

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE PERIODISMO



“LA REPRESENTACIÓN DE LA POLÍTICA SALVADOREÑA A TRAVÉS DE “MEMES” EN LA RED SOCIAL FACEBOOK. CASO: CANDIDATOS A ALCALDES EN LAS ELECCIONES 2015 POR LOS MUNICIPIOS DE SAN SALVADOR, SANTA ANA Y SAN MIGUEL.”

PRESENTADO POR:

VALLE DE SOLÓRZANO DIANA MILENA

PEÑA CAÑAS ENMA VERALIZ

CHACÓN MENDOZA MARIO LIZANDRO

CARNÉ:

VH08018

PC04046

CM10014

INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN ELABORADO POR ESTUDIANTES EGRESADOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIADOS EN PERIODISMO

LICENCIADO JULIO CÉSAR GRANDE
DOCENTE DIRECTOR

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO
COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

24 DE AGOSTO DE 2015

CIUDAD UNIVERSITARIA SAN SALVADOR, EL SALVADOR

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

ING. MARIO ROBERTO NIETO LOVO

RECTOR

MSC. ANA MARÍA GLOWER DE ALVARADO

VICERRECTORA ACADÉMICA

MSC. ÓSCAR NOÉ NAVARRETE

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

DRA. ANA LETICIA ZA VALETA DE AMAYA

SECRETARIA GENERAL

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

Msc. JOSÉ RAYMUNDO CALDERÓN MORÁN

DECANO

Msc. NORMA CECILIA BLANDÓN DE CASTRO

VICEDECANA

LIC. ALFONSO MEJÍA ROSALES

SECRETARIO DE LA FACULTAD

AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

LIC. ROBERTO ANTONIO MAZA EMÉSTICA

JEFE DE DEPARTAMENTO

Msc. YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

COORDINADOR GENERAL DE LOS PROCESOS DE GRADO

MSC. JULIO CÉSAR GRANDE RIVERA

DOCENTE DIRECTOR

AGRADECIMIENTOS

Primeramente agradecerle a Dios Todo poderoso y a María Santísima por darme la sabiduría necesaria para llegar hasta este peldaño académico en mi vida, sin la ayuda de ellos jamás lo habría logrado, gracias por las infinitas bendiciones que me han dado y gracias por darme inteligencia, luz en el camino y la fortaleza necesaria para lograrlo

Agradecerles a mis padres Rosa Ester de Valle y Héctor Manuel Valle por ser los mejores papás del mundo, porque desde aquel 04-05-1991 han puesto todo su esfuerzo y empeño por sacarme adelante, gracias por su amor incondicional, por sus consejos, por su enorme apoyo en todo momento, principalmente en aquellos en que sentí que ya no podía más. Gracias papas por forjar en mí carácter, por enseñarme desde como se hacía la letra “A” hasta cómo comportarme en la vida y superar los obstáculos que ésta trae. Gracias y este triunfo es de ustedes.

A ese ser tan pequeño que con solo tres años de vida, ha sido la motivación más grande para no desistir en mi carrera y en mi vida, gracias a Dios por haberme dado el mayor de mis tesoros, mi hijo Joel Alejandro, gracias amor por todo lo que me das, esa sonrisa que me anima, ese amor que me motiva y esa ingenuidad que me llena de vida.

Gracias a mi esposo Salvador Solórzano por el apoyo y motivación que me ha dado, gracias por ayudarme a superarme y ser alguien en la vida. Gracias por ese amor que me demuestras día a día y por el que ahora estoy en esta etapa de mi vida.

Gracias a mis suegros Salvador Solórzano y Sara de Solórzano por tomar el papel de padres conmigo, por apoyarme enormemente en cada aspecto de mi vida, principalmente en mi labor académicamente, infinitas gracias por tomarme como su hija.

Gracias al Licenciado Julio César Grande, asesor de este trabajo de tesis, por su dedicación, empeño y esfuerzo para que entregáramos un buen material, gracias por cada minuto dedicado al mejoramiento de nuestro trabajo y abonar nuestro conocimiento.

Enma y Lizandro, mis grandes compañeros de carrera y ahora de tesis, gracias por formar un gran equipo y trabajar juntos para llegar a este escalón. Que Dios los bendiga y a seguir adelante en esta linda carrera que escogimos, “el mejor oficio del mundo”.

A mi hermana Jasmina Raquel, por todo su amor y apoyo a lo largo de mi vida, gracias porque sin ti no lo habría logrado, has estado conmigo en todo momento, diciéndome: “tú puedes y me tienes a mí para lograrlo” gracias hermanita y comparto mi alegría contigo porque también es tuya.

Gracias a mi gran amiga Karen Elías quien ha sido más que una amiga para mí, gracias por sus consejos, por su apoyo y por esas porras que día a día me da, ella, quien siempre me motivó a que este día llegaría y que todo esfuerzo valdría la pena, gracias mami, (como de cariño le digo), sus palabras resuenan en mi mente y mi alegría en el corazón.

Finalmente gracias a toda mi familia y amigos que siempre han estado ahí cuando los he necesitado, gracias por todo el apoyo dado y por el amor que siempre me han demostrado, gracias a todos mis maestros desde kínder hasta la Universidad por haber sido parte de mi educación, que Dios me los bendiga a todos.

Por: DIANA MILENA VALLE DE SOLÓRZANO.

Doy gracias primero a Dios y a María Santísima por permitirme culminar mi carrera de Licenciatura en Periodismo, gracias a mis padres Rigoberto Peña y María Adela Cañas de Peña por apoyarme en este largo camino de estudio, ambos me han ayudado cada uno con sus posibilidades, en especial dar gracias a mi madre por estar en cada momento ayudándome a seguir adelante dándome consejos para superar obstáculos que se presentan en la vida, gracias por estar conmigo.

Gracias a mis tres hermanos Jacqueline Johana, a Jorge Luis, y Erick Alexander Peña Cañas, por sus cariños para conmigo que siempre están cuando los necesito apoyándome en todo momento.

Dar gracias también a mis compañeros de carrera y de tesis Diana Milena Valle, y Mario Lizandro Chacón, junto a ellos se emprendió este camino en la elaboración de este documento.

Gracias al Licenciado Julio César Grande, asesor del trabajo de tesis por guiarnos como grupo en busca de un buen resultado de investigación. Gracias también a todos los catedráticos que me impartieron clases durante mi proceso de inicio en la mejor universidad del país que es la Universidad Nacional.

Por: ENMA VERALIZ PEÑA CAÑAS.

Le doy gracias a Dios por haberme permitido llegar hasta este momento académico, el cual es muy importante para mí, ya que hoy en día hay muchas personas que quisieran estudiar y no lo pueden lograr. Le doy gracias a mi familia y esposa Mélida por haberme apoyado incondicionalmente en toda mi carrera y porque siempre han estado pendientes de que no me falte nada para poder cumplir mi sueño, además a todos los docentes que se preocuparon por educarme y formarme en mi profesión, gracias al Lic. Julio Grande por el apoyo brindado en toda nuestra tesis, que Dios y la Virgen María los bendiga siempre.

Por: MARIO LIZANDRO CHACÓN MENDOZA

ÍNDICE

| | |
|--|------|
| INTRODUCCIÓN | viii |
| CAPITULO I | |
| DETERMINACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO. | |
| 1.1 Planteamiento del problema..... | 10 |
| 1.2 Preguntas guía de la investigación..... | 14 |
| 1.3 Objetivos..... | 15 |
| 1.4 Justificación..... | 16 |
| CAPITULO II MARCO TEÓRICO. | |
| 2.1 Antecedentes del Objeto de estudio..... | 25 |
| 2.2 Perspectiva o Paradigma Teórico..... | 44 |
| 2.3 Relación de Conceptos..... | 47 |
| CAPITULO III METODOLOGÍA. | |
| 3.1 Carácter de la Metodología..... | 56 |
| 3.2 Definición y Justificación de la Muestra..... | 57 |
| 3.3 Definición de la Técnica..... | 58 |
| 3.4 Instrumentos para la Recolección de datos..... | 60 |
| CAPITULO IV | |
| 4.1 Análisis de los resultados | 62 |
| 4.2 Conclusiones..... | 140 |
| 4.3 Recomendaciones..... | 143 |
| REFERENCIAS CONSULTADAS | 145 |
| ANEXOS | 148 |

INTRODUCCIÓN

La representación de la política salvadoreña a través de “memes” en la red social Facebook. Caso: Candidatos a Alcaldes en las elecciones 2015 por los municipios de San Salvador, Santa Ana y San Miguel, hace referencia a un análisis de contenido cualitativo, es decir la utilización de imágenes y textos de forma satírica, haciendo uso de la imagen de una o varias personas en específico.

El tema fue retomado por el grupo investigador debido a la importancia que genera en la sociedad, puesto que los “memes” que circulan por Facebook se han convertido en una herramienta para hacer mofa de las problemáticas de la sociedad, pero también son una forma de ver cómo cada individuo interpreta la realidad que lo rodea, brindando opiniones y comentarios diferentes, desde una imagen con creación anónima.

El interés en el presente trabajo fue poder observar e investigar cómo es representada la política salvadoreña a través de “memes”, es decir por medio de qué se da, cómo, y cuál es su finalidad principal. Es por ello que se hará uso del Paradigma Interpretativo, ya que es éste el que trata de comprender e interpretar los fenómenos sociales, profundizando nuestro conocimiento y comprensión del porqué la vida social se percibe y experimenta tal y como ocurre.

Asimismo, se ha retomó una metodología cualitativa-cuantitativa para esta investigación, la cual nos llevó a definir una muestra que, de acuerdo a nuestro tema, se ha pensó en 40 imágenes “memes”, las cuales fueron estudiadas bajo la técnica de análisis de contenido cualitativo, ya que por ser una investigación compleja se necesitó de

una mayor profundidad de análisis, la cual es una de las principales herramientas al tratar de explicar un tema de la realidad con alto grado de complejidad.

La realización de la investigación, basada en los procedimientos ya antes mencionados se hizo por medio de un monitoreo de la red social Facebook, herramienta donde se obtuvo la muestra mediante la cual se llegó al fenómeno de la investigación, es decir, por medio del análisis del objeto de estudio (imágenes “memes”).

De diciembre de 2014 a marzo de 2015 fue el período del cual se retomaron los “memes” de los candidatos a Alcaldes en las elecciones 2015 por los Municipios de San Salvador, Santa Ana y San Miguel, puesto que en estas fechas surgieron la mayor cantidad de imágenes “memes” de una forma burlesca de los candidatos, con la intención de perder credibilidad ante los votantes del 1° de marzo de 2015.

CAPÍTULO I

DETERMINACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las formas de expresarse y de interpretar la realidad son diversas y han ido evolucionando a través del tiempo desde que surgió la comunicación humana, es decir la necesidad que tuvieron nuestros ancestros para expresar sus sentimientos, impresiones y emociones, que desde un principio se valieron de la mímica, hasta llegar hacer uso del lenguaje por medio de imágenes.

