

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Escuela de Ciencias de la Comunicación



Guatemala, septiembre 2020

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Escuela de Ciencias de la Comunicación

El meme como recurso digital para la comunicación y transmisión de información

Trabajo de tesis presentado por
Rodrigo Andrés de León Enríquez

Previo a optar al título de:
Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Asesor
Lic. Walter Estuardo Pérez Rodríguez

Guatemala, septiembre 2020

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Director

Licenciando César Augusto Paiz Fernández

Consejo Directivo

Representantes Docentes

M.A. Gustavo Alfonso Yela Fernández

M.A. Silvia Regina Miranda López

Representantes Estudiantiles

Gabriela Eugenia Menegazzo Cu

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representante Egresados

M.Sc. Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes

Secretario

M.A. Héctor Arnoldo Salvatierra

Tribunal Examinador

M.A. Walter Estuardo Pérez Rodríguez

M.Sc. Bryan Josué Torres Alvarado



Guatemala, 07 de octubre de 2020
Orden de impresión
Ref. CT-Akmg- No. 025-2020

Licenciado
Rodrigo Andrés de León Enríquez
Carné: 1749 03553 0101
Registro Académico: 200512179
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado Licenciado

Nos complace informarle que, con base a la autorización de informe final de tesis por asesor, con el título " EL MEME COMO RECURSO DIGITAL PARA LA COMUNICACIÓN Y TRANSMISIÓN DE INFORMACIÓN", se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que sean entregados en un plazo no mayor de 30 días calendario

- a) Un (1) ejemplar impreso y un CD conteniendo el archivo digital del Trabajo de Grado para la Biblioteca Central.
- b) Dos (2) ejemplares impresos para la Biblioteca Flavio Herrera y dos (2) CD conteniendo el archivo digital del Trabajo de Grado.

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

Atentamente,



Lic. César Augusto Paiz Fernández
Director ECC

Dra. Aracelly Krisanda Mérida González
Coordinadora Comisión de Tesis

Escuela de Ciencias de la Comunicación
Edificio M2, Ciudad Guatemala, C.A.
www.comunicacion.usac.edu.gt

c.c. archivo/AKMG/CAPF/AiJr

(502)24188920

Acto que dedico:

A Dios, mi Señor, quién ha sido mi fortaleza y mi amparo en todo momento. A Él sea por siempre la gloria, honra y por Él sean los logros a lo largo de mi vida.

A mi mamá y a mis abuelitas, siempre ejemplo de fe, lucha, dedicación, valentía y fortaleza.

A mis hermanos, que son la alegría de mi vida, mi sustento y apoyo cuando he necesitado. Siempre trataré de ser un buen ejemplo para ellos.

Agradecimientos:

A la Universidad de San Carlos de Guatemala, por abrigarme entre sus aulas durante tantos años, por brindarme estudio, aprendizaje, innumerables recuerdos y amistades que se fortalecen con el tiempo.

A la Escuela de Ciencias de la Comunicación, por haberme dado la oportunidad de cumplir un sueño y una pasión. Gracias por abrir sus puertas y permitirme llamarme ahora, comunicador.

A mis catedráticos de la ECC, a quienes les debo tanto, que con paciencia y dedicación enseñaron y transmitieron su experiencia. Muchos pasaron, pero pocos trascendieron. Fredy Morales, Roberto Murga, Hugo Gálvez, Imelda González, Axel Santizo, Luis Pedroza, Juan Chávez, Walter Pérez, Jairo Alarcón, César Paiz; hoy puedo decirles: gracias colegas.

A mis compañeros y amigos de proyectos, de caminata, de desvelos; cuántas veces nos alegamos, nos frustramos, pero al final, logramos un enorme paso. Gracias Edras, Maco, Ale, Gervin, Debie, Cristian, Jose, hoy ya casi todos profesionales, y los que faltan, pronto lo serán.

A mi novia y ahora también Licenciada, Jacqueline Monterroso, quién cada día me sorprende con algo nuevo, con ese amor fuerte y creativo, que me empuja, me sostiene y que, ante todo, no me deja caer. Veo hacia atrás y en muchos de mis logros, has estado siempre allí, apoyándome, siempre orgullosa, siempre presente. Tomarte de la mano y decir que lo logramos, no es solo un momento, es un antes y un después, es un te amo eterno y una bendición que agradezco tener.

A la familia de mi novia, por su apoyo, cariño y por estar siempre con esa alegría que contagian, siempre es buena una chispa de risas para cambiar por completo un mal día.

Agradezco también a aquellos que, más que como catedráticos, como amigos, me apoyaron en el proceso de investigación: Lic. Alejandro Solares, Lic. Franky Oroxón, Lic. Juan Chávez.

A mi asesor, catedrático y colega, Lic. Walter Pérez, quién con su dedicación, esfuerzo y capacidad profesional, me llevó por el camino de la investigación, el aprendizaje y la disciplina, para lograr cumplir con el objetivo de terminar la tesis de grado.

A los alumnos de publicidad de la ECC que participaron voluntariamente en los talleres, clases magistrales y actividades del proceso y que, gracias a su aporte, retroalimentación y apoyo, se obtuvieron valiosos datos para la investigación. Solo me queda recordarles, que, la tesis no tiene por qué ser tormentosa; me disfruté cada minuto en el que participaron, nos reímos, aprendimos y demostramos que la enseñanza y el aprendizaje tienen muchas maneras de obtenerse y que puede ser divertido, atractivo y fácil de digerir.

Gracias a todos mis familiares, amigos y demás compañeros que estuvieron pendientes de esta caminata, con orgullo puedo decirles: misión cumplida. Con seguridad, algunos se preguntan ¿y ahora qué vas a estudiar?; pues no lo sé, pero de seguro, algo se me ocurrirá.

“Un adulto creativo, es un niño que ha sobrevivido.”

-Úrsula K. Le Guin-

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

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación



**El meme como recurso digital para la comunicación
y transmisión de información**

Rodrigo Andrés de León Enríquez

Guatemala, septiembre 2020

**El meme como recurso digital para la comunicación
y transmisión de información**

Rodrigo Andrés de León Enríquez

Guatemala, septiembre 2020

Índice General

	Página
Resumen	7
Introducción.....	9
1. Marco Conceptual.....	11
1.1 Nombre del tema	11
1.2 Antecedentes.....	11
1.3 Planteamiento del problema	12
1.4 Justificación	13
1.4.1 La educación en Guatemala.....	13
1.4.2 Nuevas tecnologías	14
1.4.3 El meme en las redes sociales.....	14
1.4.4 El meme en la educación.....	15
1.4.5 Importancia de esta investigación.....	15
1.5 Alcances y límites.....	16
1.5.1 Objeto de estudio	16
1.5.2 Ámbito geográfico	16
1.5.3 Ámbito institucional	16
1.5.4 Ámbito poblacional	16
1.5.5 Ámbito Temporal	17
1.5.6 Límites	17
2. Marco Teórico	18
2.1 Teoría de la comunicación.....	18
2.2 La contribución de Shannon & Weaver	19
2.3 La aguja hipodérmica	20
2.4 Comunicación, extensión del concepto	21
2.4.1 Comunicar y comunicarse	21
2.5 Comunicación y educación.....	23
2.6 La comunicación y la educación en el desarrollo humano.....	24
2.6.1 Principio de creatividad.....	24
2.6.2 La comunicación es educación	24

2.6.3 Para una comunicación educativa.....	25
2.7 El lenguaje total	25
2.7.1 Lenguaje audio-scripto-visual	26
2.7.2 Universo del lenguaje total	27
2.8 Comunicación digital.....	28
2.8.1 Otros medios de comunicación digitales	29
2.8.2 La imagen como nuevo lenguaje	29
2.9 El funcionalismo: teorías de la comunicación masiva.....	31
2.9.1 Teorías de control social.....	31
2.10 El meme	32
2.11 Características del meme	33
2.11.1 Imaginación	35
2.11.2 Creatividad	35
2.11.3 Jocosidad	35
2.11.4 Persuasión.....	35
2.11.5 Influencia cultural.....	36
2.11.5.1 Interculturalidad.....	36
2.11.6 Memorabilidad	36
2.12 Semiología del meme	37
2.12.1 La imagen	37
2.12.2 El texto.....	37
2.12.2.1 Escritura creativa	37
2.12.2.2 Mensaje.....	37
2.13 El meme y su similitud con el virus	38
2.13.1 Adhesión.....	39
2.13.2 Penetración	39
2.13.3 Viralización	39
2.13.4 Recordación.....	39
2.13.5 Evolución.....	40
2.13.6 Destrucción.....	40
2.14 Una pedagogía de la comunicación	41

2.14.1	Instaurar una pedagogía de la comunicación.....	42
2.15	Pedagogía, un acercamiento a la educación y su importancia en la comunicación..	43
2.15.1	Domesticar o masificar	44
2.15.2	La escolarización	45
2.15.3	La escuela, inhibidora de la mente creadora.....	45
2.16	Enseñanza o aprendizaje.....	45
2.16.1	El proceso enseñanza-aprendizaje	47
2.16.2	Elementos principales del proceso enseñanza aprendizaje.....	47
2.17	Memorizar sin comprender no es aprender	48
2.18	La enseñanza.....	48
2.19	La motivación como base fundamental del aprendizaje.....	50
2.20	El aprendizaje	51
2.20.1	Escenarios del aprendizaje.....	53
2.20.2	Principios del aprendizaje.....	54
2.21	Aprendizaje centrado en el alumno	55
2.22	La escuela abierta: una cultura que se basa en la persona	56
2.22.1	“Aprender a aprender”: Dinámica del aprendizaje y rendimiento	56
2.22.2	La experiencia como situación de aprendizaje	57
2.22.3	El clima de aprendizaje en el aula participativa	57
2.23	Andragogía	57
2.23.1	Actitudes generadas en el adulto a través de la andragogía	58
2.23.2	La tecnología también aporta al adulto.....	58
2.24	Fundamentos psicopedagógicos	59
2.24.1	Enfoque cognoscitivista.....	59
2.24.1.1	Relatividad de las percepciones.....	59
2.24.1.2	La selectividad de las percepciones.....	59
3.	Marco Metodológico	61
3.1	Método de investigación.....	61
3.1.1	Hipótesis de trabajo	61
3.1.2	Variables evaluadas	62
3.1.3	Criterios para el análisis y evaluación del comportamiento de las variables	62

3.2	Objetivos.....	63
3.3	Herramientas de medición.....	63
3.3.1	Técnica.....	63
3.3.2	Instrumentos	64
3.3.4	Universo	65
3.3.5	Muestra	65
4.	Análisis e interpretación de resultados	66
4.1	Introducción.....	66
4.2	Clases magistrales interactivas	67
4.3	Talleres como refuerzo conceptual.....	69
4.4	Grupos focales	73
4.5	Ejemplos de los memes utilizados.....	74
4.5.1	Diseño y elaboración de los memes.	75
4.6	Datos cuantitativos	78
4.7	Lo que dicen los resultados	80
4.8	Los entrevistados	91
4.9	Discusión de resultados	95
	Conclusiones.....	96
	Recomendaciones	97
	Bibliografía.....	98
	Anexos	101
	Anexo 1. Guía de observación dentro del aula.....	101
	Anexo 2. Encuesta a alumno	102
	Anexo 3. Entrevista a catedrático.....	104
	Anexo 4. Guía de <i>focus group</i>	106
	Anexo 5. Transcripción de entrevistas a catedráticos.....	107

Índice de diagramas, imágenes, tablas e infografías

	Página
Diagrama 1: Formas de comunicación innumerables.....	21
Diagrama 2: Tuba de Schramm.....	22
Imagen 1: Infografía sobre cómo hacer una tesis, Umberto Eco.....	30
Imagen 2: Infografía del origen del meme.....	33
Imagen 3: Meme haciendo énfasis en la elaboración de tesis.....	34
Imagen 4: Creación de un meme.....	36
Imagen 5: El meme y sus características.....	38
Imagen 6: El ciclo de vida del meme.....	40
Imagen 7: El meme como herramienta de conceptualización en la educación.....	46
Imagen 8: El meme es adaptable al contexto social y cultural.....	49
Imagen 9: Conceptos básicos de funciones matemáticas en un meme.....	51
Diagrama 3: Aprendizaje centrado en el alumno.....	55
Diagrama 4: La escuela abierta.....	56
Imagen 10: Explicación de meme en clase.....	67
Imagen 11: Discusión del meme en clase.....	67
Imagen 12: Catedrático invita al análisis del meme.....	68
Imagen 13: Participación de alumnos durante la clase.....	68
Imagen 14: Meme introductorio al taller.....	70
Imagen 15: Explicación inicial del taller.....	71
Imagen 16: Alumnos presentando propuestas de memes elaborados en clase.....	71
Imagen 17: Explicación de Arquetipos de Marca a través de memes.....	72
Imagen 18: Creación de memes referentes a Arquetipos de Marca.....	72
Imagen 19: Grupo focal realizado en clase.....	73
Imagen 20: Estudiantes dando su opinión sobre el taller.....	74
Imagen 21: Meme sobre puestos en una agencia publicitaria.....	75
Imagen 22: Meme referente a cuentas de agencia.....	76
Imagen 23: Meme referente a Arquetipos de Marca.....	76
Imagen 24: Meme creado para generación <i>Baby Boomer</i>	77
Imagen 25: Meme diseñado para Generación X.....	77

Tabla 1: Datos por catedrático, sexo y sección	79
Tabla 2: Datos consolidados derivados de las encuestas.....	79
Infografía 1: Resultados generales de 105 alumnos encuestados.....	80
Infografía 2: Características del meme, que más impactaron en los alumnos.....	82
Infografía 3: Impacto educativo del meme en los alumnos.....	84
Infografía 4: Opiniones de alumnos luego de la experimentación	87

Resumen

- Título:** El meme como recurso digital para la comunicación y transmisión de información.
- Autor:** Rodrigo Andrés de León Enríquez.
- Universidad:** San Carlos de Guatemala.
- Unidad Académica:** Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- Planteamiento del problema:** Enfocado en ambientes educativos, donde el alumno necesita herramientas y metodologías sencillas para la captación de mensajes y contenido ¿Puede utilizarse el meme como un recurso digital donde se logre comunicar y transmitir información de manera efectiva?
- Instrumentos utilizados:** Observaciones de campo, encuestas, grupos focales y entrevistas.
- Procedimiento para la obtención de datos:** El proyecto se realizó en la Escuela de Ciencias de la Comunicación, dividiéndolo en 3 fases, siendo la primera, la fase de investigación teórica; esta fase inicial demoró un aproximado de 5 meses, se

recopiló información a partir de la bibliografía ubicada en las bibliotecas Flavio Herrera de la Escuela de Ciencias de la Comunicación y la Biblioteca Central de la Universidad de San Carlos.

La segunda fase o de experimentación, se realizó en 3 meses, en los cuales se realizaron observaciones de campo, clases magistrales especiales, talleres y encuestas. Todas las actividades se realizaron en conjunto con estudiantes y catedráticos.

La tercera fase o de análisis e interpretación de resultados, presenta la data obtenida de los instrumentos, se realizaron infografías donde se resumen y explican claramente los resultados obtenidos del proyecto.

Conclusión general:

El meme tiene el potencial para utilizarse como herramienta comunicativa y para la transmisión de información. A pesar de ser un recurso digital cuya posición social es meramente satírica, ha demostrado ser un útil aliado en el proceso de enseñanza-aprendizaje para la síntesis y transmisión de conceptos hacia los estudiantes.

Introducción

En esta investigación, se analizó el meme, como recurso digital. Se estudiaron sus características y cómo éste puede ser una herramienta en el proceso de comunicación y auxiliar como transmisor de información en el ámbito educativo. Se buscó determinar cómo los catedráticos pueden aprovechar las bondades del meme como una herramienta en la transmisión de información, conocimientos y a la vez una manera lúdica de entretener y educar. Así también, los estudiantes, a través del meme, se posicionan frente a un elemento de comunicación digital, actual y de alcance de masas.

En el primer capítulo, el marco conceptual, se abarcaron los antecedentes, apoyándose en los trabajos de investigación sobre memes, tales como Análisis Semiótico de los Memes sobre Roxana Baldetti, de la autora Pérez, D. (2016) o El Meme, Medio de Comunicación y Expresión Social en *Facebook*, una tesis del autor Magaña, E. (2017). También se plantea la pregunta general que guía el estudio: ¿Cómo el meme, mediante la síntesis y conceptualización, puede ser una herramienta comunicacional efectiva y de apoyo?

En el segundo capítulo, se sustenta teóricamente el proyecto de investigación. El marco teórico, cubre temas referentes a teoría de comunicación, comunicación de masas, educación, lenguaje, comunicación digital, el meme, enseñanza y aprendizaje. Se profundizó en las características del meme y su similitud con los virus, la manera en que se propaga, cómo se inserta en el huésped y su viralización.

El capítulo tercero, metodología de investigación, comprende la hipótesis de trabajo, las variables evaluadas, sus características, objetivos de investigación y herramientas de medición utilizadas, tales como encuestas, grupos focales, talleres y entrevistas.

Análisis e interpretación de resultados, el capítulo cuarto, presenta los datos obtenidos mediante la investigación, en relación al meme como recurso digital para la comunicación y transmisión de información. Se presentan los memes utilizados en clase, imágenes de los talleres y grupos focales realizados e infografías que resumen los resultados. Se conocerán

las ventajas y desventajas de utilizar esta herramienta, sus beneficios, las posibles fallas que pueden suscitarse, así como también, desde un punto de vista cuantitativo, la apertura existente de catedráticos y alumnos a utilizar nuevas herramientas de comunicación, síntesis y conceptualización que ayuden al estudiante a comprender la información de la mejor manera posible y al catedrático a desempeñar su papel de una manera más fácil, creativa y de excelencia.

El meme es versátil, variable y evolutivo por sí mismo, entender cómo se desarrolla en el ambiente educativo, puede derivar en nuevas metodologías y tendencias pedagógicas, que apoyen la labor del catedrático y faciliten la tarea de los educandos.

1. Marco Conceptual

1.1 Nombre del tema

El meme como recurso digital para la comunicación y transmisión de información.

1.2 Antecedentes

La tesis *Análisis Semiótico de los Memes sobre Roxana Baldetti*, de la autora Pérez, D. (2016), tiene como objetivos: analizar semióticamente los memes de Roxana Baldetti publicados en *Facebook* bajo el contexto de su renuncia a la Vicepresidencia de la República de Guatemala, describir los elementos visuales y verbales con el análisis semiótico de Umberto Eco, determinar las denotaciones y connotaciones sobresalientes posteriores al análisis e identificar el objetivo o intencionalidad del mensaje de las piezas gráficas analizadas.

El enfoque de la tesis anterior es cualitativo, esto debido al análisis denotativo y connotativo de la investigación, se basa en un total de 10 memes seleccionados y evaluados en *Facebook*. Este análisis se realizó bajo la estructura dictada por Umberto Eco para el análisis de contenido. Sus principales conclusiones son: los memes visuales y verbales connotados y denotados que prevalecen sobre Roxana Baldetti, dañan principalmente su imagen pública. Los principales recursos encontrados en los memes analizados, fueron: sarcasmo, ironía, énfasis, mofa. Los memes se han convertido en un fenómeno de comunicación por internet, generando corrientes de opinión diversas.

El Meme, Medio de Comunicación y Expresión Social en *Facebook*, una tesis del autor Magaña, E. (2017), tiene como objetivos: describir el meme como medio de comunicación y expresión social en *Facebook*, explicar sus características principales y fundamentar el proceso comunicativo a través de estos.

Dichos objetivos se alcanzaron mediante el análisis cualitativo y proceso investigativo del meme como tal, haciendo alusión al proceso de comunicación y cómo el meme se desenvuelve dentro de las redes sociales para alcanzar su viralización y transmisión de

información. Posteriormente a esto, sus conclusiones indican que: 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 una respuesta que haga viral el mensaje o por el contrario sea meramente información más en la red.

Por su parte, Vélez, J. (2013), en su tesis: *Memética como Herramienta Científica para el Estudio de los Memes de Internet*, muestra dentro de sus objetivos: la identificación de diversas definiciones, tanto intuitivas como metafísicas u objetivas del meme como tal, obteniendo con ello el concepto propio para trabajarlo como objeto de estudio en el ciberespacio. La investigación es cualitativa investigando el meme como fenómeno social y estudiado desde el punto de vista sociológico.

En la tesis antes citada, se estudia la relación entre los fenómenos y las teorías evolutivas aplicables, finalizando más en un contexto epistemológico que tecnológico. El autor, concluye que: existen teorías biológicas aplicables al campo de la transmisión y replicación de unidades culturales mediante el meme, sin embargo, la memética aún carece de sustento científico para poder aplicarse al contexto cultural de una manera más contundente.

Los estudios relacionados con el meme y comunicación son pocos, no se identificó un estudio, tesis o investigación con el tema específico: el meme como herramienta digital para la comunicación y transmisión de información, por lo que la presente tesis se considera puntual e innovadora.

1.3 Planteamiento del problema

Conforme avanza la tecnología a nivel mundial, debe hacerlo también la comunicación. Este proceso evolutivo involucra a todo aquel que desea o necesita transmitir información con un fin específico y a su vez, adaptarse a las nuevas tendencias, herramientas y canales efectivos de comunicación.

Se profundizó en las metodologías de enseñanza en las aulas universitarias, ya que estas son las primeras generadoras de información y transmisión de datos en un proceso de comunicación y preparación profesional.

Las metodologías convencionales se vuelven cada vez más ineficientes en términos de comunicación, no solo porque no todos los profesores progresan didácticamente con el mundo de la información, sino también porque no todos los estudiantes aprenden de la misma manera y a la misma velocidad.

La poca utilización de los recursos digitales, ha llegado a crear un ambiente tedioso y poco práctico para la educación. Es por ello que la investigación, busca evidenciar, que el meme puede ser utilizado como una herramienta que auxilia comunicacionalmente a la enseñanza y el aprendizaje.

