon.com/5946/todo-sobre-mi-meme>. Fecha de consulta: 25 de mayo 2016.

## ANEXOS

### 1. Marshall McLuhan – Datos básicos del autor

Tomado de [www.biografiasyvidas.com](http://www.biografiasyvidas.com)

(Herbert Marshall McLuhan; Edmonton, 1911 - Toronto, 1980) Filósofo, profesor y teórico canadiense que influyó en la cultura contemporánea por sus estudios sobre



la naturaleza y efectos de los medios de comunicación en los procesos sociales, el arte y la literatura. Estudió un tiempo ingeniería en la Universidad de Manitoba y luego se trasladó a la de Cambridge para cursar literatura. Impartió clases en la Universidad de Toronto.

Los estudios de McLuhan fueron pioneros en la esfera de la información y la comunicación y de la influencia de los nuevos medios y la electricidad en los cambios de percepción del hombre moderno. Su famosa frase "el medio es el mensaje" se ha convertido en un lema de la estética y las ciencias de la comunicación contemporáneas. Para él, la manera de percibir la realidad está en relación directa con la estructura y la forma de la información, y cada medio está relacionado a su vez con una parte de la psiquis humana.

Este estilo, entre asertivo, paradójico y profético, le trajo algunos problemas en los medios académicos, que no sabían cómo clasificarlo, dudando entre si era un filósofo genial al estilo de F. Nietzsche, un escritor imaginativo o un "sabio un poco loco".

### 2. Richard Dawkins – Datos básicos del autor

Tomado de [www.elresumen.com](http://www.elresumen.com)

Richard Dawkins proviene de una familia de clase media alta, es hijo de Clinton John Dawkins, quien fuese granjero antes de la guerra, viajó desde Inglaterra hasta Kenia durante la segunda guerra mundial con el fin de unirse a las fuerzas aliadas en África; y de Jean Mary Vyvyan Dawkins, ambos se interesaban por las ciencias naturales y contestaban a las preguntas de su hijo en términos más científicos que anecdóticos o sobrenaturales.

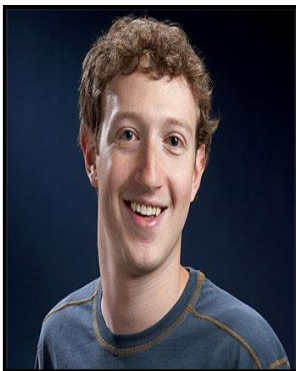
Su familia vuelve de África para establecerse en Inglaterra en 1949 cuando Richard tenía 8 años de edad. Una vez que terminó la preparatoria, comenzó a estudiar en el Balliol College de Oxford en 1959. Se graduó en 1962, pero continuó asistiendo a la universidad para realizar un doctorado en Etología en el departamento de Biología, del cual se recibió al poco tiempo de haber estudiado bajo la cátedra del etólogo holandés Nikolaas Tinbergen, a quien ayudó en algunos experimentos con sus investigaciones.



### **3. Mark Zuckerberg – Síntesis biográfica**

Tomado de [www.biografiasyvidas.com](http://www.biografiasyvidas.com)

(Mark Elliot Zuckerberg; Dobbs Ferry, Westchester County, 1984) Empresario y programador informático estadounidense. Creador y presidente de la comunidad



virtual Facebook, en el año 2008, con tan sólo veintitrés años de edad, se convirtió en el multimillonario más joven de la lista que publica anualmente la revista Forbes. Nacido en el seno de una familia judía, su pasión por la informática se manifestó muy pronto, y ya a los doce años de edad comenzó a programar. Cursó estudios en el Ardsley High School y la Phillips Exeter Academy, y en 2002 ingresó en la Universidad de Harvard, Massachusetts. Dos años más tarde, a principios de febrero de 2004, con tan sólo diecinueve años y junto a sus compañeros de habitación en la universidad, lanzó un nuevo sitio web, la red social Facebook.

Para hacerse una idea de la fortaleza social de Facebook, baste decir que la espectacular marcha contra las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC) del 4 de febrero de 2008, que reunió a un millón de personas en Bogotá y a cientos de miles en ciento treinta ciudades de todo el mundo, fue convocada por un grupo de estudiantes colombianos a través de este canal de difusión.

#### 4. Las tres liebres

Tomado de [www.revistadon.com](http://www.revistadon.com) (Todo sobre mi meme)