Una imagen es la reproducción parcial de algo, de una realidad que se asemeja a otra, y cuando hablan de realidad, se refieren a aquello que termina en sí mismo. En ese sentido, actualmente en la red social Facebook, que se ha convertido en un nuevo medio de comunicación, circulan imágenes denominadas “memes”, las cuales son usadas para representar una realidad.

Estos “memes” son un fenómeno de internet que sirven para describir una idea o un símbolo que se transmite de forma masiva por el internet, su origen griego viene de la palabra “mimema” que significa “algo imitado” y representa una forma de propagación cultural, un medio para que la gente transmita ideas culturales entre sí.

Es decir, “los memes son un medio de propagación de ideas o pensamientos que se imponen en una sociedad, con la intención de poner estas ideas en común con los

demás, utilizando un código de comunicación, es decir símbolos y signos para darse a entender con los receptores, transmitiéndoles un mensaje”¹

Es por ello que, de acuerdo a que los “memes” son parte de un proceso de comunicación que transmite un mensaje a partir de una realidad, se ha tomado para la investigación La representación de la política salvadoreña a través de “memes” en la red social Facebook. Caso: Candidatos a Alcaldes en las elecciones 2015 por los municipios de San Salvador, Santa Ana y San Miguel; dichas imágenes son un fenómeno que representa la realidad del país.

En los “memes” los usuarios de la red social Facebook vierten sus comentarios, haciendo en cada imagen una interpretación propia del hecho de forma positiva o negativa. Ante esto se puede evidenciar que los problemas que afectan a la sociedad se ven como una mofa y no como la problemática que significan.

Como dice Horacio Spinetto: (Historiador-Arquitecto) *"El humor político es un humor que muchas veces denuncia de manera cruel y triste la realidad por la cual pasa la sociedad de un país"*.

Se puede afirmar entonces que el humor es una poderosa herramienta de expresión para decir aquello que se piensa y "reírse" de ciertas realidades, las cuales no siempre son del todo buenas en las redes sociales, pues internet se ha convertido en una válvula de escape, un medio de expresión donde cada uno da a conocer su postura.

¹ Infotechnology.com , 2013. *Qué es un meme y cuál es su origen*. Recuperado 09 octubre 2014, de <http://www.infotechnology.com/internet/Que-es-un-meme-y-cual-es-su-origen-20131111-0002.html>

El chiste, al igual que otros efectos del inconsciente, como las fantasías y los sueños, es una burla a la represión. Es decir, en el chiste tanto como en los otros productos de lo inconsciente, aparece algo de lo reprimido de modo que no sea rechazado por el Yo o la consciencia.

Los chistes son manifestaciones del inconsciente que disfrazan el contenido del mismo. Es usual escuchar decir "Todo chiste tiene algo de verdad" y esto es a lo que se refería Freud, todo chiste es una manera de liberar cierto contenido o pensamiento de manera disfrazada, reprimido por el "principio del deber".

Al analizar dichos comentarios e imágenes "memes" en su mayoría violentan la libertad de expresión ya que algunas personas comentan lo que quieren exponiéndose a ser sancionados o multados en todo caso, por dichos comentarios o imágenes fuera de contexto.

Por otra parte, la investigación se estudió a través del Paradigma Interpretativo, conocido como Paradigma Fenomenológico. Este paradigma se caracteriza por prestar atención a todos los aspectos de la realidad comunicacional, es decir el producto, su contexto y su realidad, ya que reconoce al ser humano perteneciente a una realidad- entidad.

Como se ha planteado anteriormente, los "memes" son la representación de una realidad y un fenómeno del internet, por medio de los cuales se plasman ideas y pensamientos. Por tal razón se retoma el Paradigma Interpretativo, ya que permite una comprensión e interpretación de la realidad a través de estudios exploratorios que no poseen conceptos previos, sino que se orientan en quién produce y cómo se produce el contenido de los medios, para pasar a la influencia del contenido en la sociedad sobre los fenómenos.

Además se utilizó la metodología cualitativa- cuantitativa, basada ante todo en el proceso mismo de recolección y análisis. Por lo tanto, como investigadores se empleó la propia descripción y valoración de los datos.

“El análisis cualitativo no está direccionado en su inicio, está fundamentado en la experiencia e intuición, el proceso es más abierto, y existe entendimiento del fenómeno en todas sus dimensiones, internas y externas, pasadas y presentes.”²

Es más flexible, en lugar de establecer variables “exactas”, identifica conceptos esenciales para iniciar la investigación; por lo tanto, los métodos inductivos están generalmente asociados con la investigación cualitativa.

Por su parte, el método cuantitativo se aplica a un gran número de casos, el entendimiento del fenómeno se guía a través de ciertas dimensiones consideradas como significativas por estudios previos.

Ambos conceptos cualitativo- cuantitativo, fueron utilizados como métodos esenciales en la investigación donde se analizaron las diferentes imágenes “memes” haciendo uso de datos numéricos para explicar la relación entre lo publicado y “like” de dichas imágenes.

² Hernández Sampieri, R, Fernández Collado, C. y Baptista Lucio. Metodología de la investigación, cuarta edición, México, Mcgraw-Hill/ Interamericana- Editores SA DE SV, año 2006, Pág.525.

1.2 PREGUNTAS GUÍA DE LA INVESTIGACIÓN

- ¿Cómo se representa la política salvadoreña a través de “memes” en la red social Facebook. Caso: candidatos a alcaldes en las elecciones 2015 por los municipios de San Salvador, Santa Ana y San Miguel?

- ¿La representación de la política salvadoreña a través de memes, vulnera el derecho al honor y la propia imagen de los candidatos, generando consecuencias e impacto en los votantes a la hora ejercer el sufragio?

1.3 OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

Determinar la representación de la política salvadoreña a través de “memes” en la red social Facebook, sobre la sátira que hacen los usuarios sobre los candidatos a alcaldes en las elecciones 2015, por los municipios de San Salvador, Santa Ana y San Miguel, mediante un monitoreo de imágenes y comentarios entre diciembre de 2014 a marzo de 2015, a fin de profundizar en las consecuencias que provocan en la campaña electoral de los participantes en las elecciones referidas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Realizar un monitoreo y análisis descriptivo de los “memes” publicados en la red social Facebook, a través de cuadros, para determinar el nivel de aceptación o rechazo de los usuarios de esa red social.
2. Profundizar en las consecuencias que estos “memes” provocan en la campaña electoral de los participantes en las elecciones 2015, por los municipios de San Salvador, Santa Ana y San Miguel.
3. Analizar los diferentes comentarios que los usuarios realizan en la red social Facebook en el marco de la actual regulación sobre la libertad de expresión, a fin de determinar si se vulneran derechos de los candidatos.

1.4 JUSTIFICACIÓN

La representación de la política salvadoreña a través de “memes” en la red social Facebook., tiene un valor esencial si se da a conocer a las personas de la sociedad salvadoreña, donde las elecciones para alcaldes es un fenómeno que compete a todo el país, y por ser un hecho trascendental lleva consigo situaciones en las que las figuras, que son candidatos a un puesto político, quieren resaltar su interés a ese cargo.

Es por ello que los candidatos hacen campañas para poder lograrlo, y es el momento en que la población entra en juego, ya que como se sabe en campaña política “todos los candidatos son relativamente jóvenes” y luego de finalizado el proceso político no aparecen, debido a esa situación las personas utilizan las redes sociales, en especial Facebook, para difundir los “memes” en forma de sátira, utilizando la imagen de los candidatos.

Durante la campaña electoral para Alcaldes, ha existido el sinsabor de las personas que ven que los políticos prometen beneficios que luego no son realizados, es ahí donde la sociedad ha encontrado la manera de bombardear a los candidatos y valerse de su libertad de expresión, garantizada en el art. 6 de la Constitución de la República, para exigirles esas promesas que dicen, pero como dice el artículo: *“Toda persona puede expresar y difundir libremente sus pensamientos siempre que no subvierta el orden público, ni lesione la moral, el honor, ni la vida privada de los demás. El ejercicio de este derecho no estará sujeto a previo examen, censura ni caución; pero los que haciendo uso de él, infrinjan las leyes, corresponderán por el delito que cometan”*.

En la actualidad se encuentra este tipo de sátiras “ memes” en la red social Facebook, para hacerles ver a los funcionarios públicos que la población se manifiesta a través de diferentes comentarios, y es en este tiempo cuando aprovechan a tergiversar o no la realidad, o simplemente se dedican a expresarse utilizando estos “memes” como estrategia política por el simple hecho de desacreditar a los otros contrincantes, incluso contratando a personas para que publiquen ciertas imágenes que sirvan de sátira para que la población comente y tenga sus propias conclusiones de las elecciones.

Como es sabido, la red social Facebook es la más utilizada por los usuarios debido a su rapidez y por su inmenso espacio libre de circulación de información, siendo las redes sociales un mercado de ideas, donde hay una ida y vuelta constante, un medio de expresión donde cualquiera puede aportar algo. Esta herramienta (Facebook) es libre tanto para publicar, así también para acceder a diversas opiniones.

Hemos de agregar que, hasta el año 2013, Facebook tenía registrado 1.5 millones de usuarios en El Salvador, según consigna el II estudio de Redes Sociales en América Central. **El Salvador es el tercer país con más cantidad de usuarios en Facebook**, el primer lugar es ocupado por Guatemala con más 2 millones de usuarios.

Según el mismo estudio, en América Central el **40% de los usuarios tienen un nivel académico universitario**; a su vez, existen más usuarios con nivel de posgrado o maestría, que personas con nivel básico de educación.

El sexo que predomina en las redes sociales es el masculino con una presencia de un 62%. En cuanto a la edad de los usuarios, se sitúa entre los 25 a 30 años, seguido por jóvenes que se encuentran entre los 21 y 24 años. Finalmente, el 43% de los usuarios de redes sociales en la región afirmaron tener un trabajo de tiempo completo, mientras que el 21% son estudiantes y el 17% auto empleados.

Por lo tanto, la investigación se abordó desde esta herramienta social, abarcando los tres principales departamentos del país y sus cabeceras departamentales, es decir, en el occidente Santa Ana, en el oriente San Miguel y en el centro del país San Salvador, ya que fueron las más disputadas entre los partidos políticos debido a que son las ciudades más importantes de nuestro territorio por su cantidad de votantes, posición económica y nivel de desarrollo.

La investigación se realizó a través de las imágenes “ memes” que se encuentran al alcance de todas las personas, incluyendo a los investigadores, ya que no se necesita un gran esfuerzo para acceder a ellas, solo basta tener una cuenta en la red social Facebook, donde se pueden ver con facilidad para tener una idea de lo que las personas piensan de esa realidad y cómo en muchas ocasiones esa imagen dice más de lo que ocurre en El Salvador, o también se da otra representación u otro sentido de lo que ocurre.

Por lo tanto; se puede decir que en parte la audiencia se influye desde las emociones, ya que no se menosprecia a la racionalidad de la gente, sino que se está hablando de lazos y vínculos más estrechos que se forman a partir de una conexión distinta.