Por lo anterior, se plantea la pregunta general que guía el estudio: ¿Puede utilizarse el meme como un recurso digital, donde se logre comunicar y transmitir información de manera efectiva?

1.4 Justificación

1.4.1 La educación en Guatemala

Desde el ámbito educativo, tanto catedráticos como estudiantes están envueltos en un mundo donde dicha rama evoluciona constantemente, así como los canales a través de los cuales se desarrolla.

No obstante, la educación en Guatemala, es eminentemente bancaria, donde profesores y estudiantes están acostumbrados a una metodología en que, el que sabe del tema, intenta transmitir sus conocimientos y el que recibe la información, se sienta a escuchar.

De manera lenta, se han dado pequeños pasos hacia educación virtual y no presencial, aulas completamente digitalizadas, enseñanza a distancia y la utilización de herramientas que hagan de este proceso una nueva forma de aprendizaje.

A consecuencia de la pandemia COVID-19 y al alcance de medios masivos, unos 45,0000 alumnos recibieron clases a través de la radio o televisión. Esto como una estrategia de educativa digital del Ministerio de Educación guatemalteco.

1.4.2 Nuevas tecnologías

La comunicación es un ente vivo, que se desarrolla y abraza a las herramientas disponibles para darse. A medida que las tecnologías de información y comunicación avanzan, adquieren mayor aceptación y se vuelven más utilizadas.

Conjuntamente con las nuevas tecnologías, se abre paso la automatización y digitalización del mundo, la globalización cada vez se amplía más y bajo esta primicia, el ser humano tiene la obligación de adaptarse o estancarse.

Verónica Spross, Administradora de Empresas y Master en Economía en el Centro de Investigaciones Económicas Nacionales, indica en su artículo del 26 de agosto de 2020, que el 60% de la población utiliza un *smartphone*, pero únicamente el 30% de los guatemaltecos tienen acceso a internet, este dato derivado del último censo poblacional en 2018.

En octubre de 2019, Forbes Centroamérica, con apoyo de la *Internet Society*, Capítulo Guatemala, publicó que la adopción de TICs en Guatemala es solo de un 37,7%.

1.4.3 El meme en las redes sociales

El meme, en términos de sociedad, transmite información y genera comunicación entre distintos círculos y contextos culturales.

Las varias plataformas de redes sociales, han sido para el meme, el sustento de su evolución y crecimiento. En el contexto social, el meme es percibido como una mera imagen divertida que hace burla de las situaciones coyunturales o de lo que no se debe decir de manera directa.

En términos generales, es percibido como un chiste que desahoga a la sociedad en sus distintos niveles. El meme debe ser entendido y adaptado al nivel social, cultural, educativo y hasta generacional para que funcione de manera adecuada. Es por eso que no todos los memes son entendidos por todos los individuos.

1.4.4 El meme en la educación

Se ha hablado previamente de las nuevas herramientas y tecnologías de comunicación e información, por ende, los alumnos como perceptores del mensaje, forman parte de la lúdica y la didáctica comunicacional, con catedráticos que aplican las herramientas informativas de las plataformas de redes sociales y mensajería instantánea.

Esta evolución involucra la adaptación a nuevas maneras de transmitir información y al mismo tiempo captarla correctamente. El meme, en la academia y la educación, viene a cubrir parte de esa necesidad informativa y evolutiva de la comunicación, pues está inmerso en estos canales y conexiones diariamente.

El estudiante universitario, busca soluciones a sus problemas de educación, mediante la didáctica tecnológica, la aplicación de conceptos sencillos y prácticos que pueden transmitirse de manera puntual haciendo uso de recursos y herramientas comunicacionales del momento. Derivado de esta necesidad, este estudio se ha enfocado específicamente en el meme.

1.4.5 Importancia de esta investigación

El meme no es una mera forma jocosa de manifestar una inconformidad. Puede y tiene el potencial para ser utilizado como herramienta de enseñanza y aprendizaje, así como recurso de comunicación y generación de discusiones. Es por esto, que la investigación se basa en la observación directa, cuantificación, validación y entendimiento del meme como herramienta efectiva para la transmisión de conocimientos y generación de comunicación en ambientes educativos.

Actualmente la Escuela de Ciencias de la comunicación utiliza diferentes metodologías educativas tales como:

Aula invertida: donde el material se deja a los alumnos a través de la plataforma *Google Classroom* para que estos lo lean y posteriormente en el aula sean solventadas las dudas.

Aprendizaje basado en proyectos: metodología mediante la cual, los alumnos forman equipos de trabajo para la resolución de problemas complejos a través de la investigación y práctica posterior. Tal es el caso de la carrera técnica de Publicidad, donde los alumnos forman sus agencias publicitarias desde los primeros semestres y trabajan en equipo hasta el final de la carrera.

1.5 Alcances y límites

1.5.1 Objeto de estudio

El meme como recurso digital para la comunicación y transmisión de información. Estudiantes y catedráticos de la Universidad de San Carlos. Una investigación de tipo descriptivo, de acuerdo a las variables que se manejan en el estudio.

1.5.2 Ámbito geográfico

Universidad de San Carlos de Guatemala, campus central, zona 12, Ciudad de Guatemala.

1.5.3 Ámbito institucional

Escuela de Ciencias de la Comunicación.

1.5.4 Ámbito poblacional

El proceso investigativo se llevó a cabo con estudiantes y catedráticos de la carrera de Publicidad Profesional en las jornadas vespertina y nocturna del primero y segundo años.

1.5.5 Ámbito Temporal

La investigación se realizó en el segundo semestre de 2019. Durante julio, agosto y septiembre respectivamente.

1.5.6 Límites

El estudio se apoya en estudiantes y catedráticos que forman parte de la carrera técnica de Publicidad Profesional, en las jornadas vespertina y nocturna, plan diario.

Si bien, como se explica con anterioridad, el meme puede ser una representación jocosa del contexto social, para fines de esta tesis, los memes se han trabajado como herramientas de enseñanza, creados y diseñados con el objetivo de sintetizar y transmitir conceptos de clase específicos de acuerdo a las solicitudes de los catedráticos involucrados.

A pesar de que algunos han utilizado la gracia y jocosidad, todos los memes creados, han nacido bajo un contexto completamente educativo.

2. Marco Teórico

2.1 Teoría de la comunicación

La teoría, en su ámbito comunicacional es relativamente nueva, su objeto de estudio se remonta a tiempos antiguos. Para Albizúrez, F. (1997), la comunicación es compartir información, la capacidad de manejar ésta para interactuar. De lo anterior se deduce que como mínimo son requeridos un comunicador y un perceptor para que exista tal interacción.

Como menciona Serrano, M. (1982), el estudio de la comunicación como ciencia, viene a reconocer la aptitud de los seres vivos para comunicarse ya que biológicamente solo algunas especies tienen órganos especializados para esto, 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 el mensaje
2. Quien recibe el mensaje

El hombre, con el paso del tiempo, ha logrado multiplicar su capacidad de comunicación al recurrir a nuevas tecnologías de la información y comunicación (TICs) como *Internet* o una plataforma de redes sociales. La teoría de la comunicación busca integrar y explicar a través de un modelo definido, todo el proceso de interacción comunicativa que tiene como objetivo: poner un mensaje en común. Magaña, E. (2017).

Berlo, D. (1984), busca escribir sobre este proceso, pero se enfrenta inicialmente a dos problemas esenciales:

1. Las relaciones entre varios elementos siempre son dinámicas y
2. Se debe utilizar el lenguaje para transmitir el mensaje, en un contexto donde el mismo puede ser invariable o variable. 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) Magaña, E. (2017)

2.2 La contribución de Shannon & Weaver

Basándose en las teorías de Claude Shannon, matemático estadounidense, y Warren Weaver, biólogo estadounidense, ambos, por los años cuarenta se dedicaron a generar un modelo similar y homologado al de Aristóteles.

Para Shannon y Weaver, la comunicación debe incluir seis elementos:

1. Una fuente o señal a emitir
2. Un transmisor que emite las señales
3. Un canal por el que discurren las señales
4. Una fuente de ruidos o señales ajenas a la fuente
5. Un receptor que recibe las señales y las decodifica
6. Un destino o punto final del proceso

Este modelo no toma en cuenta las referencias a contenidos y se basa en la transmisión de señales. Por una parte, Shannon lo aplicó inicialmente en el telégrafo y los impulsos eléctricos que emite.

Por su parte, Weaver lo aplicó mediante el estudio de los fenómenos en el sistema nervioso central de un grupo de animales.

En la experiencia investigativa de Serrano, M. (1982), este modelo puede ser aplicado desde el ambiente biológico y natural, así como en el ambiente tecnológico, esto debido a su alta capacidad de producir señales mediante los seres vivos o cualquier transmisor electrónico.

El modelo Shannon-Weaver busca mostrar un sistema muy generalizado de información y comunicación del cual se desprenden elementos básicos de un comunicador, la utilización de un mensaje codificado, un canal efectivo, barreras comunicacionales, un perceptor y la retroalimentación. Su estudio busca optimizar la transmisión de esas señales o lo que se conoce como información.

2.3 La aguja hipodérmica

Galeano, E. (1997), explica que después de la Primera Guerra Mundial, la aparición de la comunicación masiva acciona como percutor de la investigación de la comunicación.

Los primeros modelos eran sencillos y se basaban en el proceso psicológico de estímulo-respuesta (E-R), por lo que fueron denominados como Aguja Hipodérmica por entenderse que eran recibidos y asimilados por el perceptor a manera de un medicamento líquido que es inyectado en el cuerpo.

Estas descripciones según Berlo, D. (1984), refieren que el comunicador hace un proceso metódico donde ejecuta la acción A, luego B y después C. No se orientaron al proceso, por lo que las investigaciones generaron otra conclusión: para que las fuentes de comunicación resulten o no efectivas, dependen de un complejo número de factores.

No se han 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.

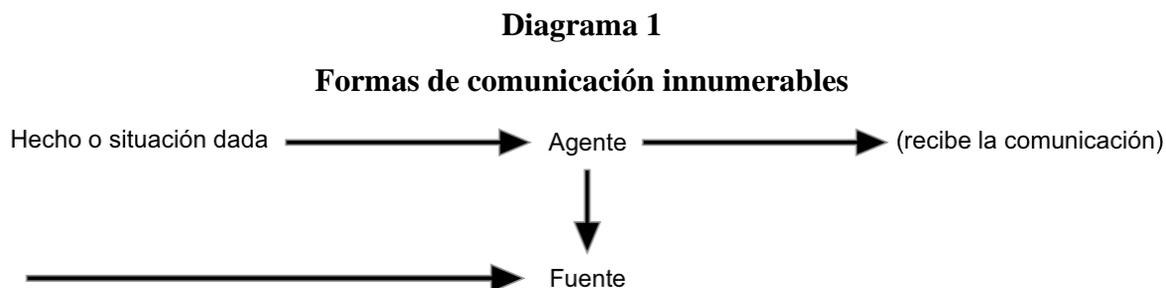
Solo se puede proporcionar algunas sugerencias e indicaciones respecto a estos elementos y a la dinámica del proceso que son necesarias para no ver el proceso de comunicación como meramente una inyección de información.

2.4 Comunicación, extensión del concepto

2.4.1 Comunicar y comunicarse

Por cuestiones de investigación, se ha tomado como punto de partida, la formulación de la “teoría matemática de la comunicación” creada por Shannon en 1946, a partir de estudios sobre codificación y telégrafos. En esta teoría informativa, el papel de la comunicación se reduce a transmitir contenidos. Piccini, M y Nethol, A. (2007).

Posteriormente, Norbert Wiener, el padre de la cibernética, introduce el concepto de retroacción, la información sobre la acción permite al sistema corregirse. Nace así la retroalimentación, donde el perceptor devuelve y corrige la información del comunicador.



Fuente: Elaboración propia

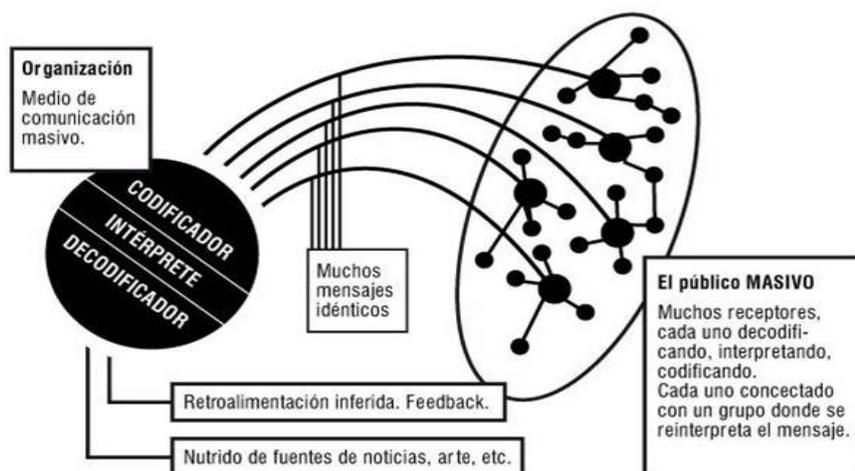
Estas formas, frecuentes en la massmediatización y aún en diversas situaciones de la vida cotidiana e institucional, responden a un esquema comunicacional de estructura estímulo-organismo-respuesta (E-O-R). En general, esta idea de la comunicación se vincula con la teoría de la información, tal como lo expresa Melvin de Fleur, destacado representante del funcionalismo.

El modelo de estímulo-respuesta, de De Fleur, sociólogo y profesor de comunicación de la Universidad de Miami, propone que, en el proceso de comunicación, el efecto en la persona empieza con una condición de estímulo-respuesta plantada por el medio masivo mediante una creencia en la mente de la persona.

Raras veces se logra una correspondencia perfecta entre cada uno de los elementos de las respuestas denotativas y connotativas del comunicador y el perceptor, ya que la

comunicación humana casi siempre presenta cierto grado de imperfección. De Fleur, M. (1975). En el siguiente esquema de comunicación colectiva, se puede observar como el receptor selecciona los canales de comunicación que menor esfuerzo le ocasionan para percibir el mensaje, los que más llaman su atención y más despiertan necesidades de su personalidad. Piccini, M. y Nethol, A. (2007)

Diagrama 2
Tuba de Schramm



Fuente: https://player.slideplayer.es/79/13170213/slides/slide_5.jpg

Wilbur Schramm, por su parte, indica que la comunicación colectiva es un fenómeno que depende de la tecnología moderna. La “tuba” de Schramm, es el modelo más conocido de la comunidad colectiva. Piccini, M y Nethol, A. (2007).

El modelo de Schramm hace referencia a la comunicación colectiva, el receptor, en este caso, es quien descifra, interpreta e informa al grupo al que se encuentra conectado y hace uso de ese mensaje. El esquema mismo muestra las múltiples mediaciones de un mensaje hasta llegar a sus destinatarios. Piccini, M y Nethol, A. (2007).

La mayoría de canales electrónicos y audiovisuales, permiten “avanzar no solamente en el estado de la comunicación de masas, sino también en el estudio científico de la comunicación”. Schramm, W. (1964).

2.5 Comunicación y educación

La comunicación entre el catedrático y el alumno es esencial cuando se requiere de un intercambio de información o de concepciones de la realidad. La comunicación va más allá de que el catedrático hable y el alumno escuche; es más que el simple intercambio de palabras entre personas.

En lo anterior, la manera de expresar y dirigir el mensaje, tiene dos significados: el directo (dado por las palabras) y el meta comunicativo (dado por la relación simbólica que se establece entre el maestro y alumno). La interacción comunicativa catedrático-alumno ha sido desde siempre la base de la enseñanza y una de las principales formas de aprender en las situaciones educativas. Piccini, M y Nethol, A. (2007).

Numerosas veces, la educación ha sido analizada como un proceso de comunicación entre profesores y alumnos, pero no se debe olvidar que el proceso de enseñanza-aprendizaje no puede reducirse a esquemas de comunicación más o menos simples.

El aprendizaje es un proceso de enorme complejidad que requiere de la intervención de procesos cognitivos no implicados en el acto comunicativo. Si la educación no puede reducirse a procesos de comunicación, con mayor complicación podría ser reducida a esquemas simplistas y restrictivos diseñados para otras situaciones y otros agentes, ya que la comunicación educativa además de ser específicamente humana, requiere la implicación de diversas capacidades que la convierten en un proceso de comunicación o interacción con características específicas. Estas relaciones comunicativas que se establecen entre los maestros y alumnos, es de vital importancia para el éxito del aprendizaje. Piccini, M y Nethol, A. (2007).

Ahora bien, se tiene la comunicación alternativa, mediante aquellas formas que no se encuentra inmersas en el circuito de los medios tradicionales y que conllevan implícita o explícitamente la posibilidad de modificación del orden comunicacional establecido por la mediatización de los medios masivos a partir de la participación y el diálogo.

Por lo tanto, todo proceso de comunicación alternativa admite una forma de educación y de conocimiento, por cuanto estaría vinculada a una situación de enseñanza-aprendizaje entre los sujetos participantes. Piccini, M y Nethol, A. (2007).

2.6 La comunicación y la educación en el desarrollo humano

2.6.1 Principio de creatividad

Establece que desde el acto educativo debe fomentarse la creatividad, para que los estudiantes resuelvan con originalidad los problemas tanto en la universidad como en la sociedad. Para Carl Rogers, la creatividad es entendida como autorrealización. Picado, F. (2001).

2.6.2 La comunicación es educación

La comunicación es una acción recíproca, cuyo puntaje más importante es la participación crítica, el compartir con otros seres humanos. Se da énfasis en el proceso de construcción y no en el producto del aprendizaje.

Dado que, en ningún momento de la historia, el mundo había estado recorrido por canales de difusión tan amplios y precisos; cualquier noticia en cualquier parte del planeta, puede ser difundida a la mayor parte de habitantes, de manera inmediata. Picado, F. (2001).

La comunicación fácilmente visible es la que se da en las relaciones interpersonales. Estas formas de intercambio son referidas a cosas, objetos, ideas, sentimientos, creencias y cuanto el hombre posee.

Sintetizando, el mensaje y la forma de expresarlo son dos elementos estructurales que forman una sola unidad. Esta es una preocupación pedagógica ligada al contenido educativo. En este sentido, debe tomarse en consideración la advertencia de que hablar de comunicación en su contexto persona es, en parte, referirse a la forma en que se aprende. Picado, F. (2001).

Para Sarramona, J. (1988), el mensaje es elemento esencial en el proceso de la comunicación educativa, la cual debe estructurarse de acuerdo con cómo aprende el estudiante y los objetivos que se persiguen.

2.6.3 Para una comunicación educativa

La comunicación es un tipo muy especial de la raza humana, y se vuelve específicamente educativa cuando cumple es:

- a) Motivadora: en el sentido de lograr la apertura y disponibilidad para aprender
- b) Persuasiva: capaz de inducir en el alumno un deseo de aprender
- c) Autoestructurante: orientando el proceso de enseñanza-aprendizaje, para que el sujeto reorganice y estructure la información
- d) Consistente: por cuanto ofrece situaciones novedosas y congruentes con los objetivos que se persiguen
- e) Facilitadora: Implica utilizar diferentes canales que ayuden a una decodificación e integración de la información, según el estado evolutivo o nivel de desarrollo del sujeto. Picado, F. (2001)

Ciertamente la acción educativa, desde el punto de vista funcional, se comporta como un proceso de comunicación. La educación es, en sí misma, un sistema interactivo de comunicación donde el catedrático y el alumno ejercen la función de comunicador y receptor al mismo tiempo. Es una comunicación interpersonal. Colom, A. (1982); Sarramona, J. (1988).

2.7 El lenguaje total

Las nuevas estructuras sociales, avances científicos y técnicos, han originado que la vida cotidiana de los jóvenes choque fuertemente con sistemas y normas establecidas. Uno de los problemas más importantes es la crisis educativa. Esta crisis tiene manifestaciones evidentes: el poco y mal uso que se hace de la comunicación social. Gutiérrez, F. (1975).

Como respuesta a esta crisis, la “pedagogía del lenguaje total” ofrece al alumno la oportunidad de expresarse con total plenitud y dinámica de su ser. Esta pedagogía busca convertir a los medios de comunicación e instrumentos no solo de información, sino en verdaderos agentes de expresión y creación de la realidad. Gutiérrez, F. (1975).

2.7.1 Lenguaje audio-scripto-visual

Jean Cloutier publica “*La Communication audio-scripto visuelle à l’heure des self-media, ou l’ère d’Emerec*”. La tesis de Cloutier constituye una praxis, del medio scripto-visual.

Clasificar al lenguaje por su instrumentalización puede llevar a concepciones erróneas que comprometen el uso pedagógico del mismo. Este error se comete desde hace años con las llamadas “técnicas audio visuales” ya que se enfocaron como técnicas y no como lenguaje. Gutiérrez, F. (1975).

Se actúa como si existieran dos clases de lenguaje: el verbal y el no verbal. Pero lo que casi nadie logra entender es que, el lenguaje audio visual es a su vez, verbal y no verbal. Probablemente los lenguajes deberían llamarse: kinésicos, acústicos y visuales. Esta división permitiría establecer la diferencia entre lenguaje y medio. Gutiérrez, F. (1975).

Las técnicas desde la imprenta hasta el cine, son medios de ampliación y multiplicación de los lenguajes del hombre moderno. Estas técnicas son conocidas como medios de comunicación o *mass-media*.

Aun cuando la teoría de Mc Luhan se refiere tanto al medio como al lenguaje, es conveniente diferenciar entre lenguaje (codificación) y el instrumento que transmite esta codificación. Para referirse correctamente a los diferentes lenguajes del conjunto de medios de comunicación, la expresión sería Lenguaje Total y Lenguaje Audio-Scripto-Visual. Gutiérrez, F. (1975).

