

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ANÁLISIS DEL CONTENIDO DE LOS “MEMES” SOBRE LA REVOCATORIA DE LA ALCALDÍA DE SUSANA VILLARÁNEN EL BLOG “YO DIGO NO” DIFUNDIDOS EN FACEBOOK

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

AUTOR

HELLEN CRISTINA ANGULO PAJARES

ASESOR

LIC. RENZO VERA JARA

LIMA- PERÚ

2013

**A todos aquellos que se mantiene de pie
pese a la adversidad, la oposición y
la ausencia de sus seres amados.**

**A mis padres por su sacrificio diario y
a todo aquel que colaboró con
esta investigación**

PRESENTACIÓN

La presente investigación esta relaciona con el análisis de contenido de los memes sobre la revocatoria a la alcaldía de Susan Villarán, los cuales se encuentran almacenados en el blog “Yo Digo NO” y difundidos en Facebook.

Este estudio se divide en cuatro capítulos, el primero se refiere a una aproximación temática y la presentación de la problemática de la investigación y la determinación de los objetivos de esta.

En el segundo capítulo se detalla las bases teóricas que se emplearan como sustento de la investigación y las definiciones de cada variable del objeto de estudio, asimismo se expone el supuesto teórico.

En el tercer capítulo se ejecutan los instrumentos de investigación y se realiza el mapeamiento necesario para poder obtener los resultados y exponer las conclusiones de la presente, en el cuarto capítulo.

Todo aquello con el objetivo de determinar el uso del meme como elemento comunicativo vanguardista de influencia en el marco político electoral.

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación se dirige a realizar un estudio empírico sobre el meme y su implementación como elemento comunicativo vanguardista de influencia en el marco político electoral.

Para ejecución de esta, se emplean en análisis del contenido de cada una de sus variables, es decir, la imagen, el texto, el diseño gráfico, la gama cromática. Asimismo, se identifica el mensaje que transmite con sus variables en conjunto.

En los resultados obtenidos se destaca que está presente el mensaje publicitario, por medio del mensaje lingüístico y el icónico que permiten la relación entre imagen y texto facilitando la interpretación del usuario ante la visualización del meme.

También se contempla el uso de cada variable y las características de estas que permiten la facilidad del meme y su accesibilidad, factores principales para su difusión en las redes sociales.

ABSTRAC

The objective of the present investigation directs for him to realize an empirical study on the meme and his implementation as communicative ultramodern element of influence in the political electoral frame. For execution of this one, there are used in analysis of the content of each one of his variables, that is to say, the image, the text, the graphical design, the chromatic range. Also, there is identified the message that transmits with his variables as a whole.

In the obtained results one emphasizes that the advertising message is present, by means of the linguistic language and the iconic that they allow the relation between image and text facilitating the interpretation of the user before the visualization of the meme. Also there is contemplated the use of every variable and the characteristics of these that allow the facility of the meme and his accessibility, principal factors for his diffusion in the social networks.