#### 5. La pirámide de necesidades de Maslow

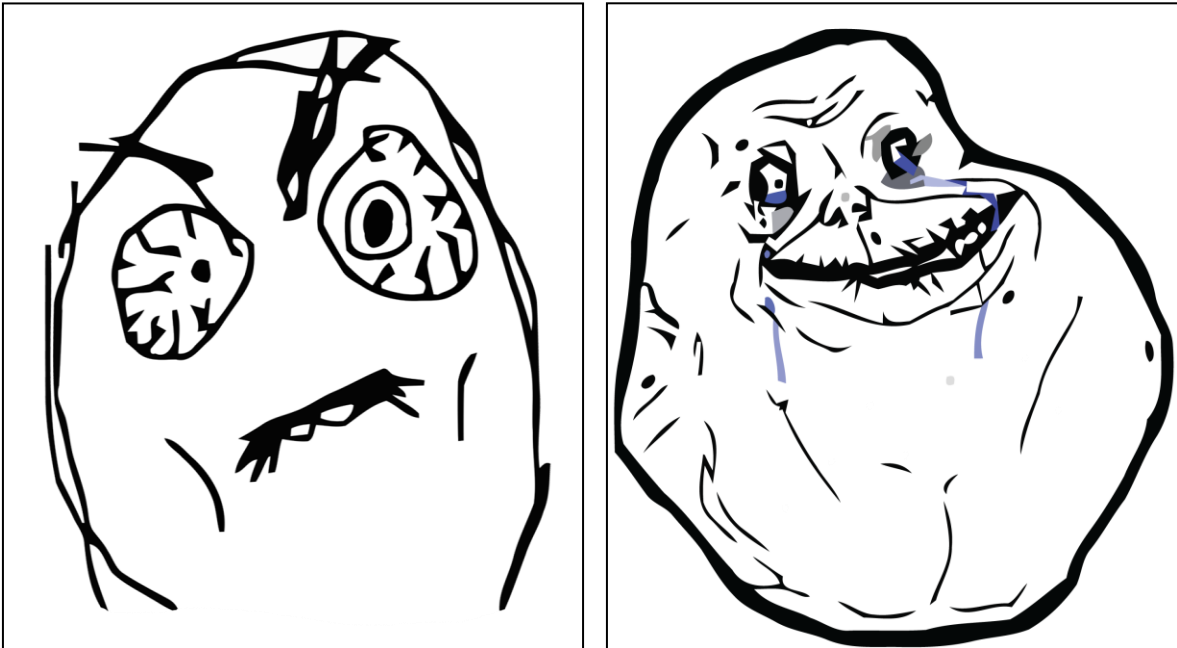
Tomado de [www.latercera.com](http://www.latercera.com)





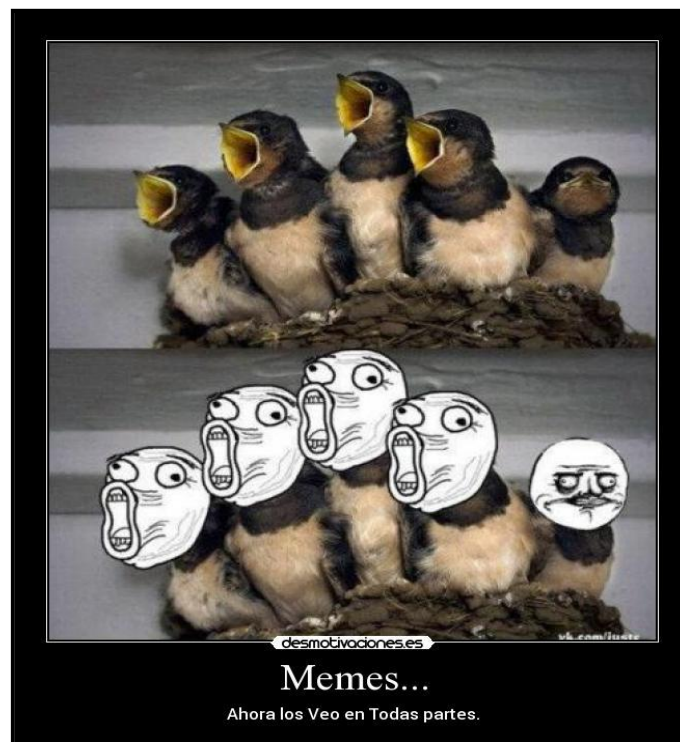
## 6. Meme Faces

Tomado de [www.revistadon.com](http://www.revistadon.com) (Todo sobre mi meme)



## 6. Motivacional/Desmotivacional

Tomado de [www.desmotivaciones.es](http://www.desmotivaciones.es)



## 7. Pegado a la actualidad

Tomado de [www.perspectiva.com.gt](http://www.perspectiva.com.gt)



## 8. Pokémon Go

Tomado de [www.bbc.com](http://www.bbc.com)

Pokémon Go es un juego de realidad aumentada para teléfonos inteligentes. Utiliza el GPS y los datos de Google Maps. Lo juegas caminando por el mundo real en busca de unos monstruos virtuales -algunos piensan que un poco cursis, pero para otros tienen estatus de "culto"- que aparecen en lugares cercanos a la ubicación del teléfono.

Una vez que te acercas lo suficiente, debes intentar capturarlos haciendo uso de la pantalla *touchscreen* de tu móvil, donde aparecen superpuestos a la realidad real (captada por tu cámara). Ya en tu poder, debes entrenarlos para que luchen entre sí.

Los monstruos fueron populares por primera vez en la década de 1990 cuando salieron en el Nintendo Game Boy. La posibilidad de intercambiar a esos monstruos o para ser más precisos, 722 personajes ficticios -y uno de los objetivos

es capturarlos todos-, volvió al juego un gran éxito en entre los niños y jóvenes, antes de Minecraft e incluso de los Tamagotchis.

Los personajes, además de ser protagonistas de otros juegos en las consolas Game Boy y Nintendo DS, lo han sido también de un programa de dibujos animados y de un juego de cartas coleccionables. Pero esta es la primera vez que aparecen en los teléfonos inteligentes.



He aquí algunas palabras de la jerga:

Pokémon = Una contracción del japonés *Poketto Monsutā*, que significa monstruo de bolsillo

Pokestop = lugar

Pokeball = aparato especial para atrapar y transportar un Pokémon para entrenarlo

Gym = sitio en el que los Pokémon luchan entre sí

Pikachu = el más famoso de los Pokémon y un ícono de la cultura japonesa