No se debe caer en considerar los nuevos lenguajes como medios de información y no como medios de aprendizaje. Esta diferenciación es fundamental para clarificar conceptos

pedagógicos. El lenguaje total es de un valor educativo extraordinario ya que el catedrático se sirve de este lenguaje para transmitir con mayor rapidez los conocimientos. Gutiérrez, F. (1975).

2.7.2 Universo del lenguaje total

Los nuevos lenguajes que la sociedad utiliza en medios de comunicación social, entiéndase redes sociales, están originando nuevas formas de relación e interacción.

El hombre está en consecuencia, sufriendo modificaciones de tipo cultural e incluso está siendo estimulado artificialmente por medio de sus sentidos. El adulto formado dentro de las normas anteriores, racionales, intelectuales, abstractas; no tiene la capacidad de comunicación con los jóvenes mucho más adaptados al lenguaje de las imágenes y de los sonidos. Gutiérrez, F. (1975).

Debe de valorarse ambas formas de comunicación; no puede ponerse una en contra de la otra sino más bien integrarlas. Ninguna de las dos por separado llenará a cabalidad la función primordial del lenguaje: el dinamismo para expresar y realizar al ser humano.

Estos nuevos lenguajes, aportan al perceptor nuevas motivaciones en el proceso de aprendizaje. Las nuevas generaciones encuentran en estos nuevos lenguajes la posibilidad de revalorizar los métodos intuitivos. Por lo que es evidente que este nuevo tipo de lenguaje, origina a su vez, nuevas posibilidades en el acto de aprendizaje. Gutiérrez, F. (1975).

La codificación y decodificación de imágenes y sonidos que no corresponden a las formas clásicas, hacen que los nuevos significantes se presenten para ser interpretados de manera connotativa. Por fundamentarse el objetivo educativo en la investigación, la participación del alumno es un elemento primordial que, de faltar, seguro el aprendizaje no se llevará a cabo.

Por eso es del todo evidente que en la era de los lenguajes audio-scripto-visuales no se puede y debe dar prioridad a las clases expositivas.

La pedagogía del lenguaje total tiene una implicación más y es el uso de diferentes lenguajes como elementos de expresión en manos del alumno. El estudiante no solo puede recibir información por los medios, sino que sobre todo puede darla.

Solo existe educación auténtica en el momento en el cual el alumno llega a ser dueño de su propia expresión. Gutiérrez, F. (1975).

2.8 Comunicación digital

Platón plantea que el ser humano no puede comunicar sus conocimientos ya que estos son conceptos e ideas abstractas, sin embargo, puede transmitir por medio de palabras una representación de ellas. El medio por excelencia de la comunicación platónica es la palabra hablada. Por lo tanto, el diálogo, es para Platón, el entendimiento directo de dos almas, mediante gestos o palabras. “Cuando tú y yo conversamos intercambiando palabras, es el alma la que le habla al alma.” Platón niega la posibilidad comunicativa a través de la palabra escrita.

Sin embargo, Umberto Eco, afirma que es un error creer que todo acto comunicativo se basa en una “lengua” afín a los códigos del lenguaje verbal y que toda lengua debe tener dos articulaciones fijas. Es correcto y mucho más acertado, afirmar que todo acto comunicativo se basa en un código y que todo código no tiene por qué tener dos articulaciones fijas. Gutiérrez, F. (1975).

Es la técnica, la que al poner en manos del ser humano otros medios con mejores condiciones comunicativas, le invita a salir de la rutina y pereza que significa el uso permanente y exclusivo de un solo medio. “Cada medio de comunicación, si sus condiciones se aprovechan adecuadamente, revela y comunica un aspecto único de la realidad, de la verdad. Cada uno de ellos ofrece una perspectiva diferente, una forma de ver, una dimensión de la realidad que de otro modo queda oculta”. Mc Luhan, M. (1996).

Chaplin en su filme “Luces de la ciudad”, ejemplifica muy bien a aquellos intelectuales que de tanto leer libros se vuelven estúpidos. A veces esa estupidez puede reflejarse en la resistencia al cambio: no puede haber ningún cambio tecnológico o físico en los medios de intercomunicación que no sea acompañado por un espectacular cambio social. La radio, el cine, la televisión y demás medios digitales, no son ayudas audiovisuales para realizar o divulgar formas anteriores de experiencia, son nuevos lenguajes. Gutiérrez, F. (1975).

2.8.1 Otros medios de comunicación digitales

Con la aparición de nuevos medios electrónicos de comunicación, como el *cassette*, aparecen también los denominados *self-media*. Permitiendo estos, una comunicación más personalizada y no a las grandes poblaciones como los *mass-media*.

El consumidor “pasivo” de mensajes que le llegan por los *mass-media*, debe ser capaz de servirse de esos mismos medios para expresar su propio mensaje. De “perceptor” de mensajes tiene que convertirse en creador y comunicador de los mismos. El objetivo pedagógico es poder pasar de perceptor-consumidor a comunicador-creador. Gutiérrez, F. (1975).

2.8.2 La imagen como nuevo lenguaje

El ser humano, se encuentra frente a una nueva y revolucionaria forma de comunicación. La imagen es un lenguaje muchísimo más rico que el verbal. Con las imágenes se puede decir el máximo de cosas en el mínimo de tiempo y ocupando un espacio mínimo.

Con este nuevo lenguaje, nace una nueva literatura en imágenes. Ya en 1974, estadísticamente, un niño norteamericano de 18 años, leía en promedio 18 mil páginas de “*comics*”. Por eso ya hoy los niños y jóvenes están pensando como sueñan: en imágenes.

Es una política más sabia, considerar que las nuevas generaciones no son como los adultos intelectuales que dan cátedras, ya que estos en su mayoría, se encuentran pésimamente capacitados para emitir juicios de valor, porque los conceptos mismos de análisis de los nuevos lenguajes, los hacen literariamente. Gutiérrez, F. (1975).

Imagen 1

Infografía sobre cómo hacer una tesis, Umberto Eco



Fuente: <https://www.pinterest.com/pin/364369426102045305/>

El adulto promedio, se limita al análisis de contenido y no tiene o quiere nada que ver con las nuevas configuraciones de los medios digitales. El lenguaje icónico no se informa, se muestra. Ofrecen formas de ver y sentir la realidad. Los jóvenes no se dejan llevar por lo que los medios les dicen sino por lo que les hacen sentir y vivir.

Para algunos, la humanidad ha entrado a la “era de la imagen” infinitamente más poderosa y violenta que el libro. Hablando en extremo, en pocos años, es probable que el libro deje de ser leído o que lo hagan solo los intelectuales.

Es un hecho que el lenguaje de las imágenes se presenta ya hoy como un lenguaje emotivo, instantáneo y universal. No se puede ser tan cerrado en aferrarse a una conceptualización de las imágenes, tratando de ver en ellas un subproducto cultural.

Así como el libro revolucionó la cultura occidental, una revolución más profunda y sobre todo más rápida se está realizando a través de la micro tecnología de la comunicación. Gutiérrez, F. (1975).

2.9 El funcionalismo: teorías de la comunicación masiva

2.9.1 Teorías de control social

Dentro de las diferentes corrientes de comunicación, la que ha tenido mayor aceptación e impacto ha sido la que estudia la repercusión y la influencia de los medios de comunicación sobre sus públicos. Es importante que para describir adecuadamente un acto de comunicación se respondan las siguientes preguntas: ¿quién/dice qué/por qué canal/con qué efecto?

Según De Fleur, M. (1975), son escasos los estudios que se han preguntado las condiciones que rigen y determinan el funcionamiento de los medios y también aquellos que cuestionan los rasgos específicos de estos procesos comunicativos.

El llamado “análisis de contenido” cuyo estudio correcto debería ser específicamente los mensajes, se constituyó en torno a lo que los investigadores de la escuela de sociología empírica de Chicago designaron como “lenguajes persuasivos”. Piccini, M y Nethol, A. (2007).

De hecho, los objetivos de esta corriente consistieron en medir los efectos de un tipo particular de discursos: aquellos cuya principal tolerancia es la función conativa, es decir, la que expresa la intención deliberada del comunicador en influir en el perceptor, a través de mecanismos de persuasión. Piccini, M y Nethol, A. (2007).

Berelson, B. (1952), por su parte, definía los objetivos del análisis de contenido, como “la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de las comunicaciones”.

Los estudios relativos a la influencia y los “efectos” de medios y mensajes fueron en sus comienzos, producto de la confluencia de la sociología funcionalista y la psicología conductista.

El modelo inicial que organiza buena parte de estos estudios, es la ecuación de estímulo respuesta (E-R). Los hechos de comunicación se conciben como estímulos que provocarán cierto tipo de reacciones. Piccini, M y Nethol, A. (2007).

Los primeros estudios producidos dentro de esta perspectiva, utilizaron como base modernos medios de comunicación que configuraban un nuevo campo de estímulos cuyo poder y magnitud determinaba y definía el comportamiento. Las emociones y la adhesión a valores de los perceptores, generaba personas uniformes y sin control sobre los mensajes. Piccini, M y Nethol, A. (2007).

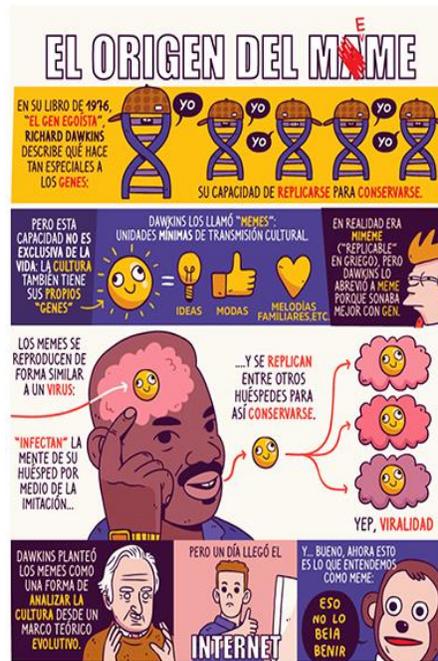
2.10 El meme

El meme viene dado desde la antigüedad, en un ambiente donde la conversación se gesta y la comunicación trasciende barreras. Anteriormente a toda la explosión tecnológica de las redes sociales, no se asociaba el meme ante ninguna plataforma y mucho menos como una herramienta de comunicación.

El meme como tal, es una idea contagiosa, que actúa a manera de virus y se difunde de persona a persona. Ha encontrado entre su versatilidad y viralidad creciente, una gama de tierras fértiles para hacerlo: La *Internet*, las plataformas de redes sociales y la mensajería instantánea.

Imagen 2

Infografía del origen del meme



Fuente: https://www.taringa.net/+imagenes/20-infografias-para-perder-tiempo-sabiamente_v0zz2

La comunicación está regresando al origen pictórico y poco escrito, haciéndose valer de la comunicación mucho más visual y sencilla, que la redacción elaborada. El ser humano evoluciona copiando ideas que se propagan entre individuos, mutando a través de fronteras y espacios geográficos, culturales, idiomáticos y temporales.

Al igual que el ser humano, el meme viene evolucionando y aunque su forma cambia, su esencia no lo hace. El creciente auge del mundo virtual y el avance tecnológico, trae consigo una culturización global, donde el meme, es uno de los principales protagonistas. Rodríguez, D. (2013).

2.11 Características del meme

El meme no es algo nuevo, en 1976 el término se acuñó por el biólogo estadounidense Richard Dawkins en su libro *The Selfish Gene* (El gen egoísta), al establecer que el meme actúa como una entidad auto-replicable y competitiva.

Esta analogía se puede realizar con los virus y sus genes, que viajan entre los seres humanos con su propio ADN. En el caso del meme, no se tiene una unidad genética sino una unidad de información cultural y comunicacional.

Imagen 3

Meme haciendo énfasis en la elaboración de tesis



Fuente: <https://www.pinterest.com/pin/846958273646556448/?lp=true>

Cada meme se distingue de otro, en su estructura física como en su estructura informativa. Rodríguez, D. (2013), define las partes que un meme debe poseer para considerarse un elemento exitoso a través de la comunicación, siendo estas las siguientes:

- a) Planteamiento: todo meme tiene una historia que contar, posee personajes y situaciones arquetípicas, que aprovechan las coyunturas y tendencias naturales como patrones cognitivos, sencillez, colores, signos, símbolos, etcétera, para atraer la atención. Cada meme coincide con el sistema de creencias previas y se mueve de manera poderosa al combinarse para apelar a algo que los demás están buscando

- b) Nudo: básicamente busca satisfacer las principales necesidades de la pirámide de Maslow, provocando una fuerte emoción, inclusive, de manera irracional tales como: indignación, molestia, empatía y hace suponer al perceptor que le puede ser útil
- c) Desenlace: se comparte, bajo la percepción de que es una mejora social y cultural mediante la cual se refuerzan los lazos y conexiones comunicacionales o, como una excusa para tener una conversación, valiéndose como parásito, de los memes exitosos y desempolvando los cadáveres de los que pasaron de moda

2.11.1 Imaginación

Todo meme requiere un alto grado de imaginación. Para que un meme produzca el sabor comunicacional, cultural e informativo, debe tener la dosis perfecta de algo irreal para que pueda plasmarse correctamente en el mundo real.

2.11.2 Creatividad

Un meme poco creativo, está condenado a pasar desapercibido. Es la capacidad de crear algo a partir de los elementos existentes y lograr, con base en ello, una nueva manera de expresión comunicacional.

2.11.3 Jocosidad

Valiéndose de la creatividad, el meme busca también en algunas ocasiones, impregnarse en la mente del perceptor, mediante la jocosidad. El chiste y la gracia de los memes, hacen que, en su mayor parte, sean recordados de mejor manera que los memes formales.

2.11.4 Persuasión

Sin abarcar mucho en el concepto, persuadir es básicamente convencer para la acción de algo. Un meme es además de comunicacional, persuasor. Busca influir de tal manera en la gente que lo recibe, que sea replicable e inclusive se convierta en un contenido viral.

2.12 Semiología del meme

De manera independiente, el meme puede estar formado de imagen y un texto que le apoye. Arango, L. (2014), en su documento informativo hace referencia a que no todos los memes son obligatoriamente imágenes estáticas, aunque en su mayoría lo sean, también pueden considerarse videos y audios como memes.

2.12.1 La imagen

Desde el punto de vista de la semiótica, la imagen juega un papel extremadamente importante dentro del meme, esto debido a su cualidad denotativa y connotativa. Barthes, R. (1997).

Para Barthes, la imagen podrá ser siempre interpretada por lo que realmente representa y dependerá del contexto, del comunicador y del perceptor para que sea entendida de una u otra manera. Estos son los puntos de denotación y connotación respectivamente.

2.12.2 El texto

El texto en el meme podrá ser básicamente la función anclaje y/o relevo, tal como lo explica Barthes. Dicho texto sirve en alguna medida para reforzar el entendimiento de la imagen o para explicar el sentido connotativo de la misma. Existen, como se menciona anteriormente, memes cuyo sentido y connotación, no requieren de un texto de apoyo, pero si plenamente del entendimiento del contexto por parte del perceptor.

2.12.2.1 Escritura creativa

Este tipo de escritura apoya enormemente el ambiente lúdico que genera un aprendizaje adecuado y fácil de memorizar. La creatividad del meme básicamente corresponderá a la correcta homogeneidad entre imagen y texto respectivamente.

2.12.2.2 Mensaje

En contraposición de un texto simple y sencillo, el potencial de un meme con contenido textual, máxime en contextos educativos, está en su capacidad de trascender, educar y

generar nuevo contenido informativo que sea capaz de recordarse posteriormente por parte de la persona que recibe el mensaje. Esto se dará basado en el proceso de conceptualización adecuado por parte del comunicador.

Imagen 5

El meme y sus características



Fuente: <https://onsizzle.com/i/marco-antonio-solis-teorico-rt-9000x-el-mejor-meme-del-d5d54bfcffb442ab8d586d0c4705f367>

2.13 El meme y su similitud con el virus

El padre de los memes, Richard Dawkins en su libro *El Gen Egoísta* hace mención sobre la similitud del meme con los genes y los virus. Primeramente, se debe entender que el gen como tal es una unidad de información, una unidad molecular de herencia genética, pues almacena la información de un padre y permite transmitirla a la descendencia.

Esta información es transmitida de generación en generación y puede mantenerse intacta, ir mutando, evolucionando o desaparecer, a través de las diferentes generaciones venideras.

El virus por su parte, contiene un conglomerado de genes que son transmitidos mediante un proceso de parasitación con el huésped, sin embargo, meme y virus, actúan de la misma manera.

2.13.1 Adhesión

Para que un meme pueda sobrevivir, debe buscar inicialmente un huésped. El creador del meme debe entender completamente a su grupo objetivo, el contexto en el que se mueve y cuál es el fin de crear el meme.

Teniendo en cuenta estos aspectos, podrá crear un contenido comunicacional adecuado que se adhiera correctamente a sus huéspedes, su grupo objetivo.

Para que un meme se adhiera correctamente, debe tener relación con los receptores del mensaje, el contexto, el tiempo y el espacio en el que se mueven. De lo contrario el meme no se adherirá y pasará a formar parte de los millones de memes que mueren a diario.

2.13.2 Penetración

Posteriormente al proceso de adhesión, el meme comienza a penetrar en el grupo objetivo, esto es, la aceptación por parte de los receptores en los cuales el emisor está intentando comunicar o transmitir algún tipo de información.

Durante el proceso de penetración es donde puede comenzar el proceso de viralización. La penetración puede llegar a concluirse y alcanzar a ciertos individuos del grupo objetivo, sin embargo, si el proceso siguiente no se gesta y se desarrolla, el meme pasa a ser una mera herramienta de información sin trascendencia.

2.13.3 Viralización

En esta etapa del proceso, el meme ha sobrevivido lo suficiente y se ha fortalecido. Los diferentes huéspedes han sabido absorber su contenido informativo y cultural y han empezado a contagiar a otros.

2.13.4 Recordación

Para fines de la investigación, esta etapa es la más importante. Es el pilar completo y el éxito del proceso. Para que el meme pueda ser correctamente utilizado para fines educativos debe concluir el proceso de recordación. El huésped o receptor del mensaje debe

tener la capacidad de asimilar la información, retenerla y comprenderla. Es acá donde el meme cobra su propósito de recordación.

2.13.5 Evolución

Al igual que los virus, el meme evoluciona constantemente. Adquiere modificaciones no solo en cuestiones de imagen sino también en el contenido textual. La connotación varía conforme el huésped va adquiriendo nuevas informaciones de su contexto sociocultural.

El proceso evolutivo del meme, le hace ser bastante resistente a la destrucción, puesto que su origen y denotación, regularmente se mantienen y solamente son modificados mediante el texto de anclaje y relevo con el fin de iniciar el proceso de adhesión nuevamente.

2.13.6 Destrucción

Todo meme que no cumpla con los pasos anteriores está condenado a ser engavetado en el olvido. Ningún meme está exento de este fin, sin embargo, con la evolución del ser humano también lo hacen los buenos portadores de genética cultural y comunicacional, esos memes que conjuntamente con el huésped, continúan viviendo por mucho tiempo.

Imagen 6

El ciclo de vida del meme



Fuente: <https://ticsyformacion.com/2018/10/28/el-ciclo-del-vida-del-meme-infografia-infographic/>

2.14 Una pedagogía de la comunicación

“Cada persona se encuentra ubicada en situaciones muy diversas que modifican la utilización de la lengua. La escuela tiene la tarea de enseñar el manejo funcional del lenguaje”. Dubois, J. (1996).

Dicho esto, toda pedagogía de la comunicación requiere un cierto número de condiciones, sin embargo, en este campo, dos parecen esenciales:

1. La justa estimación del interlocutor
2. La aptitud para establecer comunicaciones

El modo de enseñanza que soporta la mayoría de alumnos y que se ha estigmatizado, no predispone al diálogo, tanto al del período de la adolescencia como al de la edad adulta. No solo la debilidad se manifiesta en los estudios secundarios, sino también en la enseñanza superior. Ball, R. (1972).

El universitario, y más aún el futuro profesor, tendría derecho a esperar que un aprendizaje de la palabra le permitiera no solo hablar delante de sus alumnos sino enseñarles a hablar, dialogar con ellos y enseñarles a dialogar.

En lugar de tal formación, se exige de él un trabajo intelectual, cuyo valor no se trata de negar pero que se sitúa en la mera extensión de los métodos anteriores y donde triunfan la abstracción y la memoria. Ball, R. (1972).

Es verdad que numerosos catedráticos temen el diálogo y la discusión con sus alumnos. Tienen miedo de ellos mismos, pues no están habilitados para ese género de comunicación y a veces son conscientes de esa insuficiencia. El temor a los alumnos se magnifica, porque el diálogo puede abrir la vía a interrogantes fuera de los límites de la minuciosa preparación o más allá de los conocimientos precisamente establecidos.

La ineptitud para el diálogo, reduce al pedagogo a su monólogo. Acomodado y acostumbrado a realizar exposiciones dogmáticas, temiendo aventurarse al diálogo, deberá,

a su vez, exponer y enseñar ante un público de oyentes al cual, de manera muy estratégica, procura no elevar al nivel de interlocutores. Ball, R. (1972).

No puede haber diálogo sino cuando los dos códigos, el del comunicador y del perceptor tienen por lo menos en parte, un marco de referencia común. El diálogo solo puede tener lugar cuando se experimenta la necesidad de comunicarse, si se siente el deseo de dialogar.

Esto significa que el diálogo es función de un deseo y de una tendencia. Aquél no puede nacer si no es en un clima de conflicto psicológico; es preciso estar en desacuerdo y querer restablecer la coherencia psicológica para sentirse incitado a dialogar. Ball, R. (1972)

2.14.1 Instaurar una pedagogía de la comunicación

Lograr este cambio entre lo que se conoce y se practica y mejores prácticas educativas, requiere que los docentes hayan resuelto previamente las dificultades referentes al diálogo verdadero y valoren sanamente a los alumnos.