No se duda en ningún momento de la capacidad del hombre como ser racional, pero en su conjunto es imposible separarlo de sentimientos, nadie es capaz de ser puramente racional o puramente emocional, como se sabe no puede considerarse que la sensibilización social y política solamente provenga del sentir, sino también implicamos al saber, con base a esto y al conocer, se puede sentir y emocionarse.

No pueden considerarse a lo racional y lo emocional como dos variables mutuamente excluyentes, el ser humano es integral, todo convive y no hay forma de anular ningún aspecto, es todo una gran red.

Pero el ser humano como sistema integral no puede separar al consumidor de un medio de comunicación de aquel ser que tiene derechos y obligaciones a nivel social. En el Artículo 19 de la “ Declaración Universal de los Derechos Humanos”, se lee: *“Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y de recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión”*, pero muchos usuarios en este caso de la red social Facebook, así como los creadores de estas imágenes “memes”, no miden sus acciones y las repercusiones que causan estos tipos de mensajes.

Como se sabe el ser humano es un ser social, a partir de esto podemos analizar aspectos de la vida cotidiana como lo es la política salvadoreña a través de imágenes “memes”, que son percibidas consiente e inconscientemente por los usuarios a través de dichas imágenes “memes” expresando algunos opiniones o comentarios fuertes hacia los diferentes candidatos violentando la libertad de expresión, en la cual los sistemas jurídicos y la sociedad en

general reconocen límites a la libertad de expresión, en particular cuando la libertad de expresión entra en conflicto con otros valores o derechos.

Por su parte, en cuanto a los límites del derecho, la libertad de expresión se encuentra en no subvertir el orden público, no lesionar la moral o el honor de otra persona, ni afectar la vida privada de los demás.³

Estas limitaciones a la libertad de expresión pueden seguir el “principio del daño” o el “principio del delito”, el cual puede ocurrir a través de la sanción legal y / o a la desaprobación social.

Además dichos comentarios fuertes llegan a la Difamación como lo dice la Reforma al Código Penal de El Salvador, en el Art. 178. *“El que atribuyere a una persona que no esté presente una conducta o calidad capaz de dañar su dignidad, menoscabando su fama o atentando contra su propia estimación, será sancionado con multa de cincuenta a ciento veinte días multa.”*

En “OnLiberty” (1859) John Stuart Mill argumentó que “... debe existir la máxima libertad de profesar y discutir, como una cuestión de convicción ética, cualquier doctrina, por inmoral que pueda considerarse”. Mill sostiene que la mayor libertad de expresión es necesaria para empujar a los argumentos de sus límites lógicos, en lugar de los límites de la vergüenza social.

Por su parte Joel Feinberg introdujo lo que se conoce como el principio de “ofensa”, ya que el grado que la persona puede ofender varía, o puede ser el resultado de prejuicios

³ Grande, Julio. (Ciclo I 2015). *Documento básico para análisis en la asignatura Derecho de Información*. Página, 98.

injustificados. Feinberg sugiere que un número de factores deben tenerse en cuenta al aplicar el principio de ofensa incluyendo el alcance, la duración y el valor social del discurso, la facilidad con que se puede evitar, los motivos del orador, el número de personas ofendidas, la intensidad de la ofensa, y el interés general de la comunidad en general.

La “Convención Americana sobre Derechos Humanos o Pacto de San José de Costa Rica” de 1969, en el Artículo 13. Señala: sobre la “*Libertad de pensamiento y de expresión*” donde el inciso expresa a) Debe existir el respeto a los derechos o la reputación de los demás.

Dichas imágenes “memes” y diferentes comentarios, aparte de violentar la libertad de expresión atentan contra el derecho al honor y a la propia imagen. Cuando se habla de honor, no se refiere al ser humano en general, sino a un ser humano en concreto, cuyo honor es atacado y será el único autorizado para perseguir procesalmente esa conducta, por lo tanto; sirve para delimitar lo que realmente es merecedor de una protección jurídica – penal frente a ofensas sin un contenido suficiente que las haga merecedoras de tal protección.

El derecho al honor es un derecho fundamental que posee suficiente contenido como para constituirse en un bien jurídico penal y a la falta de protección podría llevar, al mal uso de otros derechos, lo que a su vez provocaría un aumento a la agresividad social.

En cuanto al derecho a la propia imagen “*tiene como objetivo controlar la reproducción de la imagen física y el uso que se le hace de estas reproducciones*”⁴.

El derecho a la propia imagen tiene como objetivo garantizar no ver reproducida la imagen física a través de cualquier medio o soporte tecnológico que la haga identificable,

⁴ Grande, Julio. (Ciclo I – 2015). *Documento básico para análisis en la asignatura Derecho de Información*. Página, 126

incluida la caricatura; así como también el poder disponer del uso que de la misma se haga una vez captada.

La razón de este derecho radica en las características particulares que posee la imagen, la cual es considerada una manifestación esencial de la personalidad y por lo tanto se considera que tiene una función de identificación e individualización y que posee un valor primordial.

Sin duda, la imagen forma parte de una personalidad y como tal garantiza un ámbito de libertad de la persona respecto de sus atributos más característicos que son la imagen y su voz, cualidades definatorias del ser propio y atribuibles como posesión irreductible de toda persona. El derecho a la propia imagen protege frente a la captación, reproducción y publicación de la imagen en forma reconocible y visible.

“Cada persona dispone de la facultad exclusiva de determinar cuándo, cómo, por quién y en qué forma quiere que se capten, reproduzcan o publiquen sus rasgos fisionómicos, controlando el uso de dicha imagen por terceros, impidiendo así su captación, reproducción y publicación por cualquier procedimiento mecánico o tecnológico, sin su consentimiento”, (Grande Julio, Ciclo I - 2015 página 130).

El Tribunal Constitucional Español señala que el derecho a la propia imagen “ *Es el derecho que cada individuo tiene a que los demás no reproduzcan los caracteres esenciales de su figura sin consentimiento del sujeto, de tal manera que todo acto de captación, reproducción o publicación por fotografía, filme u otro procedimiento de la imagen de una persona en momentos de su vida privada o fuera de ellos supone una vulneración o a taque al derecho fundamental a la imagen, como también lo es la utilización para fines publicitarios, comerciales, o de naturaleza análoga.*”

Entonces, el derecho a la propia imagen posibilita a la persona la potestad de autodeterminación en el flujo de información gráfica sobre sí mismo, con el fin de controlar su reproducción y difusión, lo que salvaguarda un ámbito de decisión libre de la persona en el desarrollo de su propia personalidad”.

Por lo tanto, se pueden afectar ambos derechos, tanto el honor como a la propia imagen cuando no existe una justificación por otros bienes constitucionales de la captación, reproducción o publicación de la imagen de la persona y al mismo tiempo se afecta su integridad personal.

Ya que es necesario señalar que la captación, reproducción y publicación de dichas imágenes solo pueden emplearse para el uso informativo, siendo contrario al ordenamiento jurídico utilizarlas para efectos comerciales, publicitarios, o análogos, sin el consentimiento de la persona afectada.

En general se considera lícito el uso de caricaturas de personajes públicos o que desarrollan funciones públicas, ya que en ellas se justifican en el derecho que tiene la comunidad, dentro de un sistema democrático, de opinar pero no en un sentido ultrajante. (Grande, Ciclo I - 2015 página 137).

Por lo tanto, al analizar la política salvadoreña a través de figuras “memes”, que son creadas y publicadas en la red social Facebook, es de mucha importancia ya que de esta manera se conoce qué piensa la sociedad salvadoreña sobre determinado suceso que ocurre en el país, en este caso candidatos a Alcaldes de San Salvador, Santa Ana y San Miguel, donde se hizo un análisis minucioso a través de un estudio cualitativo- cuantitativo, para que fuera

sometido a juicio de la sociedad quienes al final aceptarán o no lo que se ha logrado concluir en la investigación.

Para este estudio, al abordar la temática con “memes” lo que se necesitó fue ingresar a un ordenador y comenzar a buscar las imágenes, las cuáles fueron las que nos dieron esa interpretación política sobre lo que las personas piensan de las elecciones de Alcaldes 2015 por los municipios de San Salvador, Santa Ana y San Miguel, a la vez que se logró recabar los comentarios de dichas imágenes “memes” para hacer una recopilación de los mismos, los que sirvieron para dar una conclusión final de la interpretación de la realidad política salvadoreña.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DEL OBJETO DE ESTUDIO

La red social Facebook nace el 4 de febrero de 2004, en la Universidad de Harvard, una idea gestada por Mark Elliot Zuckerberg. Alcanzó en muy poco tiempo una popularidad nunca vista hasta el momento en el mundo de Internet.

“Así nació el concepto de “amigo de Facebook” que en el futuro inspiraría a nuevas redes sociales como Tuenti en España (2006) o incluso Twitter (2006). La polémica no ha estado al margen de Facebook, ya que su creador Zuckerberg tuvo que enfrentar a una demanda por robo de ideas interpuesta por tres de sus compañeros de universidad. Finalmente, el fundador de la red social pagó 65 millones de dólares para poner fin a la demanda”⁵

¿Cuál era el atractivo de esta red social? subir fotos, etiquetar a tus amigos en ellas, escribir lo que pasa en tu día a día... Ya lo dijo Aristóteles, *"El hombre es un ser social por naturaleza"*, y esas necesidades de comunicación adquirirían muchas facilidades gracias a Facebook, y los usuarios han encontrado una manera de expresar lo que sienten, como lo que sucede en nuestro país con los “memes”, en los cuales las personas dicen lo que piensan sobre lo que acontece en nuestro territorio.

El futuro de Facebook parece halagüeño, pero aún le quedan algunos objetivos por cumplir. Su política de privacidad siempre ha supuesto un gran problema para muchos usuarios que no se fían del tratamiento de los datos.

⁵ Internet y Ordenadores (2014). *Cómo es la historia de Facebook*. Recuperado el 17 de octubre de 2014, de <http://internet-y-ordenadores.practicopedia.lainformacion.com/facebook/como-es-la-historia-de-facebook-20854>.

Por otra parte, la red social deberá incrementar la fidelidad de sus usuarios activos, ya que muchos de los internautas tienen una cuenta en Facebook pero no la utilizan. Resulta vital conseguir que estos usuarios interactúen en la red y que los nuevos integrantes sean una parte activa del proyecto.

Por otro lado, la utilización de “memes” en esta red social es un elemento muy importante a tomar en cuenta, ya que es una manera de decir o expresar lo que se piensa sobre un hecho, aunque muchas veces satíricamente, pero lo importante es que quíerese o no, causa manifestación e interpretación de la realidad en la que vivimos, pues estas imágenes surgen constantemente en internet y su apareamiento no es tan nuevo.

El inicio de los “memes” se remonta a la década de los 90’ no partiendo como “memes” propiamente, sino como imágenes de gif animadas que se viralizaron por correo electrónico, haciendo perder la formalidad de los mensajes electrónicos y transformándolos en un elemento de entretenimiento. Fue entre los años de 2000 y 2002 que aparecieron los primeros “memes” en internet que se hicieron acompañar por textos.