Dado que la sociedad está influida por diferentes aspectos como: prensa, publicidad, televisión, cine, internet, centros culturales... es bastante obtuso concebir una pedagogía parcial o separada, que no tenga en cuenta el conjunto de factores que circulan en la vida de los alumnos. Ball, R. (1972)

El buen sentido, exige una pedagogía un poco más realista. Retomando la expresión de Tardy, M. habría que convocar a una verdadera “conversión pedagógica”. (1966, p. 57).

Para hacer maravillas en materia de comunicación, la pedagogía no deberá tomar como fin el éxito de los procedimientos sino el alcance del objetivo comunicativo, a partir del cual se construye y en función de la cual se progresará. Ball, R. (1972).

2.15 Pedagogía, un acercamiento a la educación y su importancia en la comunicación

Debe de tomarse como mandato, que toda propuesta educativa innovadora sea basada y fundamentada en la investigación, experimentación y evaluación, con el fin de que la nueva propuesta sea de enriquecimiento e incluso un desafío para el sistema educativo actual.

La pedagogía de la comunicación tiene su fundamentación en el principio básico de que el proceso educativo es válido en la medida que acelera y acentúa las transformaciones sociales.

Es imposible tener participación de los estudiantes en el proceso de aprendizaje si no se llega a establecer una comunicación horizontal como prerequisite de la dialógica. Gutiérrez, F. (1990).

Es la comunicación horizontal la que permite intercambiar papeles en el proceso, es decir, que tanto el comunicador como el receptor permutan sus roles. El catedrático (comunicador), debe ser al mismo tiempo el receptor.

Igualmente, el alumno (receptor), que la mayor parte de veces actúa pasivamente, debe ser también el comunicador.

El conocimiento mutuo que se genera mediante este estilo de educación hace que el catedrático deba respetar la particular visión que su alumno tiene del mundo y viceversa. Esto se realiza con el fin de tener una cierta incidencia positiva en lo que actualmente se conoce como “educación bancaria”. Donde el educador habla, diserta, entrega sus conocimientos, sin permitir la participación creativa del estudiante. Gutiérrez, F. (1990).

Uno de los postulados esenciales de la pedagogía de la comunicación, es el máximo desarrollo de la capacidad creadora del alumno. El ser humano, por naturaleza es creativo y creador y en consecuencia es, a través de la propia expresión creadora, la manera en la que

se realiza como persona. Al mismo tiempo contribuye a incrementar y promover la riqueza cultural de los grupos en los que participa.

En respuesta a los problemas de los sistemas educativos actuales, la pedagogía de la comunicación es una bastante acertada. Por lo tanto, concibe el aprendizaje como un proceso endógeno y permanente, que hace que el alumno sea creador, actualizador y realizador.

Para el logro de lo anterior, la pedagogía de la comunicación promueve tres objetivos operacionales:

1. Favorece e impulsa el desarrollo de la personalidad por medio de la educación de la intuición, perceptividad y pensamiento crítico. El desarrollo de estos rasgos, se da en la libertad responsable, clima necesario en el que debe desarrollarse el proceso educativo, de enseñanza y aprendizaje
 2. Promueve y desarrolla la comunicación dialógica e intercomunicación personal debido a que es un elemento esencial de la pedagogía de comunicación. Algo que debe entenderse es que esta interacción solo es comunicación, en la medida que se comparten los mensajes y en que el receptor se hace comunicador y viceversa
 3. La pedagogía de comunicación, favorece y promueve el trabajo productivo
- Gutiérrez, F. (1990)

2.15.1 Domesticar o masificar

Domesticar significa: “destruir toda actitud de cambio y de crítica en el hombre, acostumbrándolo mediante estereotipos y prejuicios a aceptar pasiva y mansamente las consignas y orientaciones del sistema.” Si se observa la enseñanza tradicional en la educación bancaria puede decirse que guarda mucho parecido a lo anteriormente definido. Es concluyente entonces, que este tipo de educación, domestica y masifica al ser humano.

2.15.2 La escolarización

El colegio, escuela o como cada persona convenga llamarle, se ha convertido en la única vía que posibilita el ingreso a una vida social plena. Esto, gracias al momento en el que los diplomas y la escolarización se vinculan. Por lo tanto, poseer un diploma involucra una serie de privilegios sociales.

No tener diplomas, equivale a una segregación casi inminente de la estructura social. Aunque el diploma realmente no respalda la educación ni mucho menos el conocimiento o saber del individuo, solo respalda la escolarización recibida. En todo caso, para hacer valer tal aseveración, nadie se pone en manos de un médico, realmente, por los diplomas que tiene sino por la experiencia que posee. Gutiérrez, F, (1990).

2.15.3 La escuela, inhibidora de la mente creadora

Está claro que el exceso de control, inhibe e impide el aprendizaje. Por lo anterior, la enseñanza rigurosamente mecanizada, contribuye a la pérdida de gracia, espontaneidad, agilidad expresiva, imaginación, estilo propio, intuición, interés e inteligencia del estudiante.

Cabe mencionar que, cuando la clase es aburrida, y lo es casi siempre, lo único que se aprende es a aburrirse. Gutiérrez, F, (1990).

Del mismo modo, como lo menciona Mc Luhan, M. “la educación superior está en agonía porque es asombrosamente anticuada.” (1969, p. 124).

2.16 Enseñanza o aprendizaje

El aprendizaje es justamente el resultado de una relación interpersonal, donde tanto alumno como catedrático intercambian opiniones, conocimientos y aprenden mutuamente.

Como lo menciona Freire, P. (1970), ambos se transforman en partícipes del proceso, por lo que ninguna persona educa a otra, así como ninguna persona se educa a sí misma. Los hombres se co-educan de forma mediatizadora por el mundo.

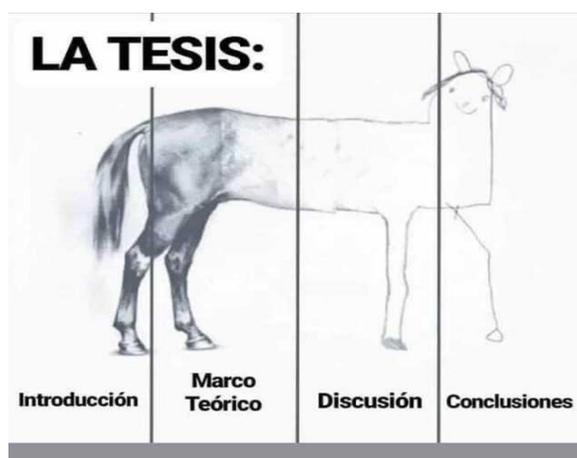
Los procesos de enseñanza-aprendizaje con el enfoque de la comunicación, se apoyan básicamente en lo que se puede llamar transmisión de contenidos; dada una situación educativa, los maestros, regularmente, “disertan” acerca de un tema apoyándose en gran medida en la validez de los contenidos, dejando a un lado la potencialidad pragmática en que éstos se transmiten. Piccini, M y Nethol, A. (2007).

En el caso de los procesos de enseñanza-aprendizaje relativos a la comunicación, se presenta una situación compleja: se tiende a olvidar que en la misma situación pedagógica se está viviendo un proceso de comunicación y que tanto catedrático como alumno allí implicado, posee una serie de competencias comunicativas y capacidades de interacción. Piccini, M y Nethol, A. (2007).

Debe ser prioridad asimilar los procesos educativos a formas de comunicación diversas y vincularlos con elaboraciones de conocimiento desde una perspectiva “no cientificista”, adecuándose a las necesidades del grupo de trabajo, a sus competencias culturales y a su nivel de conciencia en un momento determinado. Piccini, M y Nethol, A. (2007).

Imagen 7

El meme como herramienta de conceptualización en la educación



Fuente: <https://www.dopl3r.com/memes/graciosos/la-tesis-marco-introduccionteorico-discusion-conclusiones/549299>

2.16.1 El proceso enseñanza-aprendizaje

Varios autores concuerdan en que el aprendizaje es una cualidad vital para el hombre, más que para ningún otro miembro del reino animal. Debido a sus rasgos y capacidades. Se aprende gracias a la experiencia. Se aprende mediante estímulos para el que aprende bien y regaños y castigos para el que aprende mal o no aprende.

2.16.2 Elementos principales del proceso enseñanza aprendizaje

Los catedráticos, han pasado de ser transmisores de conocimientos a guías en los procesos de búsqueda y aprendizaje de sus alumnos. Ahora ya no “enseñan” sino “aprenden” en conjunto con los estudiantes.

De informadores, han pasado a formadores y formar significa edificar y mostrar con el propio ejemplo, aceptar críticas, autocriticarse, exigir claridad y esfuerzo, distinguir entre sentimientos y razones, tener un sentido de la limitación y relatividad de sus propios juicios. Formar abarca el aceptar diversos puntos de vista, bien estructurados y que obedezcan a procesos lógicos y sólidos.

Para enseñar, en la actualidad, no solo se debe saber de la materia en cuestión, sino se debe aprender a transmitir el conocimiento. Debe compenetrarse con los alumnos y entenderlos como seres individuales que forman un colectivo cultural y que, a toda costa, deben tratarse como personas pensantes y racionales, con criterio propio.

Debe entenderse internamente, que solo se enseña de manera eficiente cuando se logra que la mayoría de los alumnos aprenda y que aprenda bien. Stones, E. (1972).

El alumno por su parte, debe tratar de formarse de la mejor manera, incluyendo ciertos elementos:

- a) Pulir y refinar todas las herramientas de trabajo mental (desarrollando capacidades analíticas y de juicio crítico, habilidades de síntesis, generación de hipótesis, pensamiento alterno, sentimientos y razones, separando la fe de la evidencia.)

- b) Desarrollar una actitud abierta y positiva hacia el aprendizaje que le permita seguir progresando y actualizándose

2.17 Memorizar sin comprender no es aprender

Una de las preguntas que gran cantidad de autores se hacen es: ¿en la enseñanza se estimula la formación de mentes acumulativas o de mentes creativas? Si lo que se busca es innovación, se necesitan personas con empeño, imaginación y deseo de inventar, de crear. Sund, R. y Trowbridge, L. (1969).

2.18 La enseñanza

Se ha definido la acción de enseñar, como: el arte de ayudar a otros en su esfuerzo por cambiarse a sí mismos. Se cree que la enseñanza se puede desarrollar en cualquier nivel, clase, grupo o lugar en que se encuentren los individuos, siempre que se tenga la aptitud y se conozcan y dominen los métodos adecuados.

La educación en cambio, es la capacidad de afrontar las situaciones que plantea la vida y que su gran meta no es el conocimiento sino la acción. Por lo tanto, el conocimiento sin acción, carece de importancia. Sund, R. y Trowbridge, L. (1969).

Durante el proceso de enseñanza, debe proporcionarse al estudiante, las oportunidades para que ocurra el aprendizaje.

Los catedráticos normalmente usan el siguiente proceso para enseñar:

1. Informar al estudiante
2. Interesarle en cuanto a la posible utilización de los conocimientos
3. Inspirarle para que ponga en práctica lo aprendido
4. Instruirle sobre las etapas, procesos, mecánicas y materiales necesarios para llevar a la práctica los nuevos conocimientos

El catedrático entonces, debe tratar de romper la monotonía de la enseñanza y de proporcionar la oportunidad de aplicar los conocimientos. Por ello se hace necesario presentar a los estudiantes materiales que estimulen su oído, su vista y otros sentidos.

La enseñanza se hace más eficiente y a la vez divertida, cuando los estudiantes se enfrentan a situaciones nuevas para las cuales deben buscar una respuesta mediante la investigación y la experimentación.

Imagen 8

El meme es adaptable al contexto social y cultural.



Fuente: https://pikdo.net/p/memesdecienciassociales/2066945006857638829_4563167931

Sund, R. y Trowbridge, L. (1969), indican que a los docentes les interesa fundamentalmente lograr que sus alumnos aprendan aquello que sea de máximo provecho para ellos. Su papel es el de brindar una enseñanza efectiva, que permita a los jóvenes descubrir su propio potencial de aprendizaje.

En otros aspectos importantes, Parker, D. (1966), afirma que el maestro debe preguntarse si sus alumnos verdaderamente aprendieron. No debe juzgar la calidad de la enseñanza por el

número de clases que impartió, la cantidad de capítulos que cubrió del libro, o cuantos ganaron la materia. Más bien, debe valorar si logró algún cambio en la mente y actitudes de sus alumnos.

2.19 La motivación como base fundamental del aprendizaje

Según la filosofía de la escuela activa, se aprende motivado por impulsos, inclinaciones o tendencias naturales.

Estas tendencias las expresa el educando por cuatro necesidades:

- a) Su necesidad de curiosar, observar, experimentar por sí mismo en el mundo que le rodea
- b) Su urgencia innata de relacionarse con sus semejantes, darse a entender y comprender a los demás; y
- c) Su búsqueda de adaptación al medio

Di Franco, J. anota que “no es suficiente que el maestro se dé por satisfecho con solo presentar los conocimientos; debe preparar a sus alumnos de manera que noten algo, quieran algo, hagan algo, actúen y obtengan satisfacción personal por ello”. (1966, p. 6).

“Si para el profesor vale la pena enseñar, es posible que convenza al alumno de que vale la pena aprender”. Segmento extraído del documento “Motivación” de la Universidad de San Carlos (1972). Este documento muestra que el catedrático debe mostrar interés por sus alumnos a manera que ese interés sea recíproco. Para que los alumnos se interesen por el catedrático, deben conocerse las razones por las que estudian, verificar si sus intereses de aprender corresponden con los del profesor de enseñar.

2.20 El aprendizaje

Las instituciones y catedráticos persiguen un fin último que es el aprendizaje de los alumnos. Si no se alcanza dicho fin, la enseñanza carece totalmente de sentido.

El aprendizaje, es entendido como el proceso mediante el cual se inicia o se modifica el comportamiento por medio de la práctica. Se enfatiza en la aplicación de los conocimientos para su continuidad en la mente humana. Carin, A. y Sund, R. (1967).

Imagen 9

Conceptos básicos de funciones matemáticas en un meme



Fuente: <https://welele.es/post/182065440450/solo-los-matem%C3%A1ticos-de-antes-de-bolonia-lo>

La enseñanza es considerada como un proceso diferente y poco más complejo que la maduración del individuo y como el mero desarrollo de una conducta de adaptación que cambia y muta con las variadas demandas del ambiente físico, social y cultural por el que se mueve el estudiante.

El aprendizaje puede realizarse en tres grandes áreas:

- a) La cognoscitiva, que se relaciona con los procesos mentales e intelectuales,
- b) La afectiva, relacionada con las actitudes, sentimientos y valores; y
- c) La sicomotriz, que se refiere a las habilidades neuromusculares o físicas

El hombre se distingue por su capacidad de aprender y reaccionar ante los estímulos. Responde a ellos aplicando su experiencia, porque tiene la capacidad de manejar abstracciones y al impacto del estímulo, aplica un juicio o validación.

Es deducible entonces, que el proceso de aprendizaje puede representarse gráficamente y de manera sencilla, como un conjunto de interacciones entre el medio ambiente, que genera los estímulos y el hombre que los recibe a través de sus sentidos.

Se ha demostrado que el aprendizaje por experiencias directas acelera el proceso, aumenta la memoria y por consiguiente conduce a una mayor apreciación y entendimiento.

Son tres los pasos más importantes del aprendizaje:

1. Adquisición: Los nuevos conocimientos se adquieren de muy diversas maneras, entre ellas: la frecuencia o repetición, el acondicionamiento, la práctica o la deducción, la interacción social, la imitación, la identificación
2. Retención: Los nuevos conocimientos se retienen, más que todo por la necesidad y la aplicación
3. Reproducción: Los nuevos conocimientos se reproducen con la práctica y la transmisión de los mismos a los demás. Carin, A. y Sund, R. (1967).

2.20.1 Escenarios del aprendizaje

Existen una serie de circunstancias que pueden presentarse durante el aprendizaje, y que son esenciales para que éste se genere:

- a) Aprender haciendo: Si el estudiante no realiza actividades, no existe entonces el aprendizaje. No puede aceptarse como completo. Se requiere una práctica personal, así sea manejar una herramienta, maquinaria, la solución de una ecuación, la presentación de un tema ante el público o cualquier otra actividad

- b) Para aprender se debe estar preparado: La mayoría de las cosas, son aprendidas cuando el individuo tiene el deseo de aprender, cuando su curiosidad le mueve. El impulso de aprender varía entre cada individuo y está ligado a las condiciones que le rodean

- c) Todo nuevo aprendizaje va ligado al aprendizaje anterior: Todo lo que el ser humano aprende, lo hace vinculándolo con algo que conoce con anterioridad, que ha aprendido previamente. El aprendizaje inicial y previo, es el cimiento del aprendizaje posterior y la interrelación entre ambos amalgama todo lo que se adquiere posteriormente

- d) La satisfacción favorece la velocidad del aprendizaje: Las emociones y sentimientos, tienen un efecto positivo sobre el aprendizaje. El sentimiento de progreso es un estímulo para seguir aprendiendo. Para un progreso continuo, debe de mantenerse el interés y el deseo de aprender

- e) Es importante comprender lo que se está aprendiendo: Definitivamente, hablar de aprendizaje no es hablar de rutina, costumbre, destreza, o memorización. Para que se dé un correcto aprendizaje, debe entenderse lo que se hace y por qué se hace. Sund, R. y Trowbridge, L. (1969).

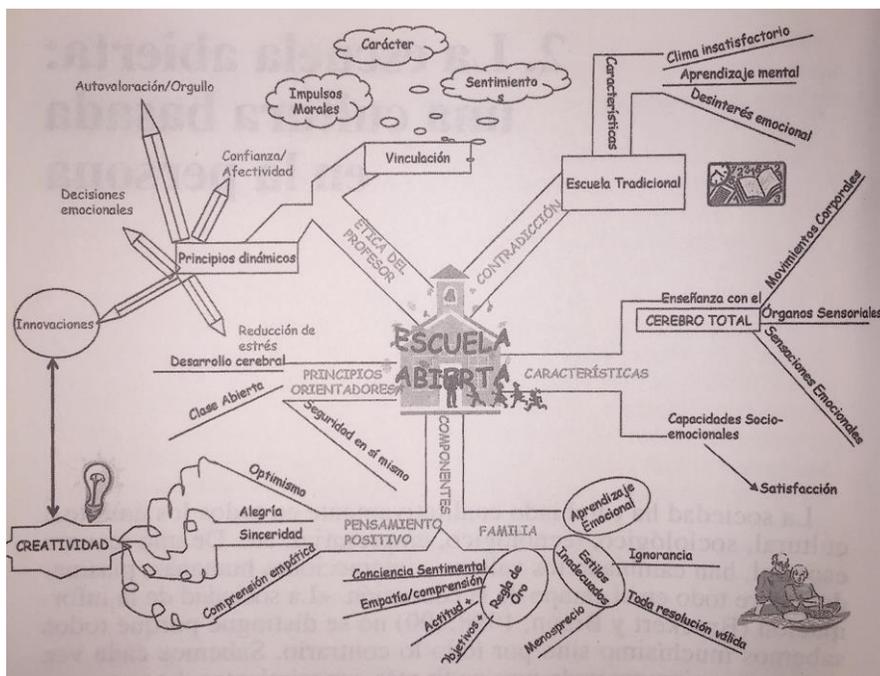
2.20.2 Principios del aprendizaje

De acuerdo a la experiencia y la investigación, se han identificado ciertos principios que influyen en la eficacia y rapidez del aprendizaje:

1. Prontitud o apresto: Disposición de un individuo hacia una acción en un momento determinado
2. Ejercicio: Práctica frecuente y apropiada para determinar el éxito del aprendizaje. Dicha práctica no es una simple repetición
3. Frecuencia: Mientras más veces se ejercite el alumno, mayor o más efectivo será el aprendizaje
4. Intensidad y vivacidad: Todo lo que causa una impresión o impacto emocional, influye en el aprendizaje. A mayor impacto más profundo el aprendizaje. La enseñanza debe evocar a los sentimientos
5. Novedad: Las ideas nuevas o raras atraen la atención y facilitan el aprendizaje. Por ello hay propensión hacia lo exótico. Se facilita la penetración del mensaje con el uso de nuevos elementos o formas de presentar las situaciones o las ideas. Síntesis y conceptualización son claves
6. Expectación: Lo inconcluso invita a la investigación, aumenta el interés y como consecuencia, el aprendizaje
7. Movimiento o cambio: Resulta atractivo para el aprendizaje cuando las cosas provocan o muestran actividad, esto lleva al estudiante por diferentes métodos y le genera actividad mental
8. Semejanza o contraste: Las personas aprenden más fácilmente por similitud o por oposición, que mediante relaciones sin sentido. Al enseñar, conviene establecer la similitud u oposición de las cosas nuevas relacionándolas con otras ya conocidas
9. Continuidad: Una sensación o idea, tiende a recordar otras experiencias que ocurrieron en estrecha proximidad con ella o en las cuales ella se basa. Bigge, M. y Hunt, M. (1970)

2.22 La escuela abierta: una cultura que se basa en la persona

Diagrama 4
La escuela abierta



Fuente: Peña, A. (2006)

2.22.1 “Aprender a aprender”: Dinámica del aprendizaje y rendimiento

Una de las ideas centrales del aprendizaje total que mencionan Märtin, D. y Boeck, K. (1997), es que no solo abarca la parte intelectual, sino también refiere a la intuición, emoción y acción en el proceso. Su objetivo central es enfocarse en el desarrollo de las capacidades intelectuales, creativas, emocionales y sociales del alumno.

Si se considera el aprendizaje como una experiencia total de la persona, se encuentra en el concepto de “flujo” un significado profundo de aprendizaje. Dicho término lo usó por primera vez el psicólogo de la Universidad de Chicago, Mihaly Csikszentmihalyi, para referirse al estado de rendimiento máximo.

2.22.2 La experiencia como situación de aprendizaje

En el análisis de la experiencia de aprendizaje se puede considerar una dimensión contextual y otra de aprendizaje.

- a) Dimensión contextual: Incluye las interacciones entre los distintos componentes que contribuyen a dar una configuración específica a la experiencia de aprendizaje. La implicación del alumno, será el indicador significativo y de calidad de la experiencia. Las situaciones de aprendizaje permiten crear estructuras nuevas como opiniones, patrones, expectativas, creatividad. Se genera un aprendizaje más significativo y vivencial
- b) Dimensión del aprendizaje: El aprendizaje, en su referencia a la actividad, comprende un contenido objetivo y uno subjetivo, vinculado con las necesidades y motivaciones del alumno en interacción con el entorno. Es entonces, un proceso activo que tiene lugar en el que aprende, es decir, un proceso de asimilación gracias a las acciones que se realizan. Peña, A. (2006)

2.22.3 El clima de aprendizaje en el aula participativa

“Facilitar el aprendizaje” consiste en liberar la curiosidad, desatar el sentido de indagación. Se debe encontrar un modo de desarrollar un clima en el sistema que no esté centrado en la enseñanza sino en la facilitación del aprendizaje. Peña, A. (2006).

2.23 Andragogía

Se ocupa de la educación y aprendizaje de la persona adulta y su práctica se basa en la participación en un proceso educativo horizontal. La horizontalidad se refiere a que, el catedrático y el estudiante, poseen características y cualidades similares tales como la edad y la experiencia. Dicha correlación cualitativa entre el profesor y el estudiante, permite a este último incrementar su razonamiento y juicio. Adam, E. (2001).

La andragogía considera que independientemente del nivel de desarrollo cognitivo de la persona adulta, ésta siempre genera una nueva actitud ante el reto educativo. No es lo mismo educar a niños y adolescentes, que hacerlo con adultos. Veroes, J. (2012).

2.23.1 Actitudes generadas en el adulto a través de la andragogía

- a) Aprecia la utilidad que tienen las nuevas experiencias
- b) Transforma las habilidades y destrezas, para aplicarlas a nuevas situaciones
- c) Utiliza convenientemente el proceso lógico y dialéctico del pensamiento
- d) Continúa su proceso de autorrealización
- e) Se integra positivamente al medio socio-cultural en donde se desenvuelve, incrementando su acervo cultural, profesional y social
- f) Es consciente de su rol en la sociedad y actúa como responsable activo en la solución de problemas nacionales

2.23.2 La tecnología también aporta al adulto

Según menciona García, E. (2013), la utilización de las TICs, enriquece la metodología de trabajo por medio de actividades y retroalimentación, así también las tutorías educativas que permiten distintos tipos de comunicación favorecidas por los avances tecnológicos.

La andragogía, permite al adulto participar activamente de su propio aprendizaje, interviniendo en la planificación, programación realización y evaluación de actividades educativas igualitarias con sus compañeros y el catedrático; todo esto, aunado un ambiente educativo adecuado, genera lo que se puede llamar una buena praxis andragógica. Ortiz, E. (2011).

2.24 Fundamentos psicopedagógicos

2.24.1 Enfoque cognoscitivista

Contrario al estudio de la influencia de factores externos sobre el aprendizaje de los sujetos, los cognoscitivistas se interesaron por estudiar los factores internos. Picado, F. (2001).

Estudiosos de los procesos internos del individuo durante el aprendizaje, el proceso de la información y cómo el hombre aprende (procesos internos) y almacena lo que aprende (memoria), han investigado qué elementos intervienen en el acto de conocer, Mc Gregor, F. (1997) y de qué manera se efectúa en la mente humana el procesamiento de la información. Enswistle, N. y Norman, D. (1987).

El cognoscitivismo se ha empeñado en estudiar de igual manera el pensamiento, el lenguaje, los actos, las percepciones y la cultura, entre otros campos.

Derivado de estos estudios, se tiene que el aprendizaje responde a una selección de percepciones.

2.24.1.1 Relatividad de las percepciones

Norman, D. (1987) y Galvis, A. (1990), mencionan que a las percepciones les corresponde la tarea de identificar y reconocer la información sensorial y para ello debe hacerse uso de los conocimientos previos memorizados.

Dichos conocimientos son comparados, estructurados y relacionados de algún modo con la nueva información. Los conocimientos previos y las representaciones que se tienen sobre el tema, facilitan la comprensión y se condiciona la memorización. Por lo que se concluye que no hay percepciones sin memoria. Picado, F. (2001).

2.24.1.2 La selectividad de las percepciones

Para el alumno, solo es posible concentrarse y prestar atención a lo que más le interesa o le es pertinente. Esto significa que las sensaciones son limitadas y se ven influenciadas por los

intereses. Por lo tanto, resulta indispensable usar imágenes selectivas. Norman, D. (1987) y Galvis, A. (1990).

Otro aspecto importante es la organización cuando se trata de percepciones. Cuando un profesor utiliza material didáctico visual y presenta los elementos del mensaje de manera organizada, la memorización y aprendizaje se ven facilitados.

El alumno, definitivamente, va a seleccionar y centrar su atención conscientemente en los aspectos que parecen ser los más útiles, los que le generen mayor interés y motivación.

Si el catedrático desea capturar la atención del alumno y va a utilizar un material visual, debe organizar los elementos de manera que el alumno no se confunda. Cuanto mejor organizado esté el mensaje, la información que se procesa y que posteriormente genera comunicación, será más efectiva. Picado, F. (2001).

Es posible que los alumnos recuerden algunos conocimientos, pero de modo mecánico, sin establecer las conexiones lógicas que les permitan organizar y estructurar el conocimiento.

Por lo tanto, es necesario que el catedrático emplee las estrategias necesarias durante el proceso de aprendizaje para que el estudiante comprenda, estructure, organice y almacene conocimiento duradero. De lo contrario, existe la probabilidad de que se olvide lo recibido. Si el alumno memoriza un concepto sin entender su significado mediante la conceptualización y síntesis del mismo, difícilmente podrá usarlo en la vida práctica. Picado, F. (2001).

3. Marco Metodológico

3.1 Método de investigación

La investigación se respaldó en una metodología descriptiva, definiendo la relación entre variables y los resultados de los fenómenos poco estudiados. Asimismo, fue una investigación aplicada de tipo mixta, cuya preponderancia está en el ámbito cualitativo.

En términos cualitativos: qué características de los memes utilizados fueron recordadas por una específica cantidad de individuos dentro de la muestra, siendo estas características: el texto y la imagen. Además de la connotación percibida por los individuos evaluados.

Desde el punto de vista cuantitativo, cuántos individuos de la muestra lograron recordar un meme en específico o cualquiera de sus características.

3.1.1 Hipótesis de trabajo

Se define hipótesis de trabajo a la hipótesis de la investigación, y son proposiciones tentativas acerca de las relaciones entre las variables.

Dependiendo de la investigación, las hipótesis de trabajo pueden ser:

- a) Descriptivas de un valor o dato pronosticado
- b) Correlacionales
- c) De diferencia de grupos
- d) Causales. Hernández, R. (2009)

La hipótesis planteada en esta investigación, ha fungido únicamente como guía en el ámbito cualitativo, pues no se ha utilizado un tratamiento estadístico para su validación.

H_i: El meme es un recurso digital efectivo de comunicación y transmisión de información, pues mejora el aprendizaje de conceptos de clase.

La anterior hipótesis, se ha trabajado como descriptiva univariante y no como correlacional, pues desde un inicio se plantea como una afirmación. El grupo mediante el cual se realizó la investigación se mantuvo constante (105 alumnos), por lo que se apoya en lo que algunos investigadores, según Hernández, R. (2009), consideran válido.

3.1.2 Variables evaluadas

Variables comunicacionales entre meme y alumnos:

- a) Comunicación generada
- b) Información transmitida
- c) Efectividad del meme en términos cualitativos
- d) Efectividad del meme en términos cuantitativos

Variables educativas en relación a los alumnos:

- e) Aprendizaje del concepto
- f) Refuerzo del concepto aprendido con anterioridad
- g) Percepción del meme como herramienta educativa y de aprendizaje.

La efectividad se entiende como el cumplimiento en la enseñanza del concepto correcto a los alumnos que formaron parte del estudio.

3.1.3 Criterios para el análisis y evaluación del comportamiento de las variables

1. Recordación de la imagen del meme.
2. Recordación del código lingüístico del meme.
3. Recordación tanto de imagen como de código lingüístico del meme.
4. Aprendizaje y comprensión parcial o total del concepto transmitido por el meme, en los alumnos.
5. Refuerzo conceptual visto en clase y que se transmitió a través del meme a los alumnos.

3.2 Objetivos

General

- Determinar la efectividad comunicacional del meme como herramienta y apoyo digital, mediante la síntesis y conceptualización.

Específicos

- Validar si el mensaje sintetizado y conceptualizado, fue percibido correctamente por los sujetos de estudio en un ambiente educativo.
- Analizar la efectividad de la imagen de los memes utilizados en el proyecto de investigación.
- Identificar la efectividad del uso del código lingüístico de los memes utilizados en el proyecto de investigación.

3.3 Herramientas de medición

3.3.1 Técnica

Para la investigación, se utilizaron las siguientes técnicas:

Observación: parte del proceso investigativo, requirió observación en el aula, con el fin de verificar si el catedrático utilizó el meme de manera sintetizada y conceptualizada con la información a transmitir y si los alumnos captaron dicha información de manera adecuada.

Encuesta: mediante la interacción con alumnos y catedráticos involucrados en la investigación, se recopiló información en referencia a la connotación percibida de los memes presentados y la memorización del texto o la imagen de estos.

Focus Group: mediante esta herramienta, se procedió a conocer las opiniones, actitudes y opciones de mejora que propusieron tanto catedráticos como alumnos. Se realizó en grupos de 4 personas, compuestos por estudiantes.

Entrevista: realizada a cada uno de los catedráticos involucrados, posteriormente a la fase experimental acaecida en clase.

3.3.2 Instrumentos

Se utilizó una guía de observación, para obtener la información pertinente, la cual se adjunta como Anexo 1. Guía de observación dentro del aula.

Con alumnos se realizó una encuesta posteriormente de haber sido utilizado el meme. Una batería de 10 preguntas simples, abiertas y cerradas que arrojarán datos referentes a las variables a investigar. Anexo 2. Encuesta a alumno.

El *Focus Group*, cuya guía se muestra en el Anexo 4. Guía de *focus group*, se realizó mediante reuniones presenciales en las que se recolectó la información necesaria.

En total se realizaron 8 grupos focales, cada grupo constó de 4 participantes, los cuales, con apoyo del investigador y un moderador asignado por grupo, debieron resolver 9 interrogantes, luego de realizadas las clases magistrales y los talleres.

Derivados de estos grupos focales, se obtuvieron las respuestas que se presentan englobadas en los 6 puntos generales de opinión, de la Infografía 4: Opiniones de alumnos luego de la experimentación.

De dicha actividad se muestran fotografías en la sección 4.4, imágenes 19 y 20 respectivamente. Los audios de los grupos focales, pueden encontrarse en la carpeta: Audios *Focus Groups*, dentro del *CD* anexo a esta investigación.

Las entrevistas se realizaron a cada uno de los catedráticos involucrados, posteriormente a la fase experimental acaecida en clase. Anexo 3. Entrevista a catedrático.

Dicha encuesta constó de 10 preguntas abiertas que buscaban conocer su apreciación del curso que imparte, la comunicación con sus alumnos, utilización de herramientas digitales, utilización de memes para enseñar, su percepción ante la utilización del meme como transmisor de información conceptual para el aprendizaje de sus alumnos y su opinión respecto al proceso de experimentación.

Las entrevistas fueron grabadas en audio únicamente, y sus transcripciones se encuentran al final de esta investigación en el apartado de Anexos, como Anexo 5. Entrevistas a catedráticos. Asimismo, los audios de las entrevistas, pueden encontrarse en la carpeta: Audios Entrevistas, dentro del CD adjunto a la investigación.

Posteriormente de realizadas las entrevistas a los catedráticos, se procedió a crear las infografías que abarcaron las opiniones dadas por los profesionales. Dichas infografías se encuentran en la sección 4.8 Los entrevistados.

3.3.4 Universo

Estudiantes y catedráticos de primer y segundo año de Publicidad, del segundo semestre de las jornadas vespertina y nocturna, en la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

3.3.5 Muestra

$N = 124$ (Obtenida mediante Control Académico ECC, USAC)

$Z\alpha = 1.96$ (con 95% de confianza)

$p = 0.5$ (proporción esperada de 50%)

$q = 1 - p = 0.5$

$d = 0.05$ (precisión de 5%)

$$n = \frac{N * Z\alpha^2 * pq}{d^2 * (N - 1) + Z\alpha^2 * pq} \quad n = \frac{124 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (124 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} \quad n = 94$$

De un total de 124 estudiantes, se tomó una muestra aleatoria de 94 personas con una proporción del 50% y una precisión del 5%.

4. Análisis e interpretación de resultados

4.1 Introducción

En el siguiente apartado, se presentan los resultados obtenidos en el proceso de investigación. El mismo, se llevó a cabo mediante encuestas, clases magistrales, grupos focales y talleres con estudiantes de la carrera técnica de publicidad.

El estudio de campo fue apoyado de manera conjunta por catedráticos, que permitieron que el experimento se llevara a cabo, mediante el cual se recopiló información de suma utilidad para el análisis y validación de la hipótesis planteada, así como el alcance de los objetivos de la exploración.

En principio, se buscó determinar si el meme funciona como una herramienta digital de comunicación, mediante la síntesis y conceptualización; asimismo si dicho concepto fue entendido y absorbido por la población de estudio.

Se responde también al cuestionamiento: ¿es el texto del meme lo más recordado o acaso la imagen tiene mayor peso al momento memorizar el contenido?

Dentro de los datos cualitativos, podrá usted conocer las opiniones tanto de catedráticos y alumnos que fueron parte del proceso experimental y la resolución final de esta innovadora investigación.

Se presentan las actividades realizadas y algunos de los datos obtenidos, no obstante, al final del capítulo se presenta un resumen de estos, para facilidad de comprensión. Dichos datos pueden ser de utilidad para nuevas investigaciones y campos de desarrollo de la comunicación. Los nuevos y potenciales profesionales, pueden ser artífices de información que respalde, amplíe e incremente el conocimiento del meme.

4.2 Clases magistrales interactivas

Se elaboró una ronda de clases magistrales con alumnos de Publicidad II, donde se crearon memes específicos para cada una de las secciones, de acuerdo a los temas tratados con anterioridad por sus catedráticos. Se eligió de esta manera para que el meme sirviera como herramienta digital de apoyo para reforzar ciertos conceptos del curso, los cuales se amplían en los apartados 4.3 y 4.5.

Imagen 10

Explicación de meme en clase



Fuente: Propia.

Imagen 11

Discusión del meme en clase



Fuente: Propia.

Imagen 12

Catedrático invita al análisis del meme



Fuente: Propia.

Imagen 13

Participación de alumnos durante la clase



Fuente: Propia.

Las opiniones fueron variadas; desde comentarios positivos como “una clase interactiva y diferente” hasta negativos tales como “los memes no deberían ser utilizados para dar clase”. Sin embargo, en su mayoría, tanto catedráticos como alumnos concuerdan en que el meme como tal, sirve como herramienta de apoyo y es mucho más fácil recordar el concepto transmitido.

Dichos comentarios, plasmados en las encuestas realizadas, concuerdan con lo planteado por De Fleur, M. en 1975, donde menciona que los perceptores, en este caso los alumnos, buscarán el canal de comunicación que menor esfuerzo les requiera para entender e interpretar el mensaje que están recibiendo. Asimismo, los canales audiovisuales, permiten el avance de la comunicación de masas, es decir, la clase a la cual fueron aplicados los memes.

Mientras que Sarramona, J. (1988), también apoya la adecuación del mensaje como elemento esencial en el proceso de comunicación educativa, de acuerdo a la manera en la que el estudiante aprende. Esta adecuación hace énfasis en el trabajo que debe realizar el catedrático para trasladar el mensaje a sus alumnos.

En consecuencia, esto lleva a observar cierta eficacia del meme en el proceso educativo, si la imagen o imágenes utilizadas, tienen relación con el común cultural de la clase, tanto desde el punto de vista social como cognitivo y si en caso se utilizase texto, si éste funciona como anclaje o relevo de la imagen, tal como lo explica Barthes.

4.3 Talleres como refuerzo conceptual

Continuando con la fase experimental, se realizaron talleres con las jornadas vespertina y nocturna de Publicidad IV. De la misma manera que con las clases magistrales, se realizaron memes específicos para estas secciones los cuales se muestran en las páginas siguientes, cubriendo temas como:

- a) puestos en la agencia publicitaria
- b) el papel de un ejecutivo de cuentas
- c) arquetipos de marca
- d) planteo del objetivo publicitario,

con la diferencia que la participación y el proceso de enseñanza fue guiado por el investigador.

Los alumnos participaron en una actividad del taller, donde se les presentó un meme predeterminado y ellos elaboraron sus propios memes, creando diferentes propuestas,

cumpliendo con el objetivo principal: mantener el concepto del tema, pero variando la imagen y texto del meme original. Luego dichos memes fueron presentados frente a la clase.

Los memes que se presentan a continuación fueron realizados de manera premeditada, con el objetivo de enganchar con los alumnos de acuerdo a las tendencias mediáticas del momento de la actividad.

El meme que se muestra a continuación, se utilizó a manera de introducción. La imagen es un dibujo animado de George Harrison, integrante de la famosa banda musical *The Beatles* y cuya caricatura se popularizó entre los jóvenes, por la frase que dicho personaje menciona en la serie *The Simpsons*: “que agradable sujeto”. En el contexto de la investigación, dicha frase refiere al investigador al momento de realizar el taller.

Imagen 14

Meme introductorio al taller



Fuente: Propia.

El catedrático presentó al investigador, dio la introducción al taller, explicando el contenido, dinámica y tiempo que duraría el mismo.

Imagen 15
Explicación inicial del taller



Fuente: Propia.

Tal como se mencionó con anterioridad, los alumnos participaron en la creación de memes durante la clase. Utilizaron sus celulares y creatividad para desarrollar nuevas propuestas. Con dicha actividad se reforzó la memorización, conceptualización y penetración del meme en la mente de los estudiantes.

Imagen 16
Alumnos presentando propuestas de memes elaborados en clase



Fuente: Propia.

Por solicitud del catedrático, se tocó el tema de Arquetipos de Marca, por lo que se diseñó un meme específico para presentar a los alumnos.

Imagen 17

Explicación de Arquetipos de Marca a través de memes



Fuente: Propia.

Imagen 18

Creación de memes referentes a Arquetipos de Marca



Fuente: Propia.

4.4 Grupos focales

Se logró trabajar mediante grupos focales, con lo cual se obtuvo una comprensión más amplia de lo que los alumnos captaron en términos de: educación, mensaje, conceptualización, penetración, y recordación de cada meme, englobando estas características en el término: impacto comunicativo y cognitivo del meme.

El impacto comunicativo y cognitivo de los memes, se midió mediante encuestas realizadas a cada alumno y cuyos resultados se muestran en la Tabla 1: Datos por catedrático, sexo y sección, la cual se encuentra en las páginas siguientes.

Mediante el trabajo de 32 personas divididas en 8 grupos, se logró recopilar mayor información y comentarios importantes, dicha información resultó ser repetitiva en varios grupos y estudiantes, por lo que se encuentra resumida en la Infografía 4: Opiniones de alumnos luego de la experimentación, del apartado 4.7 de esta investigación.

Imagen 19

Grupo focal realizado en clase



Fuente: Propia.

Imagen 20

Estudiantes dando su opinión sobre el taller



Fuente: Propia.

4.5 Ejemplos de los memes utilizados

En los talleres y clases magistrales experimentales, se utilizaron distintos memes, los cuales fueron diseñados y creados de acuerdo a las especificaciones de cada curso, temas y sugerencias de los catedráticos titulares.

Dentro de los temas solicitados por los catedráticos, figuraron:

- a) El *brief* publicitario
- b) El Ejecutivo de Cuentas
- c) Las cuentas
- d) La agencia de publicidad
- e) Comunicación en la agencia
- f) Creatividad
- g) Arquetipos de marca
- h) Grupo objetivo
- i) Consumidores por generación

4.5.1 Diseño y elaboración de los memes.

Los memes fueron diseñados desde cero por el investigador y presentados al catedrático titular. Elaborados concretamente para los cursos de Publicidad II y IV, creados bajo un proceso enfocado a la enseñanza y transmisión de información a los alumnos:

1. Elección del tema a presentar en el meme.
2. Definición de concepto bajo el tema a presentar.
3. Selección de imágenes que en el momento de la realización del taller se encontraban en apogeo en la red, es decir, imágenes en tendencia.
4. De acuerdo al concepto y tema, se definió si era necesaria la utilización de algún texto de refuerzo.
5. Se realizó una aprobación previa por parte del catedrático.
6. Se presentaron los memes en clases magistrales y talleres realizados.

Contenían información del curso y tenían por objetivo, transmitir, sintetizar, reforzar, recordar y fijar en la mente de sus alumnos, los conceptos que los catedráticos debían impartir.

Estos son algunos de los memes utilizados en la fase experimental:

Imagen 21

Meme sobre puestos en una agencia publicitaria



Fuente: Elaboración propia.

Imagen 22

Meme referente a cuentas de agencia



Fuente: Elaboración propia.