Para los fines de nuestra investigación, conceptualizamos a los “memes”;

“Como un fenómeno de internet, particularmente en las redes sociales, que se produce de forma planificada, intencional, para presentarla como ideas instantáneas y oportunas, y que se extienden de forma viral con imágenes satíricas que representan cultura, ideas, pensamientos o reacción que sucede en la vida cotidiana o política de la sociedad. Los memes pueden replicarse fácilmente y evolucionar en nuevas imágenes, incluso

puede llegar a innovarse sobre ellos hasta llegar hacer muy populares o desaparecer en pocos días”.

En base a ese concepto, se puede decir que los “memes” forman parte de un sistema de representación tanto lingüístico como visual, es decir son parte de un lenguaje icónico al representar la realidad a través de imágenes bajo sus elementos más apreciables como lo son color, forma y textura, cumpliendo la función de signos y símbolos.

Los “memes” forman parte de la cultura popular de Internet, los usuarios los identifican como una imagen con algún texto que haga referencia a ésta. “El término surgió en 1976, con el libro “The Selfish Gene” de Richard Dawkins, quien lo define como “unidad de transmisión cultural o unidad de imitación”.

Aunque la hipótesis “memética” (estudio formal de los memes) de transmisión cultural es mucho más complicada, en internet día a día surgen miles de memes que se viralizan sin conocer su historia”⁶

La representación de la política salvadoreña a través de “memes” en la red social Facebook. Caso: Candidatos a alcaldes en las elecciones 2015 por los municipios de San Salvador, Santa Ana y San Miguel, tienen un hilo conductor pues las personas hacen usos de “memes” para satirizar lo acontecido, y cada tres años en nuestro país se llevan a cabo las elecciones a Alcaldes y diputados por los diferentes municipios.

Las elecciones ante pasadas se realizaron en marzo de 2012, y los contendientes a la Alcaldía de San Salvador por los principales partidos políticos fueron el Dr. Norman Quijano por

⁶ Murata, G. (2013). *La historia detrás del meme*. Recuperado el 18 de octubre de 2014 de <http://internet-y-ordenadores.practicopedia.lainformacion.com/facebook/como-es-la-historia-de-facebook-20854>.

ARENA y Jorge Shafick Handal por el partido (FMLN), resultando ganador el candidato por el partido (ARENA) Dr. Norman Quijano, para el período 2012 – 2015.

Es por ello que en este año 2015 (año en el que realizamos este trabajo) corresponden nuevamente las elecciones municipales para el período comprendido del 2015 al 2018. Para dichas elecciones cada partido postuló sus candidatos a Alcaldes. En octubre de 2014 el partido (ARENA) confirmó y presentó su candidato a la Alcaldía capitalina el Sr. Edwin Zamora, proclamándolo oficialmente el 14 de Diciembre del mismo año. El Sr. Nayib Bukele, fue proclamado candidato alcalde para la comuna capitalina por el partido (FMLN) el 31 de agosto de 2014, fechas en las cuales se proclamaron los candidatos a diputados para la Asamblea Legislativa.

Es de hacer notar que El Tribunal Supremo Electoral (TSE) en pleno, realizó el viernes 31 de octubre de 2014 la convocatoria para las elecciones legislativas y municipales programadas para el 1 de marzo de 2015. En esa oportunidad las nuevas autoridades del TSE, encabezadas por el Magistrado Julio Olivo, Presidente del Organismo Colegiado, llamaron a elecciones instando a los partidos políticos a mantenerse dentro de la ley electoral.

Los 10 partidos políticos legalmente inscritos en el se inscribieron legalmente en el Tribunal Supremo Electoral (TSE) para estos comicios de Alcaldes, por San Salvador eran: Alianza Republicana Nacionalista (ARENA), Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional (FMLN), Cambio Democrático (CD), Gran Alianza por la Unidad Nacional (GANU); Democracia Salvadoreña (DS) y Partido de Concertación Nacional (PCN). También están el Partido Demócrata Cristiano (PDC); Fuerza Patriota Salvadoreña (FPS), Partido Salvadoreño Progresista (PSP) y el Partido Social Demócrata (PSD).

En cuanto a los Candidatos a Alcaldes que lucharon por la **Alcaldía de San Salvador** fueron quienes se mencionaron y de los cuales se brindan pequeñas características físicas y personales, con el propósito de tener un conocimiento de los candidatos. El primero de ellos, y como parte de una coalición de dos partidos (ARENA) y (PDC), fue diputado por San Salvador, **Edwin Zamora**, quien buscó retener la comuna tras dos períodos consecutivos, del Doctor Norman Quijano del partido (ARENA).

Edwin Zamora



Edwin Zamora, es un hombre de piel clara, estatura media, pelo entrecanas y de una edad entremedia, de religión católica. Zamora es un empresario de El Salvador Ingeniero textil por profesión, emprendedor, político, hace tres años llegó a ser diputado por San Salvador por el Partido Alianza Republicana Nacionalista (ARENA) y actualmente candidato a alcalde por San Salvador del mismo partido en las elecciones de alcaldes y diputados 2015.

Nombrado por el (COENA) tras la renuncia de Quijano. Zamora aceptó la candidatura por San Salvador y aseveró que trabajaría inmediatamente en crear un plan de gobierno basado

en una gran consulta a nivel municipal, pero también incluyendo insumos de otros sectores y además continuando con los principales proyectos de la actual administración.

El candidato por el partido (ARENA) que en 2012 fue el cuarto diputado más votado a nivel nacional, en la actual elecciones inició un diálogo para su proyecto electoral en el Centro Histórico, conversando con transeúntes y vendedores, formales e informales, para conocer los principales problemas que los aquejan.

El segundo candidato es **Nayib Bukele**, que representó la coalición del (FMLN) y del (PSP). Nombrado aspirante por el partido en el gobierno a mediados de agosto de 2014.

Nayib Bukele



Nayib Bukele, es un joven de 34 años de edad, de piel clara, estatura alta, cara alargada con una sonrisa siempre en su rostro. Nayib es un empresario, publicista, a sus 18 años ya dirigía una empresa, su enfoque es el interés social. Es un joven amante de la vida, de su familia y del país que lo vio nacer. Inteligente, emprendedor, posee bastante capacidad intelectual, que lo ha llevado a incursionar en la política como Alcalde por el Municipio de Nuevo Cuscatlán, en el 2011 a 2014. Para luego ser postulado por el Partido Frente

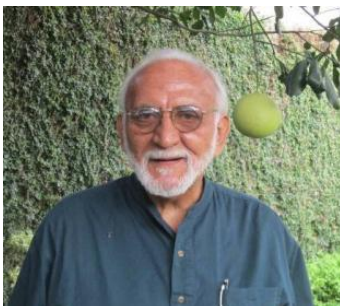
Farabundo Martí para la Liberación Nacional (FMLN) como Candidato Alcalde por la Alcaldía de San Salvador.

El secretario general del partido, Medardo González, aseveró que la decisión de postularlo como candidato se debió a que el actual alcalde de Nuevo Cuscatlán es un hombre emprendedor, que "está haciendo bien las cosas y una persona con mucho futuro".⁷

Bukele, es un empresario joven, con una corta carrera política, donde fue edil de Nuevo Cuscatlán representando al (FMLN). Afirmó en numerosas ocasiones que aceptar la candidatura de San Salvador implicó un reto, que lo sacó de su "zona de confort" pero que impulsaría un gobierno para la gente realizando proyectos que tradicionalmente no le competen a una comuna.

El tercer partido es de centro izquierda Cambio Democrático (CD) también contó con su carta por la comuna capitalina, el firmante de los Acuerdos de Paz, **Roberto Cañas**. Ex comandante, analista y catedrático.

Roberto Cañas



⁷ Velázquez, E. (2015). *Cinco candidatos lucharán por alcaldía de San Salvador*. Recuperado el 18 de octubre de http://www.elsalvador.com/mwedh/nota/nota_completa.asp?idCat=47673&idArt=9203584).

Roberto Cañas, un hombre de 65 años, cabello, barba y bigote color blanco, de anteojos y de una estatura media. Fue un ex comandante, político, economista y educador salvadoreño, destacado líder de la izquierda salvadoreña, conocido con el pseudónimo de "Rubén Rojas" o "Saúl I", Cañas fue uno de los miembros de la Comisión de Negociación que firmó los Acuerdos de Paz de 1992, también fue miembro de la Comisión Política y del Consejo Nacional del Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional (FMLN).

Roberto Cañas fue fundador del Movimiento de Izquierda Revolucionaria (MIR). Entre 1972 y 1975 fue miembro de la Resistencia Estudiantil Universitaria (REU) y organizador de grupos de estudiantes de secundaria, obreros y campesinos. Entre 1984 y 1988 se incorporó y participó en distintos Frentes de Guerra: Guazapa, Chalatenango, Volcán de San Salvador y el Sur de La Libertad.

Entre 1988-1989 fue miembro de la Comisión Político Diplomática del (FMLN), atendió distintos países europeos visitando Cancillerías, Parlamentos y partidos políticos en España, Alemania, Bélgica, Holanda, el Parlamento Europeo y Suecia. De 1990-1992 fue miembro de la Comisión de Negociación, vocero oficial y firmante de los Acuerdos de Paz de Chapultepec, México en 1992.

Fue candidato Alcalde por la Comuna Capitalina, bajo el partido (CD) el cual le hizo el nombramiento el 10 de septiembre de 2014. Señaló que de no ganar la alcaldía, buscaría ser parte de la misma como concejal.

El cuarto partido fue Gran Alianza por la Unidad Nacional (GAN), con su líder ex magistrado del Tribunal Supremo Electoral (TSE), **Walter Araujo**, quien renunció a

(ARENA) mientras aún era magistrado del Tribunal Supremo Electoral y quien se sumó en agosto de 2014 a las filas del partido naranja.

Walter Araujo



Walter Araujo, migueleño de nacimiento, con 51 años de edad, con estudios en Jurisprudencia y Ciencias Sociales, de rostro redondo, de piel clara, cabello corto negro y de estatura media. Ha sido parte del Partido Alianza Republicana Nacionalista (ARENA) desde su fundación hasta el 26 de Septiembre de 2013.

Araujo fue Diputado de la Asamblea Legislativa por tres períodos consecutivos de 1994 – 2003; Secretario de la Junta Directiva de la Asamblea Legislativa de 1994 a 1997 y de 1997 a 2000 fue Jefe del Grupo Parlamentario de (ARENA), asimismo fue Presidente y Director de Información del mismo partido.

Araujo formó parte de la Comisión para la Consolidación de la Paz COPAZ (1992 – 1994). En un período de 2009 a 2014 fue Magistrado Propietario del Tribunal Supremo Electoral y de 2004 a 2009 fue Presidente de la misma Institución. Para las elecciones de 2015 fue candidato a la Alcaldía de San Salvador por el partido (GANA).

Araujo señaló que era el único candidato que contaba con un plan de Gobierno, el cual había denominado: "Metas para un San Salvador mejor", donde destacaba objetivos para mejorar el Centro Histórico, la seguridad, reducción de tasas municipales y tratamiento de los desechos sólidos, entre otros.

Adolfo Salume es otro candidato que se sumó a la lucha electoral por la comuna capitalina. En donde enfocó su propuesta en mejorar la seguridad, la educación y apoyar la micro y pequeña empresa.

Adolfo Salume



Adolfo Salume, un hombre de rostro serio, piel trigueña, cabello corto entrecanas, con anteojos, con una estatura media y de forma rellenita. Fito Salume como es reconocido, es Licenciado y Máster en Administración de Empresas lo que lo llevó a ser ahora un empresario. Salume político-empresario fundó el partido DS lo que lo llevó a ser elegido como Candidato Alcalde por San Salvador bajo dicho partido en 2015.

Como último partido que luchó por la alcaldía de San Salvador estuvo el partido de Concertación Nacional (PCN), con su candidato **Luis Cuenca**, "Me siento contento ser parte

de la familia del (PCN), en mi gestión abogaré por la inclusión social de los capitalinos" dijo el aspirante en su momento.⁸

Luis Cuenca



Luis Cuenca, un hombre de estatura alta, carga alargada, mirada seria y pelo entrecano, con aproximadamente 50 años. Un empresario salvadoreño que nunca había participado en un proceso electoral, más que apoyar la candidatura del ex presidente Elías Antonio Saca. Fue coordinador para las áreas de alquiler de maquinaria y equipo de construcción, concreto hidráulico, pavimento en carreteras de la empresa Edisal.

Fue director ejecutivo y gerente general de Mercados Lógicos Salvadoreños (Mercosal). Copreca-Linares, empresa contratada para construir el bulevar Diego de Holguín, hoy Monseñor Romero.

Hacemos notar que a la contienda electoral en mención se inscribieron otros candidatos de los partidos siguientes:

- Partido Demócrata Cristiano (PDC)

⁸ Velásquez, E. (2014). *PCN ratifica candidatos para alcaldes y diputados en elecciones de 2015*. Recuperado 22 de enero de 2015 de http://www.elsalvador.com/mwedh/nota/nota_completa.asp?idcat=47673&idart=9203584

- Fuerza Patriota Salvadoreña (FPS)
- Partido Social Demócrata (PSD)

Sin embargo, en lo que se refiere a la ciudad de San Salvador, debido a que la incidencia en cuanto a la intención de votos era prácticamente insignificante, optamos por centrar la investigación solo en los candidatos antes perfilados.

Otras ciudades importantes del país como Santa Ana y San Miguel también participaron en las pasadas elecciones municipales. Los diferentes Partidos Políticos inscribieron en el TSE a sus candidatos a Alcaldes por la comuna Santaneca y Migueleña respectivamente.

Por la alcaldía de Santa Ana se inscribieron seis partidos. Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional (FMLN), Alfredo Peñate; Alianza Republicana Nacionalista (ARENA) Mario Moreira; por el Cambio Democrático (CD), Ernesto Juárez; por Fraternidad Patriota Salvadoreña (FPS), Saúl Salas; Democracia Salvadoreña (DS) Briseida de Reyes, y por último el Partido Social Demócrata (PSD), con su representante Luduvina Torres.

De igual manera que los candidatos por la Alcaldía de San Salvador se brindan pequeñas características de los personajes en contienda.

Alfredo Peñate



Alfredo Peñate, representó el partido (FMLN), es un hombre que ronda los 50 años de edad, 1.80 metros de estatura, piel morena y nariz ancha, cabello cenizo y muy ralo, de peso normal. Peñate asumió la responsabilidad de la comuna santaneca después de la muerte del alcalde Francisco Polanco, un hombre con visión y compromiso con las personas.

Mario Moreira



Mario Moreira, por el partido (ARENA), es una persona de estatura media, cabellos canosos y piel morena, además de poseer un bigote color negro y con un poco de sobrepeso. Moreira es un ingeniero mecánico y electricista, dueño de la empresa Moreira Ingenieros S.A de C.V.

Es miembro del club rotario Cuscatlán, un hombre solidario con las personas, pues desde su puesto colaboró con sillas de ruedas, medicamentos y alimentación con las personas de escasos recursos, una persona proactiva y con buenos principios cristianos.

Otro partido que disputó por la alcaldía de Santa Ana fue Cambio Democrático (CD), con Ernesto Juárez

Ernesto Juárez



Ernesto Juárez, por el partido Cambio Democrático (CD), es un hombre de principios cristianos, pastor de una iglesia evangélica, además de ser amante del deporte, el cual ha practicado desde muy joven. Es un hombre de 63 años de edad aproximadamente, piel morena, ojos negros, y de una estatura aproximada de 1.78 metros.

Saúl Salas

Saúl Salas, fue otro candidato a alcalde por la Alcaldía de Santa Ana por el partido Fraternidad Patriota Salvadoreña (FPS), sargento, un hombre de estatura media y piel blanca, cabello oscuro y con sobrepeso, dice ser un hombre responsable y sobre todo amable y solidario con las personas.

Briseida de Reyes



Briseida de Reyes, fue candidata por la Alcaldía de Santa Ana por el partido Democracia Salvadoreña (DS), es Licenciada en Gastronomía y Turismo, domina los idiomas español, francés e inglés. Mujer empresaria de 31 años de edad, piel blanca, cabello color café y ojos claros, estatura media y con una sonrisa muy carismática. Briseida es una mujer emprendedora quien estudiaba y trabajaba para lograr culminar sus estudios y así poder demostrar a muchas personas que todos se puede superar.

Luduvina Torres



Luduvina Torres, fue candidata en busca de la comuna capitalina representando al Partido Social Demócrata (PSD), Luduvina, una mujer de estatura mediana, piel morena, cabello negro y liso que cae hasta los hombros, ojos color café y con un poco de sobrepeso, fue la primer mujer aspirante presentada oficialmente por un partido político para convertirse en la alcaldesa de Santa Ana.

Es Licenciada y coordinadora del Movimiento de Mujeres Centroamericanas en Acción (MUCA), una mujer feminista quien ha fomentado la equidad de género y la erradicación de la violencia en el hogar, especialmente contra las mujeres. Es una persona con una visión diferente de las cosas ya que consideró que al ganar la silla edilicia buscaría que las familias estén cada vez más unidas.

En cuanto a los candidatos que se disputaron la **Alcaldía por la ciudad de San Miguel**, estaban, por el partido (GANA) José Will Salgado, (quien lideró San Miguel por 15 años consecutivos); por el partido Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional (FMLN), Miguel Pereira; por Alianza Republicana Nacionalista (ARENA), Eddie Iraheta y por el partido Cambio Democrático (CD), José Barahona.

A continuación se brindan características principales de cada candidato.

José Will Salgado



Will Salgado, conocido comúnmente como Will Salgado, es originario de Santiago de María, Usulután. Un hombre de edad entremedia, pelo color negro, cara redonda, ojos entre achinados y de piel morena. Es un empresario, militar y político salvadoreño, fungió como Alcalde de San Miguel desde el año 2000 hasta el año 2015. Proveniente de una familia campesina, en 1980 se alistó en el ejército durante la guerra civil alcanzando el rango de cabo en el batallón de reacción inmediata General Manuel José Arce.

Una de las características más notable es el uso de un lenguaje sencillo y coloquial alejado del formalismo de los políticos profesionales, así como su arrogancia y prepotencia. Will Salgado al parecer no tiene una visión clara de él mismo ni de lo que quiere, puesto que en los 15 años que fue Alcalde lo hizo con diferentes partidos políticos iniciando con el (PDC), siguiendo con (ARENA), (PCN), luego junto al ex alcalde de Santa Ana Orlando Mena, forman una nueva plataforma “Líderes por el cambio” y finalizando en el Partido Gran Alianza por la Unidad Nacional (GANAN).

Miguel Pereira



Miguel Pereira, representó al Partido Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional (FMLN). Es una persona de edad joven, serio, un poco arrogante, delgado, piel trigueña y ojos achinados, es de religión católica. Pereira es Licenciado en Ciencias Jurídicas con post grado en Derecho empresarial, trabajador, emprendedor y asesor de políticas juveniles y visionario de nuevas formas sociales

Eddie Iraheta

Eddie Iraheta, del partido Alianza Republicana Nacionalista (ARENA). Como grupo investigador no se encontraron características personales sobre el candidato.

José Barahona Turcios



José Barahona Turcios, fue candidato a Alcalde de San Miguel bajo la bandera del partido Cambio Democrático (CD), nació en 1965, con aproximadamente 50 años de edad. Es un hombre de estatura media, cara redonda, pelo entrecano, de forma corporal normal, semblante serio y firme.

Turcios es Graduado de la Universidad de El Salvador de Licenciado en Ciencias de la Educación y graduado de una Universidad Privada obteniendo el título de Licenciado en Ciencias Jurídicas. Desde los 14 años entró a formar parte del (FMLN) comenzando a formar sus principios ideológicos. Dice ser un hombre luchador social, actualmente labora en la CSJ en el juzgado 2o de familia.

Desde el inicio de las elecciones comenzaron a circular diferentes imágenes o “memes” de los distintos candidatos con su respectivo texto en la red social Facebook, en donde los usuarios de Facebook brindaron opiniones y comentaron distorsionando la realidad de lo que aconteció en época electoral. En dichas imágenes se evidenció a los protagonistas de los hechos en una forma satírica.

2.2 PERSPECTIVA O PARADIGMA TEÓRICO

La palabra Paradigma es un término de origen griego, "parádeigma", que significa modelo, patrón, ejemplo. En un sentido amplio, se corresponde con algo que va a servir como modelo o ejemplo a seguir en una situación dada. Son las directrices de un grupo que establecen límites y que determinan cómo una persona debe actuar dentro de esos límites.

El estadounidense Thomas Samuel Kuhn (1922-1996), físico y filósofo de la ciencia, en su libro "La estructura de las revoluciones científicas" definió paradigma como los "Logros científicos que generan modelos que, durante un período más o menos largo, y de modo más o menos explícito, orientan el desarrollo posterior de las investigaciones exclusivamente en la búsqueda de soluciones para los problemas planteados por éstas"⁹.

En la investigación La representación de la política salvadoreña a través de "memes" en la red social Facebook. Caso: Candidatos a Alcaldes en las elecciones 2015 por los municipios de San Salvador, Santa Ana y San Miguel, se usó el Paradigma Interpretativo, o también conocido como Paradigma Fenomenológico.

El Paradigma Interpretativo o Fenomenológico engloba un conjunto de corrientes cuyo interés se centra en el estudio de los significados de las acciones humanas. Se caracteriza por prestar atención a todos los aspectos de la realidad comunicacional, producto de su contexto y su realidad.

Se basa fundamentalmente en la observación y en el uso de los relatos para comprender la experiencia de los propios sujetos de investigación. Este paradigma reúne las aportaciones

⁹ Basurto, D. (2013). *Significado de Paradigma*. Recuperado el 16 de octubre de 2014 de www.significados.com/paradigma.

procedentes de la sociología fenomenológica, la etnometodología e interaccionismo simbólico.