Imagen 23

Meme referente a Arquetipos de Marca



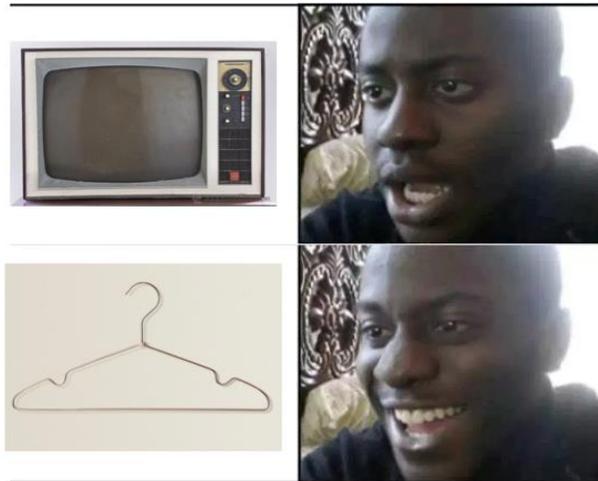
Fuente: Elaboración propia.

La elaboración específica de los memes para cada uno de los cursos, resultó de provecho para los catedráticos que, en las entrevistas realizadas, mencionan la facilidad con la que lograron transmitir los conceptos, la apertura de los alumnos al aprendizaje, la nueva valoración del meme como un recurso educativo y lo sencillo que puede ser la enseñanza, de acuerdo al tema que se desea impartir.

A continuación, se muestran algunos de los memes creados para las diferentes generaciones. Dichos memes fueron entendidos por sus grupos objetivos y por individuos que, a pesar de no pertenecer a la generación objetivo, lograron comprender el concepto debido a la interacción cultural con personas del grupo al que se quería alcanzar.

Imagen 24

Meme creado para generación *Baby Boomer*



Fuente: Elaboración propia.

Imagen 25

Meme diseñado para Generación X



Fuente: Elaboración propia.

4.6 Datos cuantitativos

Para la obtención de esta información, se realizaron varias preguntas en relación a las clases y talleres recibidos las cuales se encuentran en el Anexo 2: Encuesta a alumno, no obstante, los cuestionamientos relevantes se muestran a continuación:

- a) ¿Tienes en mente si tu catedrático utilizó algún meme para dar su clase?
- b) ¿Qué es lo que más recuerdas del meme que viste en clase?
- c) ¿Puedes explicarme qué entendiste del meme que recuerdas?
- d) ¿El meme te ayudó a reforzar el conocimiento o concepto que necesitabas entender?
- e) ¿El meme ha funcionado como herramienta de comunicación entre el profesor y alumnos?
- f) ¿Las cátedras son más entendibles o ciertos conceptos más fáciles de absorber cuando se utilizan memes?

Las respuestas a las preguntas a), b) y c) fueron comparadas con las respuestas de los cuestionamientos d), e) y f). Esto debido a que las primeras tres fueron revisadas por el investigador y las tres últimas son percepciones del alumno.

La validación se realizó cruzando la descripción y percepción de los alumnos, con el concepto real determinado entre catedrático e investigador. Si el concepto fue explicado correctamente en la encuesta, se dio por válido el alcance comunicacional y educativo.

La respuesta a la pregunta del inciso b), refirió al impacto que tiene el texto o la imagen del meme en la mente de los alumnos.

Las respuestas a las preguntas d), e) y f) se validaron mediante la aprobación previa de memorización de la imagen, texto y/o concepto de los incisos b) y c).

La tabla siguiente muestra los datos cuantitativos, porcentuales y comparativos de resultados obtenidos mediante la encuesta del Anexo 2.

Los resultados y su análisis se resumen en las Infografías 1, 2 y 3 de las siguientes páginas.

Tabla 1

Datos por catedrático, sexo y sección

Datos segmentados por clase		Hombres	Mujeres	% Hombres	% Mujeres	Total alumnos	Proporción Alumnos
Lic. Alejandro Solares	Recuerdan la imagen	7	9	15.56%	20.00%	45	42.86%
	Recuerdan el texto	0	1	0.00%	2.22%		
	Recuerdan ambos	11	15	24.44%	33.33%		
	No recuerdan nada	1	1	2.22%	2.22%		
	Concepto correcto	11	13	24.44%	28.89%		
	Concepto a medias	4	1	8.89%	2.22%		
	Concepto poco	1	5	2.22%	11.11%		
Concepto nada	3	7	6.67%	15.56%			
Lic. Juan Chavez	Recuerdan la imagen	4	1	22.22%	5.56%	18	17.14%
	Recuerdan el texto	0	0	0.00%	0.00%		
	Recuerdan ambos	5	4	27.78%	22.22%		
	No recuerdan nada	4	0	22.22%	0.00%		
	Concepto correcto	3	5	16.67%	27.78%		
	Concepto a medias	2	0	11.11%	0.00%		
	Concepto poco	3	0	16.67%	0.00%		
Concepto nada	5	0	27.78%	0.00%			
Lic. Franky Oroxón	Recuerdan la imagen	10	4	23.81%	9.52%	42	40.00%
	Recuerdan el texto	0	0	0.00%	0.00%		
	Recuerdan ambos	11	16	26.19%	38.10%		
	No recuerdan nada	1	0	2.38%	0.00%		
	Concepto correcto	6	10	14.29%	23.81%		
	Concepto a medias	3	4	7.14%	9.52%		
	Concepto poco	1	1	2.38%	2.38%		
Concepto nada	12	5	28.57%	11.90%			

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2

Datos consolidados derivados de las encuestas

Datos generales		Hombres	Mujeres	% Hombres	% Mujeres	%General	Total alumnos
Totales	Recuerdan la imagen	21	14	20.00%	13.33%	33.33%	105
	Recuerdan el texto	0	1	0.00%	0.95%	0.95%	
	Recuerdan ambos	27	35	25.71%	33.33%	59.05%	
	No recuerdan nada	6	1	5.71%	0.95%	6.67%	
	Concepto correcto	20	28	19.05%	26.67%	45.71%	
	Concepto a medias	9	5	8.57%	4.76%	13.33%	
	Concepto poco	5	6	4.76%	5.71%	10.48%	
	Concepto nada	20	12	19.05%	11.43%	30.48%	
	Muestra	54	51				
	Proporción	51.43%	48.57%				

Fuente: Elaboración propia.

4.7 Lo que dicen los resultados

Infografía 1

Resultados generales de 105 alumnos encuestados



Fuente: Elaboración propia.

Aplicando lo que menciona Picado, F. (2001), el mensaje y la forma en que se expresa, constituye una sola unidad, es por eso que el meme bien sintetizado y con el contenido educativo fácilmente visible, generó que los alumnos consiguieran captar la información de manera inmediata.

El meme impactó visual y conceptualmente al cumplir con los requisitos de comunicación educativa que menciona el teórico:

- Motivó la discusión en clase
- Persuadió a los estudiantes a buscar una serie televisiva con el objetivo de comprender los arquetipos de marca.
- Inculcó de manera creativa, el deseo de aprender por parte de los alumnos.
- Actuó como canal facilitador, ya que la decodificación e integración de la información se adaptó al nivel comprensivo de los alumnos.

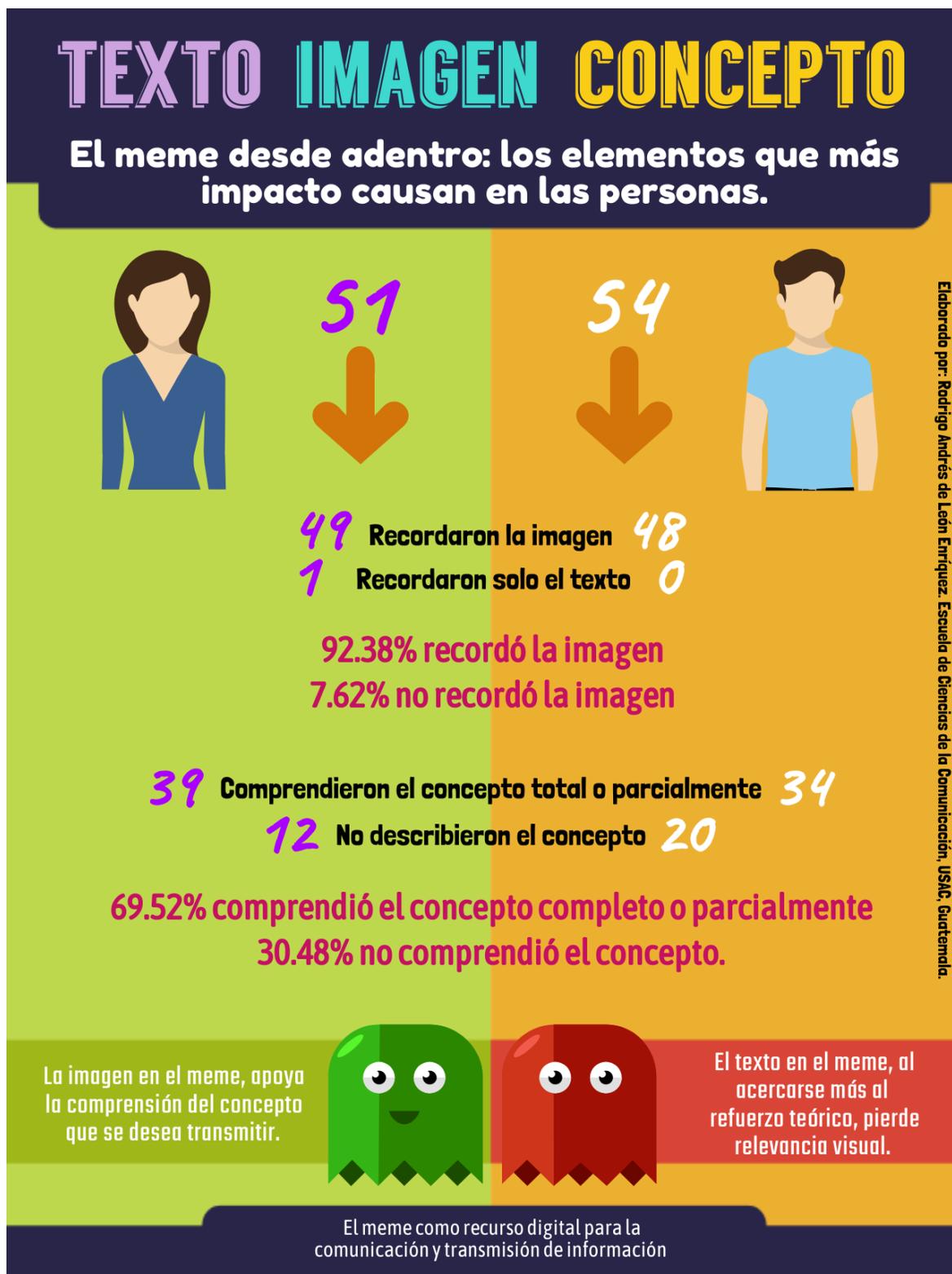
Haciendo uso del “Lenguaje Total” que menciona Gutiérrez, F. (1975), en el proceso de investigación y experimentación, se transmitió conocimiento con mayor rapidez, esto a través del meme como herramienta digital, con lo cual se generó relación e interacción, derivado que los jóvenes son mucho más adaptados al lenguaje de las imágenes.

“Solo existe educación auténtica en el momento en el cual el alumno llega a ser dueño de su propia expresión.” Gutiérrez, F. (1975).

Basado en la aseveración anterior, el meme logró dicho objetivo en el involucramiento creativo del alumno. Despertó el interés de generar nuevo contenido en el taller, mediante la creación de memes propios que mantuviesen el concepto solicitado por el catedrático.

Infografía 2

Características del meme, que más impactaron en los alumnos



Fuente: Elaboración propia.

La imagen es un lenguaje con más riqueza que el verbal, esto debido a que puede transmitir un máximo de signos en un tiempo corto. Los jóvenes, son partícipes de esta nueva literatura y tal como lo menciona Gutiérrez, F. (1975), esta generación está pensando como sueña: en imágenes.

El impacto visual del meme se apoyó en la afirmación de Gutiérrez, F. (1975), que las nuevas generaciones no son como las anteriores; generaciones que aprendían con cátedras y textos, en su mayoría. Lo que se refleja en el 92.38% de personas que recordó la imagen.

Apegándose a la teoría propuesta por Stones, E. (1972), el catedrático debe aprender a transmitir el conocimiento. Explicar con memes, se basa en el principio de entender a los alumnos no solo como unidades individuales sino como un colectivo cultural, logrando entonces que los alumnos aprendan y que aprendan bien.

El meme entonces, funcionó como un lenguaje icónico y a pesar de que ofreció formas diversas de interpretación, la mayor parte de los alumnos captó el concepto total o parcialmente (69,52%). El meme evoca a los sentimientos y experiencias, por lo que el impacto causante en la mente de los alumnos, es aún más efectivo.

El alumno se concentra en lo que le interesa, en lo que sentimentalmente influencia su mente, por lo que resulta indispensable utilizar material didáctico audiovisual, es decir imágenes selectivas dentro de los memes, con el objetivo de, como mencionan Norman, D. (1987) y Galvis, A. (1990), facilitar la memorización y aprendizaje.

La importancia de crear el meme de acuerdo al colectivo de la clase, evita que el alumno memorice el concepto sin entender el significado y por ende no lo ponga en práctica en su vida cotidiana, tal como explica Picado, F. (2001).

“Así como el libro revolucionó la cultura occidental, una revolución más profunda y sobre todo más rápida se está realizando a través de la micro tecnología de la comunicación.” Gutiérrez, F. (1975).

Infografía 3

Impacto educativo del meme en los alumnos

El meme desde afuera:

Su importancia en la comunicación e impacto en la enseñanza-aprendizaje.



El impacto académico del meme, se ve reflejado en las aulas. Esto mediante su utilización en la conceptualización y síntesis de ciertos temas.

El estudio realizado con 105 alumnos, en 3 secciones distintas, presenta los siguientes resultados:



92.4%

Afirma que el meme funcionó como herramienta de comunicación.



84.8%

Demuestra una mayor facilidad en entender el concepto.



83.8%

Reforzó el concepto que ya tenía sobre el tema.



Elaborado por: Rodrigo Andrés de León Enríquez. Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC, Guatemala.

Fuente: Elaboración propia.

En términos de comunicación digital y colectiva, De Fleur, M. (1975), explica que el receptor selecciona los canales de comunicación que menor esfuerzo le generan para recibir el mensaje, canales que llaman su atención, en este caso el meme, el cual despierta las necesidades de personalidad de los alumnos.

Wilbur Schramm, afirma que la comunicación colectiva, como en la clase y los talleres impartidos, depende de la tecnología moderna para que se realice efectivamente. En este caso los alumnos interpretaron e informaron a manera de discusión con su grupo lo percibido del mensaje a través del meme. Schramm, W. (1964).

Para los alumnos fue sencillo entender o reforzar el concepto, esto debido a que se dejan llevar por lo que los medios les hacen sentir y vivir, estando en la era de la imagen, utilizan un lenguaje emotivo, instantáneo y universal como el meme. Es un hecho que, tal como apoya Gutiérrez, F. (1975), la imagen es mucho más poderosa que los textos.

El hecho de que el 92.4% de los alumnos, afirme que el meme sirvió como herramienta de comunicación, refiere a los estudios de Piccini, M y Nethol, A. (2007), que se basan en el estímulo respuesta (E-R) dentro de la comunicación con el objetivo de provocar reacciones. En el caso de la investigación, el estímulo se refiere a la utilización de memes como tal y la respuesta lleva a la memorización y entendimiento del concepto por parte del alumno.

La comunicación regresa a su origen pictórico y por lo tal evoluciona en forma de meme, Rodríguez, D. (2013), teniendo un auge en el mundo virtual creciente.

Debido a que algunos alumnos ya tenían cierto conocimiento de los conceptos transmitidos, el 83.8% concuerda en que el meme le sirvió para reforzar lo que habían aprendido parcialmente. Esto demuestra también que el contenido textual del meme puede trascender y educar, generando nuevo contenido informativo, tal como lo expone Arango, L. (2014).

Al alcanzar el objetivo comunicativo, se abarca la pedagogía de Ball, R. (1972), con lo cual se sustenta que el éxito de las aulas en términos de comunicación utilizando memes, no es

realmente el procedimiento o el medio, sino el logro del objetivo como tal, siendo este, la comprensión del concepto transmitido. Un 84.8% interesante hablando en términos educativos.

Como cierre a estos datos, se recuerda lo mencionado por Parker, D. (1966), que el profesor debe preguntarse si sus alumnos realmente aprendieron. No juzgando la calidad de la enseñanza por el número de clases impartidas o libros leídos, sino por el cambio en la mente y actitudes de sus alumnos, tal y como se verá en la infografía 4, donde se conocen las opiniones de los jóvenes respecto a la práctica de la investigación.

Infografía 4

Opiniones de alumnos luego de la experimentación



Fuente: Elaboración propia.

La infografía 4 presenta un resumen de las opiniones comunes y más parecidas entre los estudiantes. Debido a la cantidad de respuestas, se optó por concatenarlas en 6 grupos.

Estudiantes, dieron su retroalimentación luego de la clase magistral o taller recibido, mediante encuestas y grupos focales, donde se obtuvieron opiniones relevantes en la investigación.

Derivado de las actividades en la investigación, se tuvo participación directa de alumnos, con lo cual las relaciones comunicativas entre catedráticos y estudiantes, permitió el éxito del aprendizaje. Tal como mencionan Piccini, M. y Nethol, A. (2007), usar los memes en clase, como un proceso de comunicación alternativa, se admite como una forma de educación y conocimiento, por estar vinculados a una situación de enseñanza-aprendizaje.

En términos de “pedagogía del lenguaje total”, el meme ofreció al alumno la oportunidad de expresarse de manera plena al crear sus propias propuestas. Tal y como explica Gutiérrez, F. (1975), se convirtió al meme en un agente de expresión y creatividad y no meramente un medio de comunicación e instrumento de información. Es por esto que los alumnos opinan que el meme es una herramienta digital que funciona como alternativa de comunicación y enseñanza. Una nueva manera de aprendizaje, transmitiendo conocimiento con mayor rapidez.

Innovador, fue uno de los adjetivos comunes en la utilización de memes durante las aulas. Esto se apega a la teoría de formas no clásicas de enseñanza, motivando a nuevas posibilidades del acto de aprendizaje. Usar imágenes que se vinculan al contexto social, con fines educativos (memes), pone en manos del catedrático y alumnos, nuevas y mejores condiciones comunicativas que salen de la rutina y usos exclusivos de medios tradicionales. Tal como lo menciona Mc Luhan, M. (1996): “Cada medio de comunicación, si sus condiciones se aprovechan adecuadamente, revela y comunica un aspecto único de la realidad.” Así también apoyan dicha práctica Sund, R. Y Trowbridge, L. (1969), quienes, en aquel año, ya apoyaban una enseñanza que estimulase la creatividad, donde afirman que memorizar sin comprender no es aprender.

Al consultar a los alumnos, por qué el meme les sirve como referente, mencionan que las imágenes presentadas en los talleres y clases magistrales, les connotan al concepto nuevo aprendido o reforzado, esto, en términos semiológicos, al significado nuevo que posee el meme para ellos. Dicha aseveración, según Barthes, R. (1997), se debe a que la imagen juega un papel importante por su cualidad denotativa y connotativa. La imagen para el teórico, podrá ser siempre interpretada y dependerá del contexto tanto del comunicador y receptor, es decir catedrático y alumno.

Para los alumnos, la fase experimental también fue memorable y diferente, esto debido a que recuerdan imágenes, texto y conceptos, tal como se observa en los resultados de las infografías 1, 2 y 3. Dicha memorabilidad y diferenciación de la clase, estriba en lo que mencionan Piccini, M. y Nethol, A. (2007) en sus estudios; donde debe ser prioridad asimilar los procesos educativos en formas de comunicación diversas y adecuarse a las necesidades del grupo de trabajo, a las competencias culturales y al nivel de conciencia que poseen en un momento determinado. Gutiérrez, F. (1990) menciona en sus páginas, que la escuela es inhibidora de la mente creadora y que cuando la clase es aburrida, lo único que se aprende es a aburrirse.

El meme es fácil y divertido según los alumnos, porque procura la retención de conceptos. Una de las características del meme es la síntesis y conceptualización. Se vuelve divertido ya que aprovecha coyunturas, tendencias naturales y colores que atraen la atención. Tal como menciona Rodríguez, D. (2013), se mueve de manera poderosa al coincidir con un sistema de creencias en el colectivo social. Al buscar provocar emociones, tales como risa, enojo, molestia o empatía, le es útil al alumno, por lo que éste al compartirlo refuerza las conexiones comunicacionales con el catedrático.

Ya lo mencionan también Sund, R. Y Trowbridge, L. (1969), que la enseñanza se hace más eficiente y divertida cuando los estudiantes enfrentan situaciones nuevas donde deben experimentar.

Además de lo anterior, los memes utilizados se valieron de la imaginación, creatividad, jocosidad, persuasión, influencia cultural y buscaron la memorabilidad en todo momento. Siendo todas estas, características del meme, planteadas por Rodríguez, D. (2013) y Blackmore, S. (2000).

Facilita la comprensión del tema y genera debates, porque el estudiante está inmerso en las nuevas tecnologías de comunicación e información TICs, donde diariamente interactúa con este tipo de mensajes y canales de comunicación. Abordaron temas que son tendencia en redes sociales, el meme por sí mismo es tendencia no por el contenido sino por la forma en que se expresa.

4.8 Los entrevistados



Alejandro Solares

Elaborado por: Rodrigo Andrés de León Enríquez. Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC, Guatemala.

Publicidad 2

Catedrático de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, imparte actualmente el curso de Publicidad 2 para la jornada nocturna. Profesional del área creativa, participa también como parte del equipo de Laboratorio de Ideas, agencia de publicidad donde estudiantes realizan piezas creativas para diferentes empresas al tiempo que se vuelven expertos en un ambiente educativo.