Su descripción de la comunicación de masas ha reflejado sobre todo el proceso de mediación social en la creación de significados, además de enfatizar el estudio de quién y cómo se produce el contenido de los medios de comunicación, para pasar más tarde al estudio de la influencia de este contenido en la sociedad.

El estudio de los medios de comunicación de masas en el marco de las distintas corrientes de la sociología interpretativa, introdujo en la década de los setenta nuevas formas de contemplar el proceso de comunicación. A diferencia del Paradigma Funcionalista y su concepción de efectos limitados e indirectos, la perspectiva interpretativa partió de la idea de que los medios de comunicación ejercían su influencia a través de la modelación del conocimiento en la sociedad.¹⁰

En cuanto a los principales enfoques interpretativos en el estudio de los medios de comunicación de masas se encuentran las rutinas de las prácticas periodísticas, el contenido de la información, y el impacto de los productos informativos, además de la noticia como construcción de la realidad.

En la década de 1970 y basadas en las distintas corrientes de la Sociología Interpretativa (Fenomenológica, Etnometodológica e Interaccionista Simbólica) se propusieron alternativas para comprender el papel de los medios de comunicación de masas.

¹⁰ Dolores, M. (1993). *La información periodística y su influencia social*. Barcelona: Editorial La Labor, Pág. 35.

En cuanto a los autores que más contribuirían al nuevo enfoque de estudio de los medios de comunicación fueron, principalmente, A. Schutz, de la Sociología Fenomenológica, y P. Berger y T. Luckmann, indicadores de una nueva corriente en la Sociología del Conocimiento. A. Schutz, el teórico más prestigioso de la Sociología Fenomenológica, nació en Viena en 1899.

Será sobre todo la influencia de A. Schutz en la obra de P. Berger y T. Luckmann, *The Social Construction of Reality*, publicada en 1966, la que incidirá de manera particular en la investigación sobre la comunicación de masa. La aportación principal de P. Berger y T. Luckmann consistió en analizar los procesos macrosociológicos de acción social, es decir, la institucionalización y posterior legitimación de las instituciones como un aspecto fundamental del proceso de objetivación social.

Más recientemente, otros dos autores, T.R. Lindloof y T.P. Meyer (1987), han propuesto nuevas líneas de trabajo para la sistematización de los resultados de la investigación bajo la perspectiva interpretativa.

Con el uso de este paradigma se buscó comprender desde la interioridad del sujeto, las significaciones, el conocimiento de la forma, cómo se experimenta la vida social a partir de la descripción de diversos contextos y situaciones, los aspectos relativos a los valores, a las motivaciones, y a las acciones que se manifiestan en las prácticas colectivas.

Por tal motivo se escogió el Paradigma Interpretativo para la investigación acerca de La representación de la política salvadoreña a través de “memes” en la red social Facebook. Caso: Candidatos a Alcaldes en las elecciones 2015 por los municipios de San salvador, Santa Ana y San Miguel.”, puesto que se caracteriza por prestar atención a todos

los aspectos de la realidad comunicacional (el producto, su contexto y realidad) y nuestros casos investigados forman parte de una realidad, que trae un contexto pero no conceptos previos, por lo que dio lugar a realizar un estudio exploratorio teniendo una mayor profundidad en los hallazgos.

Como se dijo anteriormente el Paradigma Interpretativo es conocido también como Paradigma Fenomenológico ya que reúne las aportaciones procedentes de la Sociología Fenomenológica, la Etnometodología y el Interaccionismo Simbólico. La Fenomenología es vital en nuestra investigación dado que estudian los significados de las acciones humanas y la vida social.

También busca supuestos denominados CULTURA, como en nuestro caso, puesto que estudiamos la realidad salvadoreña, dado en un contexto mediante “memes” de la red social Facebook, los cuales vienen a ser parte de una cultura en la cual el ser humano (individuo) se expresa mediante signos y símbolos.

2.3 SISTEMA DE CONCEPTOS

CONCEPTOS RELACIONADOS DIRECTAMENTE AL OBJETO DE ESTUDIO

Amigo de Facebook: se le denomina así a la relación que existe entre dos o más personas que entran en contacto virtual por medio de la red social Facebook, ya sean conocidos o no, en este último el fin es conocerse y llegar a una relación de amistad.

Alcalde: persona que preside el ayuntamiento de un término municipal y que está encargada de ejecutar los acuerdos de éste y de cuidar de todo lo relativo al buen orden de su territorio.

Cuenta: en este caso, se le llama cuenta al perfil que se crea en la red social Facebook, existen dos tipos de cuentas: las de cualquier usuario normal y corriente y la que pueden abrir las empresas. Las primeras son totalmente gratuitas y permiten la comunicación fluida entre personas reales; las segundas sirven para ofrecer productos o servicios y mantener contacto cercano entre empresas y clientes. A su vez en las cuentas de empresas existen las versiones gratuitas y las pagas, estas últimas ofrecen más prestaciones, permitiendo una mayor visibilidad a la compañía pertinente.

Comentario: es una opinión, parecer juicio o consideración que alguien hace acerca de otra persona o de algo. Dicha mención puede desarrollarse por vía oral o por escrito.

Calumnia: es aquella acusación, imputación, carente de verdad que se vierte sobre alguien con la clara misión de provocarle un daño. (Retomado del Código Penal de El Salvador)

Derecho a la propia imagen: es el que tiene como objetivo primordial controlar la reproducción de la imagen física y el uso que se hace de estas reproducciones, así como garantizar no ver reproducida la imagen física a través de cualquier medio o soporte tecnológico que la haga identificable, incluida la caricatura. (Retomado del Código Penal de El Salvador)

Difamación: es la acción y efecto de difamar, desacreditar a alguien a través de la difusión de información que resulte contraria a su reputación o buena fama., tiene la intención de dañar a una persona a partir de una acusación. (Retomado del Código Penal de El Salvador)

Delitos contra el honor: el honor es la percepción que el propio individuo tiene de sí mismo en cuanto a su prestigio dentro de un grupo, es su reputación social. El contenido del derecho al honor depende de las normas, valores e ideas sociales vigentes en cada momento. El honor está vinculado a la dignidad humana, es un derecho personalísimo cuya titularidad pertenece a las personas físicas, discutiéndose respecto de las personas jurídicas. (Retomado del Código Penal de El Salvador)

Facebook: es una red social la cual permite intercambiar una comunicación fluida y compartir contenido de forma sencilla a través de internet. Ésta fue creada por Mark Zuckerberg mientras estudiaba en la universidad de Harvard. Dicho proyecto innovador se extendió rápidamente hasta estar disponible para cualquier usuario de la red. (Creación propia del grupo investigador)

Facebookeros: se les denomina así a las personas que tienen una “obsesión” por la red social Facebook y en la que muestran y dejan al descubierto su personalidad.

Gobierno: el vocablo gobierno hace mención al desarrollo de un poder del Estado y/o a la conducción dirigencial en general. Según la teoría, se define como gobierno al organismo que, según reconoce la Constitución, asume las responsabilidades del poder ejecutivo y concentra el poder político para conducir a una determinada sociedad. Generalmente, está integrado por un Presidente o Primer Ministro y una cierta cantidad de Ministros, Secretarios y otros funcionarios.

Honor: es una cualidad moral que lleva al sujeto a cumplir con los deberes propios respecto al prójimo y a uno mismo. Se trata de un concepto ideológico que justifica conductas y explica relaciones sociales. (Retomado del Código Penal de El Salvador).

Injuria: es el agravio, ultraje de obra o de palabra y el hecho que lesiona la dignidad de una persona. Dicha lesión implica menoscabar la fama de la persona o atentar contra su propia estimación. Así se desprende del artículo 208 del Código Penal, donde también se dice que solamente será constitutiva de delito la injuria que, por su naturaleza, efectos y circunstancias, sea tenida en el concepto público por grave. (Retomado del Código Penal de El Salvador)

Like: dependiendo del contexto y la persona un like puede significar muchas cosas. Ese es parte de su encanto, su versatilidad puede significar todo y nada, es genuinamente todo para todo. En el caso del contenido de nuestros amigos, puede ser desde un simple acuse de recibo (ya vi lo que publicaste), notita solidaria (estoy de acuerdo con esto) o genuina muestra de interés (esto que pusiste esta bueno). Lo único que cualquiera de estos usos tienen en común es que demuestran atención. Alguien vio eso y tomó una acción, ínfima si quieren, pero indica sin dudas que lo que hiciste no pasó desapercibido

Meme: es un fenómeno de internet los más polémicos *images boards*, su génesis esta en donde realmente le corresponde, que es en el raudo y amplio proceso de distribución de cultura e información al que globalmente asistimos en esta era de la comunicación, donde la inmediatez, la abreviatura y el poder de replicación es fuerte como valores de una idea de comunicación de entretenimiento hábil y efectista.

Política: es una actividad orientada en forma ideológica a la toma de decisiones de un grupo para alcanzar ciertos objetivos. También puede definirse como una manera de ejercer el poder con la intención de resolver o minimizar el choque entre los intereses encontrados que se producen dentro de una sociedad. La utilización del término ganó popularidad en el siglo V A.C., cuando Aristóteles desarrolló su obra titulada justamente “Política”.

Perfil: el término perfil generalmente se utiliza y aplica a dos situaciones bien concretas y diferentes. Por un lado para referirse a la postura que solo permite ver alguna de las dos mitades laterales del cuerpo de una persona. La palabra perfil también se usa muchísimo para designar aquellos rasgos particulares que caracterizan a una persona y por supuesto le sirven para diferenciarse de otras.

Red social: son aplicaciones web que favorecen el contacto entre individuos. Estas personas pueden conocerse previamente o hacerlo a través de la red. Contactar a través de la red puede llevar a un conocimiento directo.

Viralidad: Es la capacidad que tiene algo para reproducirse, multiplicarse y expandirse como un virus. Aplicando este concepto a la comunicación podemos encontrarnos con vídeos virales, con campañas de marketing viral o acciones concretas virales.

CONCEPTOS RELACIONADOS CON EL PARADIGMA FENOMENOLÓGICO

Comunicación: es un fenómeno inherente a la relación que los seres vivos mantienen cuando se encuentran en grupo. A través de la comunicación, las personas o animales obtienen información respecto a su entorno y pueden compartirla con el resto.

Comunicación de masas: es aquella forma de comunicación en la cual los mensajes son transmitidos públicamente, usando medios técnicos, indirecta y unilateralmente. La comunicación de masas supone condiciones operacionales distintivas, principalmente acerca de cuáles la naturaleza del auditorio, de la experiencia de comunicación y del comunicador.

Cultura: significa cultivo, y viene del latín *cultus*, que a su vez deriva de la palabra *colere*. La cultura es generalmente todo complejo que incluye el conocimiento, el, las costumbres y todos los hábitos y habilidades adquiridos por el hombre no sólo en la familia, sino también al ser parte de una sociedad como miembro que es.

Etnometodología: de acuerdo con las raíces griegas, se refiere a los métodos que las personas utilizan cotidianamente para vivir una vida satisfactoria. Se considera que las personas son racionales, pero usan un “razonamiento práctico” para vivir su vida cotidiana.

Fenomenología: es la ciencia que estudia la relación que hay entre los hechos (fenómenos) y el ámbito en que se hace presente esta realidad (psiquismo, la conciencia). Entendido también cómo el actor social interpreta símbolos personales, a partir sus interpretaciones de experiencia.

Interaccionismo simbólico: es una de las corrientes de pensamiento microsociológica, relacionada también con la antropología y la psicología social, que se basa en la comprensión de la sociedad a través de la comunicación y que ha influido enormemente en los estudios sobre los medios. El interaccionismo simbólico se sitúa dentro del paradigma interpretativo.

Medios de comunicación: los medios de comunicación en nuestro país son instrumentos utilizados en la sociedad contemporánea para informar y comunicar mensajes en versión textual, sonora, visual o audiovisual. Algunas veces son utilizados para comunicar de forma masiva, para muchos millones de personas, como es el caso de la televisión o los diarios impresos o digitales, y otras, para transmitir información a pequeños grupos sociales, como es el caso de los periódicos locales o institucionales.

Proceso de comunicación: es un proceso complejo, de carácter social e interpersonal, en el que se lleva a cabo un intercambio de información, verbal y no verbal, se ejerce una influencia recíproca y se establece un contacto a nivel racional y emocional entre los participantes, que puede definirse como un proceso en el que intervienen dos o más seres o comunidades humanas que comparten experiencias, conocimientos, sentimientos; aunque sea a distancia, a través de medios artificiales. En este intercambio los seres humanos establecen relaciones entre sí y pasan de la existencia individual aislada a la existencia social comunitaria.

Paradigma: es un término de origen griego, "parádeigma", que significa modelo, patrón, ejemplo. En un sentido amplio corresponde con algo que va a servir como modelo o ejemplo a seguir en una situación dada.

Perspectiva interpretativa: es la que tiene como objeto de estudio la comunicación interpersonal; esta perspectiva ve la comunicación desde un punto de vista subjetivo, es decir, pone de manifiesto la subjetividad de las relaciones sociales.

Sociología fenomenológica: es el estudio de las estructuras formales de la existencia social concreta según lo hecho disponible en y con la descripción analítica de actos del sentido intencional. El "objeto" de tal análisis es el mundo vivido significativo de la vida diaria.

CONCEPTOS RELACIONADOS CON LA METODOLOGÍA CUALITATIVA

Análisis de contenido: se trata de un método que consiste en clasificar y/o codificar los diversos elementos de un mensaje en categorías con el fin de hacer aparecer de la mejor manera el sentido.

Análisis de contenido cualitativo: describir los elementos de ciertas conductas, registrarlos de forma ordenada, clasificarlos o categorizarlos.

Componentes semánticos: comprenden el conjunto de principios y mecanismos gracias a los cuales se puede interpretar el significado de una oración. Esta interpretación se realiza sobre la estructura profunda y por tanto dos frases cuya forma superficial sea diferente pero cuyo significado es el mismo deberían tener la misma estructura profunda.

Descripción: es una herramienta discursiva que permite explicar las características de los sujetos, de los acontecimientos que tienen lugar, de los espacios físicos donde se desarrollan, incluso de las sensaciones que se tienen, tanto en situaciones reales o en textos de ficción.

Enfoque cualitativo: es el que se utiliza para refinar preguntas de investigación, el investigador comienza analizando el mundo social y con esto desarrolla una teoría consistente con lo que observa qué ocurre.

Interpretación sistemática: es aquella que basa sus argumentos en el presupuesto de que las normas de un ordenamiento o, más exactamente, de una parte del ordenamiento constituyen una totalidad ordenada... y que, por tanto, es lícito aclarar una norma oscura o integrar una norma deficiente, recurriendo al llamado “espíritu del sistema” yendo aún en contra de lo que resultaría de una interpretación meramente literal.

Muestra: una muestra es una colección de algunos elementos de la población, pero no de todo. Debe ser definida en base de la población determinada, y las conclusiones que se obtengan de dicha muestra solo podrán referirse a la población en referencia.

Metodología: es la ciencia que estudia el método. Proviene del griego (méthodos), que significa „método“, y el sufijo -logía, que deriva de (lógos) y traduce, ciencia, estudio, tratado. Metodología también se refiere a la serie de métodos y técnicas de rigor científico que se aplican sistemáticamente durante un proceso de investigación para alcanzar un resultado teóricamente válido.

Metodología cualitativa: la metodología cualitativa es aquella empleada para abordar una investigación dentro del campo de las ciencias sociales y humanísticas. Como tal, se enfoca en todos aquellos aspectos que no pueden ser cuantificados, es decir, sus resultados no son trasladables a las matemáticas, de modo que se trata de un procedimiento más bien interpretativo, subjetivo, en contraposición con la metodología cuantitativa.

Procesos inductivos: el método inductivo o inductivismo es aquel método científico que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares. Se trata del método científico más usual, en el que pueden distinguirse cuatro pasos esenciales: La observación de los hechos para su registro; la clasificación y el estudio de estos hechos; la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización; y la contrastación.

Técnicas de investigación cualitativa: cada técnica tiene la capacidad de modificarse y ajustarse a las necesidades de la investigación. Por ejemplo, la entrevista puede ser grupal, individual, grabada, filmada o escrita.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

El carácter de la metodología de la investigación es cualitativo-cuantitativo, ya que en lo cualitativo se analizó cómo las personas (usuarios de la red social Facebook) a través de sus comentarios satirizan la política salvadoreña, razón por la cual se utilizó este método ya que busca descubrir la estructura o sistemas dinámicos que dan razón a los elementos observados. El investigador cualitativo intenta capturar lo que la gente dice y hace; es decir, los productos de cómo la gente interpreta el mundo, la tarea del investigador cualitativo es encontrar los patrones dentro de las palabras y los actos.

Por tal razón en lo cualitativo se accedió a los datos para su análisis e interpretación a través de la observación directa, por medio de la encuesta ya que su principal objetivo es la descripción de las cualidades de un fenómeno en la investigación. En cuanto a lo cuantitativo se utilizaron datos numéricos al analizar e interpretar las preguntas y comentarios que se realizaron a las personas encuestadas. Además se cuantificó la muestra “memes” con sus like y cuantas veces fueron compartidas dichas imágenes.

Así también en la investigación para el manejo de los datos se utilizó el método inductivo *“Es aquel procedimiento que va de lo particular a lo general, para obtener conclusiones generales”*, (MELÉNDEZ ,2007).

Según su finalidad la investigación fue aplicada, puesto que se sometió a teorías para ir al encuentro del fenómeno, así como el estudio de monitoreo de comentarios y “memes” para determinar cómo la población satiriza un hecho político.

Según su temporalidad, fue sincrónica, ya que el trabajo se desarrolló en una forma lineal del tiempo con una duración de seis meses iniciando de febrero a julio de 2015.

Por su profundidad, fue una investigación exploratoria, ya que se hizo un acercamiento al fenómeno destacando los aspectos fundamentales del problema. Asimismo fue descriptiva ya que buscó cómo estaba constituido el objeto de estudio.

En cuanto a su alcance fue una investigación micro social, ya que se refirió únicamente a una parte de la realidad social.

3.2 DEFINICIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA MUESTRA

La definición de la muestra de la investigación La representación de la política salvadoreña a través de “memes” en la red social Facebook. Caso: Candidatos a Alcaldes en las elecciones 2015 por los municipios de San Salvador, Santa Ana y San Miguel, es abierta ya, que presenta un enfoque cualitativo para identificar conceptos esenciales de la investigación, además; de no estar direccionados en su inicio.

La muestra estudiada fue de 40 imágenes o “memes” correspondientes a dichos casos, para tener un mayor análisis del tema, iniciando desde febrero a julio de 2015. Las imágenes y comentarios seleccionados ayudaron a entender el fenómeno de estudio.

El análisis se realizó de acuerdo a su contenido, ya que generan distintas opiniones e importancia a las audiencias. Por lo tanto; favoreció a la profundidad de la investigación, asimismo; se respondió a la pregunta guía y los objetivos ya definidos anteriormente.

El elemento de comunicación investigado fueron los mensajes que en los “memes” se transmitieron puesto que a través de ellos se manifestó la representación de la política salvadoreña sobre temas de interés, donde se siguió dichas imágenes en la cantidad y período antes mencionado.

3.3 DEFINICIÓN DE LA TÉCNICA

A partir de la muestra de estudio se destacó la importancia de la técnica utilizada en la investigación La representación de la política salvadoreña a través de “memes” en la red social Facebook. Caso: Candidatos a Alcaldes en las elecciones 2015 por los municipios de San Salvador, Santa Ana y San Miguel, para obtener datos profundos e importantes que ayuden a enriquecer la investigación.

Es por ello, que la investigación se pretendió explicar a través de la técnica de análisis de contenido cualitativo y cuantitativo; puesto que la técnica de contenido cualitativo *“permite tener una mayor profundidad debido a que es una de las principales herramientas al momento de tratar de dar una explicación a temas complejos de la realidad”*.¹¹

El análisis de contenido cualitativo, desde una óptica más amplia, se puede ubicar en el extenso campo formado por los métodos y técnicas de investigación sociológica. Se considera que puede hacerse siguiendo métodos como la observación directa de la realidad social por medio de entrevistas, encuestas, cuestionarios y observación participante.

¹¹ Cáceres P.(2003). *Análisis cualitativo de contenido: Una alternativa metodológica alcanzable*. Recuperado 01 noviembre de 2014 de <http://www.psicoperspectivas.cl/index.php/psicoperspectivas/article/viewFile/3/3>.

Lo característico del análisis de contenido, y que lo distingue de otras técnicas de investigación sociológica, es que se trata de una técnica que combina, la observación y el análisis documental¹²

En cuanto a la técnica de contenido cuantitativo, es *“un sistema ordenado, en cuyo marco el papel del científico es el de un observador deductivo y desprendido que usa procedimientos explícitos con el propósito de observar y medir”*¹³

Por otra parte Berelson señala que el análisis de contenido es una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática, cualitativa y cuantitativa del contenido manifiesto de las comunicaciones con el fin de interpretarlas, un concepto al que los autores Paul Lazarsfeld y Harol D. Lasswell ayudaron a sentar las bases del análisis.

De acuerdo a la teoría referente al análisis de contenido cualitativo y cuantitativo como técnicas de investigación, ambas fueron escogidas por el grupo investigador ya que se apegó a nuestro fines investigativos, puesto que brindó mayores perspectivas y una mayor profundidad de análisis de la realidad social ya que se usó la observación y el análisis de documentos (imágenes), así como la medición de los like, cuántas veces fue compartida la imagen y cuantificar los comentarios.

Asimismo, abre las puertas para realizar una descripción e interpretación sistemática de los componentes semánticos y formales de todo tipo de mensaje, por lo tanto; es de vital importancia tener una mejor comprensión de lo que los “memes” significan, su contenido

¹² Mendoza , M. y López, A. *Análisis de contenido cualitativo y cuantitativo: Definición, clasificación y metodología*. Recuperado 01 de noviembre 2014 de <http://www.utpedu.co/~chumanas/revistas/rev20/gómez>

¹³ HARTIN- IORIOS, (2004). *Método Cualitativo en periodismo*, en <http://aprendeenlinea.udea.edu.co/lms/moodle>

y su valoración por parte de las audiencias, pues por medio de ellos se dio la representación de una realidad política satirizada.