Opina

¿Qué es lo que más le gusta del curso que imparte?

"Hablar de publicidad para mí, me gusta mucho... ..en algún momento les comparto experiencias con clientes reales, instituciones. Me gusta mucho el curso en general, enseñarles a hacer desde una estrategia hasta un diseño, para que conozcan todo el proceso de comunicación."

¿Cree que hay más participación que con una clase convencional o con un gif, con un video o existe algún tipo de participación más visible?

Como yo lo veo, es que, es bueno interactuar entre los tipos de contenido, o sea, no es la misma participación cuando estoy explicando algo referente a publicidad cuando pongo un video, que cuando pongo un meme. Cada contenido va a generar una reacción distinta. O sea, no es que uno sea mejor que otro, sino que la clave está en saber utilizarlo en cada momento, porque son complementos. Una clase en mi perspectiva debería de tener esa interactividad de que estoy explicando algo muy académico y de pronto coloco un video para ejemplificar o para poner la ejecución de lo que estoy explicando, luego un meme para despertarles el interés, que ellos me hablen, me pregunten.

"El meme funciona como herramienta de comunicación. Se complementa con todo el contenido y genera interacción como se mencionó anteriormente."

"Los que usé, son de EL FE0, que son memes que hace del contexto de agencia de publicidad, que tienen que ver con el ejecutivo de cuentas, el creativo, el cliente."

"Pueda ser que sí algunos contenidos, sean entendibles a través del meme, pero definitivamente son memes que uno mismo debe de fabricar"

"Siempre hay una respuesta, casi siempre es el humor, la risa, los despierta un poco, siempre hay una actitud positiva a eso porque la gente se divierte."

Sobre la investigación

"Había gente muy activa, compartiendo, explicando, interactuando. Yo considero que tu investigación es muy buena, diferente, algo que no había visto acá en la escuela y que considero que será un muy buen aporte, porque nadie había abordado el tema y aplicado directamente a la academia. Me parece muy bonito, interesante el tema y que bueno que lo estás desarrollando."

Fuente: Elaboración propia.

Franky Oroxón

Elaborado por: Rodrigo Andrés de León Enríquez. Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC, Guatemala.



Publicidad 4

Catedrático de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, imparte actualmente el curso de Publicidad 4 para la jornada nocturna. Profesional del área creativa. Con su carisma, dedicación y pasión por la enseñanza, desarrolla campañas publicitarias, realiza simulaciones de agencias creativas en el entorno educativo, logrando así, la comprensión conceptual a través de dinámicas y actividades con alto contenido académico.

Opina

¿Qué es lo que más le gusta del curso que imparte?

"Todo, porque la verdad a mí me apasiona bastante la publicidad y el mercadeo, partiendo de que el mercadeo es la base y la publicidad es una herramienta del mercadeo pero se trabajan paralelamente. No puede haber mercadeo si no hay publicidad y no puede haber publicidad si no hay mercadeo."

¿Considera usted que ha logrado comunicar el contenido de sus cursos y por qué?

Yo siento que se logra un 90% porque nosotros trabajamos en base a objetivos y competencias. Impartimos el contenido del curso y al final debemos evaluar si se han cumplido las competencias para ver que tanto aprendió el estudiante. Como es publicidad se trabaja por agencias.

En el examen final se refleja realmente quienes son los que desarrollan las capacidades.

"Fue un refuerzo que obviamente aunque no estuvieran empapados al 100 del tema, ya con el meme, los temas transmitidos en los memes, refrescaron la memoria, aportaron y sí transmitieron el mensaje que se requería."

"Los memes se pueden utilizar como una buena herramienta para comunicar. Los alumnos tienen una habilidad muy buena para hacerlos, por lo mismo se pueden utilizar como herramienta de refuerzo para ciertos temas."

"Comenzaron a comprender un poco mejor el tema de los arquetipos que es lo que a mucha gente se le confunde."

"Me interesó mucho lo de los memes como una herramienta que se puede utilizar en algunos temas donde necesitamos reforzar y cambiar un poco la dinámica de enseñanza aprendizaje."

"Ese meme de arquetipos les quedó super grabado. De hecho, lo de la serie Elite que se utilizó, muchos no la miraban y algunos la comenzaron a ver, para luego comentar."

Sobre la investigación

"A mí me suena bastante interesante, el proyecto me llamó la atención desde el momento que platicamos y me comentaste sobre tu tema a desarrollar, porque en la actualidad todo son redes sociales y te ponés a verlas y son cantidades de memes. Y es que a través del meme se está comunicando. Aprendemos todos, me pude dar cuenta que sí, a los estudiantes les llamó la atención mucho este tipo de talleres"

Fuente: Elaboración propia.



Juan Chávez

Elaborado por: Rodrigo Andrés de León Enríquez. Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC, Guatemala.

Publicidad 2

Catedrático de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, imparte actualmente el curso de Publicidad 2 para la jornada nocturna. Profesional del área creativa. Experto productor y profesional en el ámbito de medios de comunicación. Jovial y carismático, genera interacción con sus alumnos mediante la aplicación de casos reales los cuales deben resolver como agencias de publicidad.

Opina

¿Qué es lo que más le gusta del curso que imparte?

"La juventud siempre es un mundo de sorpresas y alegría innata. Mirá esta respuesta, la mirás bien simple, pero te juro que para mí es esencial. El que los alumnos te pregunten, te facilita, te abre un campo, una carpeta, una tras otra, tras otra, entonces lo que tenés es que prepararte más o tener experiencia para no equivocarte. Increíble".

¿Tiene en mente si utilizó algún meme para dar su clase?

Si, por whatsapp y clase de repaso. Si y lo he hecho por whatsapp, si veo algo que me gusta se los mando, pero no a manera de fregadera sino de manera constructiva. Al final me paran agradeciendo. Ahí también aplica la clase que hicimos de memes.

"Sí, sí entendieron el concepto, incluso, hicieron comentarios después de clase. El que más se enfocaron todos, es el de la chava que estaba en la piedra, como unos 6 o 7 me lo repitieron."

"Lo que me gusta del meme, es que te deja un margen; te da un pequeño relato pero te lo construye todo con la imagen, es rápido, muy muy rápido. Yo no procuro que aprendan textualmente sino que racionalicen. A primera mano, los hizo reflexionar, la imagen y el texto."

"Creo que los memes son complementarios. Lo que ocurre, es que hay muchas cosas que sí deben marcarse por pasos, el brief, el concepto, el proceso creativo, luego pasarse a los textos, empezar a crear."

"Cada vez que yo entre a un tema nuevo me gustaría ver un meme, como un todo, como el lead de la noticia, luego poderlo desmenuzar y decirles por qué lo apliqué, me gustaría utilizarlo de esa manera."

Sobre la investigación

"Toda herramienta que pretenda pasar algún conocimiento, es funcional. Si nos cerramos en una tradición o en un "así se hace" la fregamos, porque en ese momento estamos rechazando las nuevas formas de aprendizaje. Los chavos siempre están a la vanguardia, de alguna manera debemos buscar como transmitir ese conocimiento"

Fuente: Elaboración propia.

Los catedráticos coinciden en que, con los memes se presentan circunstancias que son esenciales para que se genere el aprendizaje. Dichas circunstancias se presentan en la teoría como: escenarios del aprendizaje.

Aprender haciendo, tal como lo mencionan Sund, R. Y Trowbridge, L. (1969), es una de ellas.

Si el estudiante no realiza actividades, no existe el aprendizaje, por lo que los talleres y las clases participativas realizadas sirvieron como aliciente para los alumnos y que pudieran absorber la nueva información. Asimismo, que para los alumnos que ya tenían conceptos aprendidos, el meme les sirvió para ligar el nuevo aprendizaje con el anterior.

Más allá de los escenarios, se vincularon también principios del aprendizaje planteados por Bigge, M, y Hunt, M. (1970), donde los principales fueron la intensidad y vivacidad, novedad y expectación.

Todo lo que causa impresión o impacto emocional en los alumnos, va a influir en su aprendizaje y el caso del meme, a mayor impacto, más profundo el aprendizaje. Las ideas nuevas o raras atraen la atención de los jóvenes y facilita la penetración del mensaje mediante el uso de nuevos elementos y formas de presentar las ideas.

La síntesis y conceptualización son claves.

Por último y no menos importante, el clima que se dio en las aulas, fomentó la participación y el aprendizaje. El teórico Peña, A. (2006) respalda dicha afirmación, mencionando que se debe liberar la curiosidad y desatar el sentido de indagación. Se debe desarrollar un clima en el aula que no esté específicamente centrado en la enseñanza sino en la facilitación del aprendizaje.

4.9 Discusión de resultados

- Derivado de los talleres y clases realizadas, las opiniones fueron diversas, sin embargo, con este tipo de metodología, el alcance comunicativo y educativo fue más efectivo, los comentarios positivos sobrepasaron por mucho a los negativos.
- Es una realidad que los estudiantes y nuevas generaciones utilizan día a día los memes, tanto en las plataformas de redes sociales, como en las aplicaciones de mensajería instantánea. El meme ha evolucionado de tal manera que inclusive, en mensajería instantánea, ha pasado de ser puramente una imagen con texto y le han convertido en los famosos “*stickers*”, manteniendo su esencia y originalidad.
- Los catedráticos involucrados en el proceso experimental, apreciaron el proceso de investigación y recalcaron la necesidad de utilizar nuevas técnicas, herramientas y metodologías de enseñanza, con el fin de abarcar de manera efectiva temas teóricos importantes. La mera utilización de memes, sirvió para reforzar conceptos impartidos con anterioridad y que no habían quedado claros en la mayoría de los alumnos.
- El meme generó interacción y discusión entre alumnos y profesores, cumpliéndose así con el proceso de comunicación, además de la información que fue transmitida hacia los alumnos. Es un valioso y poco entendido recurso que, de manera tan versátil, se presenta en el mundo digital.
- No todos los memes deben cumplir con llevar un texto, si la imagen es enfocada y sintetiza de manera correcta el concepto que se desea transmitir, ésta, aunada a una correcta explicación, tendrá el impacto eficaz que se desea. Ejemplo de esto fue el meme de la serie “Elite”, que impactó de tal manera en el tema de arquetipos, que los alumnos se interesaron en ver la serie de televisión para analizar las personalidades y relacionarlas con distintas marcas conocidas.

Conclusiones

1. Realizada la investigación y teniendo en cuenta los datos obtenidos y analizados, se puede determinar que el meme es una herramienta de apoyo a la comprensión conceptual mediante la síntesis. Derivado de la retroalimentación de alumnos y catedráticos en los talleres y clases magistrales realizadas, se validó el impacto positivo del meme como herramienta digital de comunicación. Facilitando la absorción de nuevos conceptos y no solo esto, sino el manejo de una flexible y lúdica forma de comprender temas que de manera teórica no fueron retenidos en clases anteriores. Esto se ve reflejado en el 84.3% de los estudiantes.

2. Se cuenta con un significativo 69.52% de alumnos que logró retener parcial o totalmente uno de los conceptos transmitidos a través de los memes utilizados. El experimento se realizó en un ambiente controlado, mediante el cual se buscó que los estudiantes tuviesen acercamiento con al menos un meme realizado y con un concepto previamente planificado y diseñado para la clase por parte del investigador y catedrático.

3. El impacto de la imagen de los memes utilizados, en el proceso de memorización de los estudiantes, fue de un 92.38% del total de la población estudiada, superando por mucho al texto, validándose con esto, que la imagen aporta considerablemente a la efectividad comunicacional del meme. Esto deriva de que los estudiantes, además de ser sumamente visuales, relacionan las imágenes del meme con el concepto transmitido.

4. En referencia al código lingüístico de los memes utilizados, se puede deducir que careció de impacto, donde solamente el 0.95% de los individuos recordó el mensaje textual únicamente. Por lo que se deduce que el código lingüístico carece de efectividad y funciona como texto de relevo o anclaje. Un meme formado únicamente por imagen y que carezca de un código lingüístico puede ser funcional.

Se comprueba entonces la hipótesis de trabajo que el meme es un recurso digital efectivo de comunicación y transmisión de información.

Recomendaciones

A investigadores que deseen aplicar lo planteado en esta tesis:

Es de suma importancia que se informe sobre:

- La cultura, rasgos sociales y edad promedio del grupo que se va a abordar.
- Los memes en tendencia como apoyo secundario.
- Creatividad e ingenio en todo momento.

A catedráticos y alumnos en general:

Estar abiertos a experimentar con nuevas técnicas y metodologías de enseñanza y aprendizaje aplicadas de manera positiva en el aula, con el objetivo de que la educación advierta un salto didáctico desde el ala tradicional hacia la digitalización, conceptualización y síntesis. El meme, tiene un potencial comunicativo enorme, por lo que es discutible brindarle la oportunidad de demostrar sus capacidades a través de clases magistrales, conferencias, talleres, exposiciones, etc.

A catedráticos de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala:

Realizar más talleres de creatividad en el aula, tal y como se hicieron en este proceso investigativo, ya que los alumnos se vieron interesados y estimulados por los retos de crear memes que transmitieran un concepto de clase. No se debe olvidar que la lúdica en la educación es fundamental para ampliar las fronteras del conocimiento. Fomentar nuevas investigaciones desde otras perspectivas del meme, como, por ejemplo, su utilización como gancho publicitario y mercadológico.

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

Se le invita a crear temáticas, competencias y actividades que fomenten el ingenio, creatividad, conocimiento, enriquecimiento educativo y unidad tanto de estudiantes como catedráticos, con el fin de desarrollar habilidades que hacen del comunicador social un profesional versátil y lleno de ideas diferentes.

Bibliografía

1. Adam, E. (2001). *Teoría Sinérgica del Aprendizaje en la Educación Superior. II Jornada de Investigación. "Encuentro con la Educación"*. Calabozo, Venezuela: Universidad Rómulo Gallego.
2. Albizúrez, F. (1997). *Manual de Comunicación Lingüística*. Guatemala: Editorial Universitaria.
3. Arango, L. (2014). *Experiencia del uso de los memes como estrategia didáctica en el aula*. Buenos Aires: Paidós.
4. Ball, R. (1972). *Pedagogía de la comunicación*. Buenos Aires: El Ateneo.
5. Barthes, R. (1997). *La Aventura Semiológica*. España: Paidós.
6. Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. Glencoe: Free Press of Glencoe.
7. Berlo, D. (1984). *El Proceso de la Comunicación. Introducción a la teoría y la práctica*. Argentina: El Ateneo.
8. Bigge, M. y Hunt, M. (1970). *Bases psicológicas de la educación*. México: AID.
9. Blackmore, S. (2000). *La máquina de los memes*. España: Paidós.
10. Carin, A. y Sund, R. (1967). *La enseñanza de las ciencias por el descubrimiento*. México: UTHEA.
11. Colom, A. (1994). *Después de la modernidad. Nuevas filosofías de la educación*. Papeles de Pedagogía. Barcelona: Paidós.
12. Dawkins, R. (1993). *El gen egoísta. Las bases biológicas de nuestra conducta*. España: Salvat Editores.
13. De Fleur, M. (1975). *Teoría de las comunicaciones masivas*. Buenos Aires: Paidós.
14. Di Franco, J. (1966). *Ciencia Social, elemento necesario para el desarrollo rural*. Costa Rica: Turrialba.
15. Dubois, J. (1996). "La linguistique moderne", en *Education nationale*. Francia: Larousse.
16. Enswilte, N. (1988). *La comprensión del aprendizaje en el aula*. Barcelona: Paidós.
17. Freire, P. (1970). *Pedagogía del oprimido*. Montevideo: Tierra Nueva.

18. Galeano, E. (1997) *Modelos de Comunicación. Desde los esquemas “Estímulo-Respuesta” a la comunicación “Contingente”*. Argentina: Macchi.
19. Galvis, A. (1990). *Fundamentos de Tecnología Educativa*. San José: EUNED.
20. García, E. (2013). *La andragogía como proceso educativo en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos*. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala.
21. Gutiérrez, F. (1975). *Pedagogía de la comunicación*. Buenos Aires: Humanitas.
22. Gutiérrez, F. (1990). *El Lenguaje Total*. Argentina: Humanitas.
23. Gutiérrez, F. (1990). *Pedagogía de la comunicación, como alternativa para el cambio educativo*. Costa Rica: PEC.
24. Hernández, R. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V.
25. Magaña, E. (2017). *El meme, medio de comunicación y expresión social en Facebook*. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala.
26. Märtin, D. y Boeck, K. (1997). *Qué es la inteligencia emocional*. Alemania: EDAF.
27. Mc Gregor, F. (1997). *Palabras del maestro*. Pedagógica, 23.
28. Mc Luhan, M. (1969). *La comprensión de los medios*. México: Diana.
29. Mc Luhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación, las extensiones del ser humano*. España: Paidós.
30. Norman. D. (1987). *Perspectivas de las ciencias cognitivas. Cognición y desarrollo humano*. Barcelona: Paidós.
31. Ortiz, E. (2011). *El enfoque andragógico, los estilos de aprendizaje y aplicación de competencias en el desarrollo del curso de trabajo social I, de la carrera de Trabajo Social*. Tesis, Guatemala: Universidad Panamericana.
32. Parker. D. (1966). *La enseñanza multinivel*. México: Galve, S.A.
33. Peña. A. (2006). *Aprendizaje centrado en el alumno. Metodología para una escuela abierta*. Madrid: Narcea, S.A. de Ediciones.
34. Pérez, D. (2016). *Análisis semiótico sobre los memes de Roxana Baldetti*. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Universidad de San Carlos de Guatemala.

35. Picado, F. (2001). *Didáctica general: una perspectiva integradora*. Costa Rica: EUNED.
36. Piccini, M. y Nethol, A. (2007). *Introducción a la pedagogía de la comunicación*. México: Trillas.
37. Rodríguez, D. (2013). *Memocracia. Los virales que nos gobiernan*. España: Ediciones Gestión 2000.
38. Rogers, C. (1972). *Psicoterapia centrada en el cliente*. Buenos Aires: Paidós.
39. Sarramona, J. (1988). *Comunicación y Educación*. Barcelona: CEAC.
40. Schramm, W. (1964). *Procesos y efectos de la comunicación colectiva*. Quito: CIESPAL.
41. Serrano, M. (1982). *Teoría de la Comunicación I. Epistemología y análisis de la referencia*. España: Gráficas Valencia.
42. Stones, E. (1972). *Aprendizaje y enseñanza*. México: Limusa-Wiley, S. A.
43. Sund, R. y Trowbridge, L. (1969). *La enseñanza de la ciencia en la escuela secundaria*. Argentina: Paidós.
44. Tardy, M. (1966). *Les images et le professeur*. Francia: Presses Universitaires de France.
45. Vélez, J. (2013). *Memética como herramienta científica para el estudio de las memes de internet*. Tesis de Doctorado en Estudios Humanísticos con especialidad en Ciencia y Cultura, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.
46. Veroes, J. (2012). *La formación andragógica*. Recuperado el 22 de noviembre de 2012 de <http://edasmerida.blogspot.com/2012/11/la-formacion-andragogica.html>

Anexos

Anexo 1. Guía de observación dentro del aula

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN GUÍA DE OBSERVACIÓN DENTRO DEL AULA					
				<i>FO-GO-01</i>	
Fecha de observación					
Universidad					
Edificio					
Salón					
Sección					
Jornada					
Curso					
Profesor					
Observador					
<p>Objetivo a evaluar: utilización del meme como herramienta digital de comunicación entre catedrático y alumnos</p> <p>Instrucciones: utilice esta guía para realizar la observación del grupo de estudio. Marque con una X la casilla correspondiente que responda a la acción y de ser necesario coloque observaciones adicionales.</p>					
No	Acción	Cumple con la acción			Observaciones adicionales
		SI	NO	NA	
1	El catedrático utiliza memes al impartir su clase	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2	Los alumnos muestran interés hacia los memes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3	Los memes vistos generan comentarios entre los alumnos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4	Los memes generan participación en clase alumno-profesor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
5	Los memes utilizados causan risa a los alumnos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
6	Los memes utilizados causan molestia a los alumnos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Anexo 2. Encuesta a alumno

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN ENCUESTA A ALUMNO	
	<i>FO-EN-01</i>
Fecha de encuesta	/ /
Universidad	
Edificio	
Salón	
Sección	
Jornada	
Curso	
Nombre Alumno	
Encuestador	
<p>Hola, el motivo de esta encuesta es indagar si el contenido que te ha sido transmitido mediante recursos digitales en clase, ha llegado correctamente a ti, es decir, si realmente se ha dado el proceso comunicacional y has entendido lo que el catedrático te ha impartido.</p> <p>Te haré una serie de preguntas y agradeceré puedas responderme con la mayor sinceridad.</p>	
1. ¿Qué es lo que más te llama la atención del curso?	
2. ¿Consideras que tu catedrático está logrando comunicar el contenido del curso? Si/No ¿por qué?	
3. ¿Recuerdas si en la clase tu profesor ha utilizado alguna herramienta de comunicación diferente a lo tradicional? Por ejemplo: herramientas digitales como imágenes, sonidos o algo parecido. No diapositivas, ya que estas son la plataforma para montar la herramienta digital.	
4. ¿Tienes en mente si tu catedrático utilizó algún meme para dar su clase?	

5. ¿Qué es lo que más recuerdas del meme que viste en clase?	
	<input type="checkbox"/> Recuerda la imagen
	<input type="checkbox"/> Recuerda el texto
	<input type="checkbox"/> Recuerda todo
	<input type="checkbox"/> No recuerda nada
6. ¿Puedes explicarme qué entendiste del meme que recuerdas?	
	<input type="checkbox"/> Explica el concepto correcto
	<input type="checkbox"/> Explica el concepto a medias
	<input type="checkbox"/> Explica el concepto poco
	<input type="checkbox"/> No explica el concepto
7. ¿El meme te ayudó a reforzar el conocimiento o concepto que necesitabas entender? Si/No ¿por qué?	
8. ¿El meme ha funcionado como herramienta de comunicación entre el profesor y alumnos? Si/No ¿por qué?	
9. ¿Las cátedras son más entendibles o ciertos conceptos son más fáciles de absorber cuando se utilizan memes? Si/No ¿por qué?	
10. COMENTARIOS ADICIONALES	

Anexo 3. Entrevista a catedrático

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN ENTREVISTA A CATEDRÁTICO	
<i>FO-EN-02</i>	
Fecha de encuesta	/ /
Universidad	
Edificio	
Salón	
Sección	
Jornada	
Curso	
Nombre Catedrático	
Encuestador	
<p>Hola, el fin de esta entrevista es indagar si el contenido que ha transmitido en el curso, mediante herramientas digitales, ha llegado correctamente a sus alumnos, es decir, si realmente se ha cumplido con el proceso comunicacional en la enseñanza y aprendizaje.</p> <p>Le haré una serie de preguntas y agradeceré pueda responderme con la mayor sinceridad.</p> <p>1. ¿Qué es lo que más le gusta del curso que imparte?</p>	
<p>2. ¿Considera que está logrando comunicar el contenido del curso? Si/No ¿por qué?</p>	
<p>3. ¿Ha utilizado alguna herramienta de comunicación diferente a lo tradicional? Por ejemplo: herramientas digitales como imágenes, sonidos o algo parecido. No diapositivas, ya que estas son la plataforma para montar la herramienta digital. Si/No, ¿por qué?</p>	
<p>4. ¿Tiene en mente si utilizó algún meme para dar su clase?</p>	

5. ¿Recuerda si el meme presentado generó alguna reacción específica en sus alumnos?	
	<input type="checkbox"/> Risas <input type="checkbox"/> Molestia <input type="checkbox"/> Murmullos <input type="checkbox"/> Participación
6. ¿Considera que sus alumnos entendieron el concepto que usted sintetizó en el meme?	
	<input type="checkbox"/> Mucho <input type="checkbox"/> Medio <input type="checkbox"/> Poco <input type="checkbox"/> Nada
7. ¿El meme ayudó a sus alumnos a reforzar el conocimiento o concepto que necesitaban entender? Si/No ¿por qué?	
8. ¿Cree que el meme ha funcionado como herramienta de comunicación entre usted y sus alumnos? Si/No ¿por qué?	
9. ¿Cree que las cátedras son más entendibles o ciertos conceptos son más fáciles de absorber cuando se utilizan memes? Si/No ¿por qué?	
10. COMENTARIOS ADICIONALES	

Anexo 4. Guía de *focus group*

INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN GUÍA DE FOCUS GROUP	
<i>FO-FG-01</i>	
Fecha de grupo focal	/ /
Universidad	
Edificio	
Salón	
Sección	
Jornada	
Curso	
Moderador	
<p>A continuación se realizará una actividad grupal, para la cual se solicita, respondan libremente y con honestidad. Se realizarán una serie de planteamientos referentes a un tema específico, para los cuales cada persona podrá emitir opiniones y respuestas de acuerdo a lo que considere pertinente. Se agradece mantener el respeto hacia las respuesta y opiniones de todos.</p>	
¿Qué es el meme para ustedes?	
¿Recuerdan los memes que fueron publicados en clase? ¿Qué opinan de ellos?	
¿Creen ustedes que su catedrático logró comunicar sus conocimientos utilizando memes?	
¿Qué otro meme hubieran utilizado para transmitir los conceptos de clase? O ¿Cómo hubieran hecho el meme?	
¿Cómo ha sido la experiencia de ver memes en sus clases?	
¿Alguien de ustedes opinó cuando vió algún meme en clase?	
¿Comentaron con sus compañeros alguno de los memes?	
¿Consideran que pueden seguirse utilizando memes como herramienta de comunicación en el aula?	
¿Estarían dispuestos a contribuir con su catedrático a la creación de memes para transmitir conceptos de la clase a sus compañeros y cómo podrían hacerlo?	

Anexo 5. Transcripción de entrevistas a catedráticos

Entrevista Lic. Juan Chávez

Entrevistador: “El fin de esta entrevista es indagar si el contenido que ha sido transmitido en el curso mediante herramientas digitales ha llegado correctamente a los alumnos, es decir si realmente se ha cumplido con el proceso comunicacional en la enseñanza y aprendizaje. Esta es una serie de preguntas, son 9 preguntas sencillas y una última pregunta que es de comentarios adicionales.”

Entrevistador: “La primera es ¿Qué es lo que más le gusta del curso que imparte?”

Lic. Chávez: “La juventud siempre es un mundo de sorpresas y alegría innata.”

Entrevistador: “¿Considera que está logrando comunicar el contenido del curso? Si, no, ¿por qué?”

Lic. Chávez: “Si, porque el joven pregunta más de lo debido. Mira esta respuesta la mirás bien simple, pero te juro que para mí es esencial. El que los alumnos te pregunten te facilita, te abre un campo, una carpeta, una tras otra, tras otra, entonces lo que tenés es que prepararte más o tener experiencia para no equivocarte. Increíble.”

Entrevistador: “¿Ha utilizado alguna herramienta de comunicación diferente a lo tradicional? Por ejemplo: herramientas digitales como imágenes, sonidos o algo parecido. No diapositivas, ya que estas son la plataforma para montar la herramienta digital. Si/No, ¿por qué?”

Lic. Chávez: “Audiovisuales, sería la utilización de gifs y memes. Tutoriales de comunicación, spots.”

Entrevistador: “¿Tiene en mente si utilizó algún meme para dar su clase?”

Lic. Chávez: “Si, por *WhatsApp* y clase de repaso. Si y lo he hecho por *WhatsApp*, si veo algo que me gusta se los mando, pero no a manera de fregadera sino de manera constructiva. Al final me paran agradeciendo. Ahí también aplica la clase que hicimos de memes.”

Entrevistador: “¿Recuerda si el meme presentado generó alguna reacción específica en sus alumnos?”

Lic. Chávez: “Si, preguntaron el por qué y cómo se aplica.”

Entrevistador: “¿Considera que sus alumnos entendieron el concepto que usted sintetizó en el meme?”

Lic. Chávez: “Si, si lo entendieron, incluso, hicieron comentarios después de clase. El que más se enfocaron todos es el de la chava que estaba en la piedra, como unos 6 o 7 me lo repitieron.”

Entrevistador: “¿Será que ellos realmente entendieron el concepto?”

Lic. Chávez: “Yo calculo que el 60% por lo menos lo entendieron.”

Entrevistador: “¿El meme ayudó a sus alumnos a reforzar el conocimiento o concepto que necesitaban entender?”

Lic. Chávez: “Si, lo vieron desde su punto de vista. Eso me pasó en el examen, dejé preguntas abiertas y aunque cada quién tenía su poco enfoque, todos tenían el concepto.”

Entrevistador: “¿Cree que el meme ha funcionado como herramienta de comunicación entre usted y sus alumnos?”

Lic. Chávez: “Mmm sería mucho lujo decir que sí, de golpe, pero sí les aportó ese conocimiento, o sea, lograron separarlo. Lo que me gusta del meme es que te deja un margen, te da un pequeño relato, pero te lo construye todo con la imagen, es rápido, muy muy rápido. Yo no procuro que aprendan textualmente, sino que racionalicen. A primera mano, los hizo reflexionar, la imagen y el texto.”

Entrevistador: “¿Cree que las cátedras son más entendibles o ciertos conceptos son más fáciles de absorber cuando se utilizan memes?”

Lic. Chávez: “Creo que son complementarios. Lo que ocurre, es que hay muchas cosas que, si deben marcarse por pasos, el brief, el concepto, el proceso creativo, luego pasarse a los textos, empezar a crear. Cada vez que yo entre a un tema nuevo me gustaría ver un meme, como un todo, como el lead de la noticia, luego poderlo desmenuzar y decirles por qué lo apliqué, me gustaría utilizarlo de esa manera.”

Entrevistador: “¿Comentarios adicionales?”

Lic. Chávez: “Toda herramienta que pretenda pasar algún conocimiento, es funcional. Si nos cerramos en una tradición o en un “así se hace” la fregamos, porque en ese momento estamos rechazando las nuevas formas de aprendizaje. Los chavos siempre están a la vanguardia, de alguna manera debemos buscar como transmitir ese conocimiento, si no, van a haber más escuelas de vacaciones, más retrasadas, más gente repitiendo, entonces la idea es que, si agarraron el concepto claro claro desde su punto de vista, les va a funcionar en la aplicación, o sea una cosa repetida en la cabeza mil veces, no funciona. Cuando ya sabes ¿por este lado? “ahh si ya sé por dónde”. De esa manera lo veo yo.”

Entrevista Lic. Alejandro Solares

Entrevistador: “Esta es la entrevista con el Lic. Alejandro Solares, referente al trabajo de graduación que se está realizando. Ahorita vamos a realizar algunas preguntas.”

Entrevistador: “Lic. buenas noches, gracias por su colaboración; el objetivo de esta entrevista, es indagar un poquito sobre el contenido que se ha transmitido en el curso, mediante herramientas digitales en general y si ha llegado correctamente a sus alumnos y si se ha cumplido con el proceso de comunicación en la enseñanza aprendizaje.”

Entrevistador: “Le voy a hacer una serie de preguntas y comentarios adicionales.”

Entrevistador: “¿Qué es lo que más le gusta del curso que imparte?”

Lic. Solares: “Ok creo que de mi curso y es una gran responsabilidad hablar sobre publicidad a los estudiantes, pues es el curso más importante para ellos, para muchos. Vienen con una expectativa muy alta sobre lo que es publicidad, hay algunos estudiantes que han estudiado mercadotecnia y publicidad o bachillerato en comunicación y traen la expectativa de qué van a aprender.

Lic. Solares: “Hablar de publicidad para mí, me gusta mucho... ..en algún momento les comparto experiencias con clientes reales, instituciones. Me gusta mucho el curso en general, enseñarles a hacer desde una estrategia hasta un diseño, para que conozcan todo el proceso de comunicación.

Entrevistador: “¿Considera que está logrando comunicar el contenido del curso?”

Lic. Solares: “Si. He tratado de hacer retroalimentación con muchos estudiantes sobre los temas que hemos visto, el curso en general. Lo hago ya desde hace varios años, que trato de preguntarles a grupos específicos, ¿qué les ha parecido el curso? ¿aprendieron o no? Y pues en la mayoría de casos, me contestan que sí. Obviamente yo les estoy preguntando, pero

recibo también retroalimentación de otras personas que me han buscado porque sus amigos les cuentan de que conmigo recibieron por ejemplo como se desarrolla un brief o ellos supieron de otro compañero que aprendió a hacer una estrategia en mi clase o por ejemplo, para los exámenes privados casi siempre me buscan porque yo les comparto documentos a los estudiantes en el curso, que son la base para desarrollar una estrategia, entonces, gracias a Dios, he recibido buena retroalimentación, sí les gustan los cursos y seguramente han aprendido algo.”

Entrevistador: “En este caso se utilizó una herramienta de comunicación diferente, fuera de lo común. Tuvimos una clase específicamente de memes.”

Entrevistador: “¿Cree usted que la utilización de esta herramienta fue algo nuevo o ya la había implementado en algún momento?”

Lic. Solares: “Fijate que yo he utilizado en algún momento gifs en mis presentaciones, porque se puso de moda desde hace algunos años y hay algunos que se aprovechan mucho. Por ejemplo, en mis cursos de fotografía, en clases de publicidad. Memes como tal, es menos, quizás a lo largo de este curso de publicidad, coloqué unos 3, no es que me base en ellos para dar la clase, pero hubo casos en los que se dio la oportunidad y los coloqué. A mí me gusta poner mapas de conceptos, para que puedan tener la idea general de cómo se unen los temas y me apoyo mucho en el video. Pocos memes la verdad, no es mi plataforma.”

Entrevistador: “¿Usted se recuerda de algún meme que utilizó para dar la clase?”

Lic. Solares: “Los tres que utilicé son de EL FEO, que son memes que hace del contexto de agencia de publicidad, que tienen que ver con el ejecutivo de cuentas, el creativo, el cliente. Utilizo estos memes más que en mi clase, en la plataforma de *ClassRoom*, son *insights*.”

Entrevistador: “¿Dentro de esos memes, específicamente de los que se presentaron en clase, recuerda si se generó alguna reacción específica por parte de los alumnos?”

Lic. Solares: “Siempre hay una respuesta, casi siempre es el humor, la risa, los despierta un poco, siempre hay una actitud positiva a eso porque la gente se divierte. Ven un meme y saben que es algo para reírse y que les despierta la curiosidad y que va anclado al curso, entonces si hay una buena respuesta.”

Entrevistador: “¿Cree que hay más participación que con una clase convencional o con un gif, con un video o existe algún tipo de participación más visible?”

Lic. Solares: “Como yo lo veo, es que, es bueno interactuar entre los tipos de contenido, o sea, no es la misma participación cuando estoy explicando algo referente a publicidad que cuando pongo un video, que cuando pongo un meme. Cada contenido va a generar una reacción distinta. O sea, no es que uno sea mejor que otro, sino que la clave está en saber utilizarlo en cada momento, porque son complementos. Una clase en mi perspectiva debería de tener esa interactividad de que estoy explicando algo muy académico y de pronto coloco un video para ejemplificar o para poner la ejecución de lo que estoy explicando, luego un meme para despertarles el interés, que ellos me hablen, me pregunten.”

Entrevistador: “¿Cree que el meme ha funcionado como una herramienta de comunicación entre usted y sus alumnos?”

Lic. Solares: “Si, si funciona como herramienta de comunicación. Se complementa con todo el contenido y genera interacción como se mencionó anteriormente.”

Entrevistador: “¿Cree que las cátedras son entendibles, o ciertos conceptos son más fáciles de absorber cuando se utiliza algún tipo de meme?”

Lic. Solares: “Pueda ser que si en algunos contenidos, puede que sean entendibles a través del meme, pero definitivamente son memes que uno mismo debe de fabricar, porque no son de los que encontramos en la red, como nuestro gremio es un segmento distinto, no vamos a encontrar memes ya hechos para esto, hay que crearlos.”

Entrevistador: “La última pregunta, son comentarios suyos respecto al proceso de investigación y al trabajo que estoy realizando:”

Lic. Solares: “Yo pienso que tiene más positivos que negativos, siempre vamos a tener públicos a los que les va a gustar y a los que no les va a gustar lo que hacemos. Yo como maestro tengo 8 años de estar en esta experiencia. En la experiencia que tengo me he dado cuenta que hay estudiantes con los que uno no puede estar siempre al 100, donde habrán quejas y descontentos. Yo que pasé de estudiante a maestro, me he dado cuenta de las actitudes de los alumnos y que ahora tienen muy buena actitud, de interés, de querer más que lo que uno les da y hay otros que no les interesa y que están solo por cumplir una nota y ganar su curso.

La época en la que hicimos esta experimentación, que estuvimos en clase, se me acercaron dos estudiantes y me dijeron, “Lic. hoy no va a dar clase de memes, porque si no nos vamos mejor”, porque me imagino que les pareció a ellos innecesario o que no era clase, ese fue su comentario.

Por otro lado, ese día había gente muy activa, compartiendo, explicando, interactuando. Yo considero que tu investigación es muy buena, diferente, algo que no había visto acá en la escuela y que considero que será un muy buen aporte, porque nadie había abordado el tema y aplicado directamente a la academia. Me parece muy bonito, interesante el tema y que bueno que lo estás desarrollando. Independientemente de si gustó o no, que obviamente que hay 2 que no les gustó y 30, 40 que sí. La mayoría estaban en el rollo.

Una muy bonita investigación y que bueno que la estés desarrollando.”

Entrevistador: “Gracias Licenciado, con esto damos por terminada la entrevista, buena noche.”

Entrevista Lic. Franky Oroxón

Entrevistador: “Lic. muy buenas tardes, muchas gracias por aceptar la entrevista, es cortita, son 9 preguntas y una parte de observaciones basadas en el proyecto de investigación que realizamos y en el cual usted muy finamente me ayudó”.

Entrevistador: “La idea es conocer su opinión sobre las preguntas de la manera más sincera; cosas buenas, malas, que se pueden mejorar o que se deben eliminar.”

Entrevistador: “La primera es ¿qué es lo que más le gusta del curso que imparte?”

Lic. Oroxón: “Todo, porque la verdad a mí me apasiona bastante la publicidad y el mercadeo, partiendo de que el mercadeo es la base y la publicidad es una herramienta del mercadeo, pero se trabajan paralelamente. No puede haber mercadeo si no hay publicidad y no puede haber publicidad si no hay mercadeo.”

Entrevistador: “¿Considera usted que ha logrado comunicar el contenido de sus cursos y por qué?”

Lic. Oroxón: “Yo siento que se logra un 90% porque nosotros trabajamos en base a objetivos y competencias. Impartimos el contenido del curso y al final debemos evaluar si se han cumplido las competencias para ver que tanto aprendió el estudiante. Como es publicidad se trabaja por agencias.”

Lic. Oroxón: “En el examen final se refleja realmente quienes son los que desarrollan las capacidades.”

Entrevistador: “¿Utilizó usted alguna herramienta de comunicación digital, diferente a lo tradicional? Como imágenes, sonidos o algo parecido.”

Lic. Oroxón: “Ahora con la plataforma *ClassRoom* nos hemos apoyado bastante, muchas veces se desarrolla la presentación y esto permite que se comparta en la plataforma con los alumnos.”

Lic. Oroxón: “Con algunas personas es más fácil trabajar, esto por cuestiones de horarios de clase y actitud, en este semestre utilicé y me apoyé mucho en la plataforma de *ClassRoom*, subiéndoles contenido, materiales, campañas realizadas, ejemplos.”

Lic. Oroxón: “En lo personal no utilizo memes, solamente se hicieron mediante el taller.”

Entrevistador: “¿Dentro de los memes presentados en ese taller, se recuerda de alguno que haya generado algún tipo de reacción específica por parte de sus alumnos?”

Lic. Oroxón: “Varios, varios. Por ejemplo, el de cuentas, que refrescamos al inicio del semestre, ese meme con el desorden que tenían me recuerdo que lo comentaron durante en clase y posterior al taller, a veces estábamos hablando y salía mucho a acotación el tema de cuentas. El otro fue el de los arquetipos, porque igual para desarrollar conceptos creativos, triangulo mucho el arquetipo de marca, el *insight* para que podamos obtener el concepto. Ese meme de arquetipos les quedó super grabado, de hecho, lo de la serie *Elite* que se utilizó, muchos no la miraban y algunos la comenzaron a ver, para luego comentar. O sea que, si transmitió un mensaje, llegó y les gustó.”

Entrevistador: “¿Considera que sus alumnos entendieron el concepto que se sintetizó en los memes?”

Lic. Oroxón: “Yo siento que sí, y le voy a decir que ayudó, que fueron temas que ya se habían tocado. Entonces fue un refuerzo que obviamente, aunque no estuvieran empapados al 100 del tema, ya con el meme, los temas transmitidos en los memes, refrescaron la memoria, aportaron y sí transmitieron el mensaje que se requería.”

Entrevistador: “Con esto casi que avanzamos las siguiente dos preguntas que eran justamente si se había reforzado a través del meme algún concepto y si había funcionado como una herramienta de comunicación entre usted y sus alumnos.”

Lic. Oroxón: “Si, funcionó. La verdad que sí, el salón de la noche, son 60 alumnos y siempre vivo haciendo mis sondeos, en este grupo en particular, me di cuenta y le doy seguimiento a esta gente, en el salón son todos, pero en los corredores se acercan algunos “mire Lic., tal cosa”. Me interesó mucho lo de los memes como una herramienta que se puede utilizar en algunos temas donde necesitamos reforzar y cambiar un poco la dinámica de enseñanza aprendizaje.”

Lic. Oroxón: “Le pregunté a varios sobre qué les había parecido la clase y de ahí saqué la información de que algunos comenzaron a ver la serie de Elite, comenzaron a comprender un poco mejor el tema de los arquetipos que es lo que a mucha gente se le confunde.”

Lic. Oroxón: “Los memes se pueden utilizar como una buena herramienta para comunicar.”

Entrevistador: “Qué bueno que me comenta esto, ya que la siguiente pregunta es si ¿ha sido más entendible, o ciertos conceptos más fáciles de entender, derivado de los memes? Y justamente me comentaba que participaron, comentaron. Algo de la discusión que se dio a través del taller fue muy importante de cómo absorbieron el conocimiento no entendido anteriormente.”

Lic. Oroxón: “Yo me pude dar cuenta cuando preguntaba del tema. En el taller les pedimos que hicieran un meme y nos dimos cuenta que tienen una habilidad muy buena para hacerlos, por lo mismo considero que sí se pueden utilizar como herramienta de refuerzo para ciertos temas.”

Entrevistador: “Bueno y la última pregunta, es: ¿qué comentarios le merece la investigación y el taller que se ha trabajado en estas semanas?”

Lic. Oroxón: “A mí me suena bastante interesante, el proyecto me llamó la atención desde el momento que platicamos y me comentaste sobre tu tema a desarrollar, porque en la actualidad todo son redes sociales y te ponés a verlas y son cantidades de memes y es que a través del meme se está comunicando.”

Lic. Oroxón: “Aprendemos todos, me pude dar cuenta que, si a los estudiantes les llamó la atención mucho este tipo de talleres, lo que sí quiero recalcar, que me hubiera gustado trabajar un tema que no se hubiera trabajado un tema que no hubieran visto para ver realmente si se logra transmitir lo que uno quiere enseñar al estudiante a través de un meme sin ellos conocer el tema. Eso me hubiera gustado bastante.”

Entrevistador: “Pues muchas gracias por el tiempo y el apoyo, esto sería todo. Que tenga muy buena tarde.”