Finalmente, no se trata de efectuar comparaciones o clasificaciones, por lo cual se recurre a elementos clasificatorios o cuantificables sino más bien, se requiere buscar mayores detalles relativos al contenido y aplicar variables e indicadores que pongan en evidencia un contenido latente, es decir una labor propiamente interpretativa y que pueda otorgarle mayor importancia a la investigación.

3.4 INSTRUMENTO PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

Para la realización de este trabajo de investigación se utilizaron dos diferentes instrumentos en la recolección de datos:

GUÍA DE OBSERVACIÓN: esta técnica de investigación fue empleada en el monitoreo constante de la red social Facebook en busca de las diferentes imágenes “memes” y sus variados comentarios que los usuarios de esta red social realizaron durante el período diciembre de 2014 a marzo de 2015, con el objetivo de analizar las diferentes formas de satirizar a los candidatos en estudio.

ENCUESTA: otra técnica utilizada fue la encuesta dirigida a estudiantes universitarios catedráticos y empleados públicos de la Universidad de El Salvador, según definición la encuesta es una técnica a un número determinado de personas utilizando un conjunto de preguntas especialmente diseñadas y pensadas para ser dirigidas a una muestra de población, que se considera por determinadas circunstancias funcionales al trabajo, con el objetivo de conocer la opinión de la gente sobre determinado tema.

En la investigación las preguntas fueron abiertas y cerradas orientadas a la influencia que generan en la ciudadanía las imágenes “memes” relacionados a temas electorales.

Dadas las características de la investigación, el tipo de encuesta empleada fue muestral, ya que éstas, ayudaron a obtener información de gran exactitud y calidad, facilitando el análisis y la obtención de valoraciones generalizadas, así como mayor rapidez en la obtención de las mismas.

ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD: la tercera técnica fue la entrevista en profundidad. Citando a Taylor y Bodgan, a través de la Entrevista en Profundidad *“se busca encontrar lo importante y significativo en la mente de los entrevistados o informantes, sus significados, perspectivas e interpretaciones; en otras palabras, la forma en que ven, seleccionan, perciben y experimentan los hechos, cosas o fenómenos”*.

Esta técnica fue utilizada para obtener información referencial a través de la Licenciada de comunicaciones de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, UCA, Claudia Ivonne Rivera sobre La representación de la política salvadoreña a través de “memes” en la red social Facebook. Caso: candidatos a Alcaldes en las elecciones 2015 por los municipios de San Salvador, Santa Ana y San Miguel.

La entrevista a profundidad estuvo bajo el control y dirección del entrevistador sin que existiera una tensión entre ambas partes, siendo una conversación fluida.

CAPITULO IV

4.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

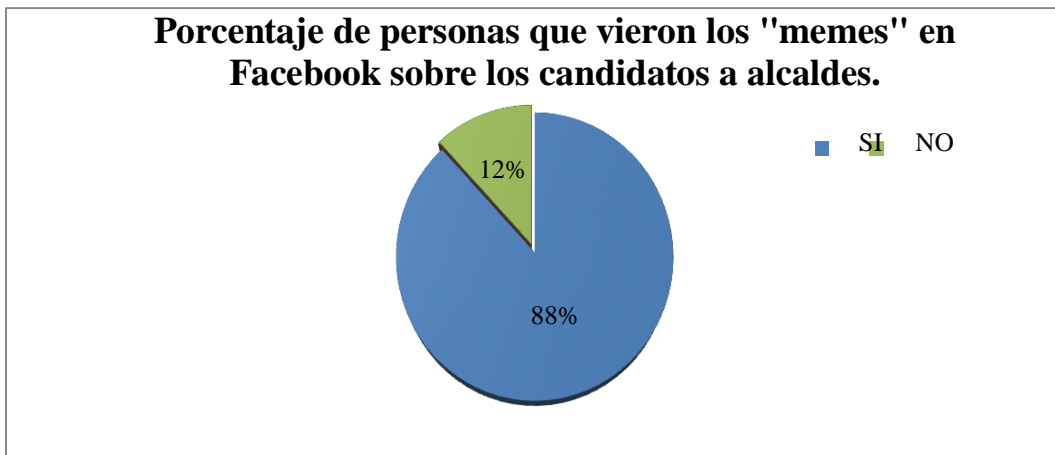
RESULTADO DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS DURANTE LA SEMANA DE 02 AL 06 DE MARZO DE 2015, EN EL CAMPUS CENTRAL DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR SOBRE LAS ELECCIONES PARA ALCALDES 2015 POR LOS MUNICIPIOS DE SAN SALVADOR, SANTA ANA Y SAN MIGUEL.

GRÁFICA 1

1. ¿Ve o vio memes en la red social Facebook sobre los candidatos Alcaldes de San Salvador, Santa Ana y San Miguel?

SI: 44 NO: 6

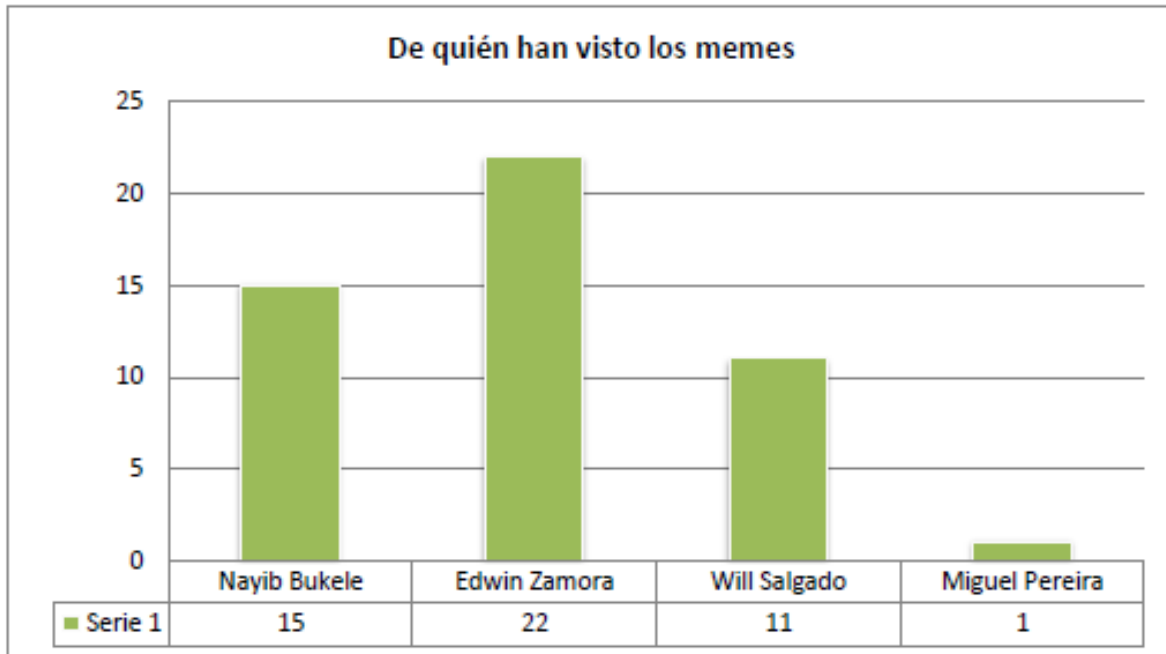
DE QUIÉN:



El resultado a la pregunta 1 nos refleja que un 88% de los encuestados (44 personas) han dado una respuesta positiva a la visualización de “memes” en Facebook, con un lado opuesto del 12% (6 personas). Con ello podemos determinar que en la actualidad hay una gran circulación de este tipo de imágenes en dicha red social; y que todas las personas que tienen acceso a una cuenta han podido observar como los candidatos han sido objeto clave de las personas anónimas dedicadas a la realización de este tipo de contenido.

GRÁFICA 2, PREGUNTA 1

De quién han visto los memes



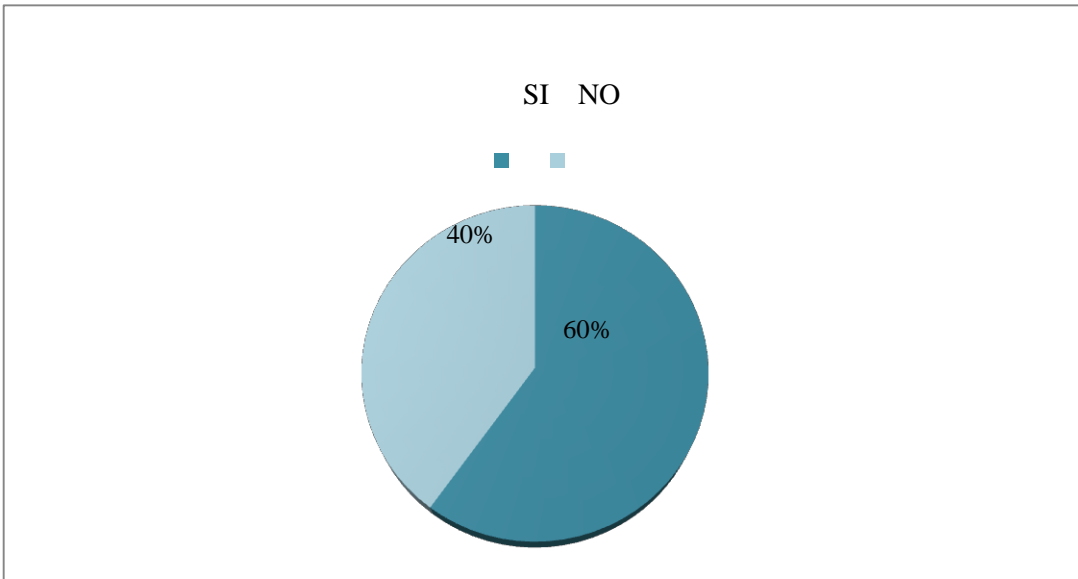
Al responder la pregunta 1, de quién ha visto los “memes” de los candidatos en estudio la mayoría de los encuestados han visto a Edwin Zamora con un total 22 personas, seguido por Nayib Bukele con 15 personas luego Will Salgado con 11, siendo la minoría de personas que han visto “memes” de Miguel Pereira.

2. ¿Dio like alguna vez a memes referidos a los candidatos antes mencionados?

SI: 30 NO: 20

GRÁFICA 2

Balance de personas que dieron "like" a "memes" de los candidatos.



Los porcentajes obtenidos en el resultado de la pregunta 2 el 60% (30 personas) le dieron "like" alguna vez a los "memes" de dichos candidatos, y el 40 % (20 personas) no le dieron "like". Esto demuestra que muchos vieron este tipo de imágenes como lo refleja la pregunta 1, pero no todas las personas dieron un click de "like" a la imagen, es decir el 40%.

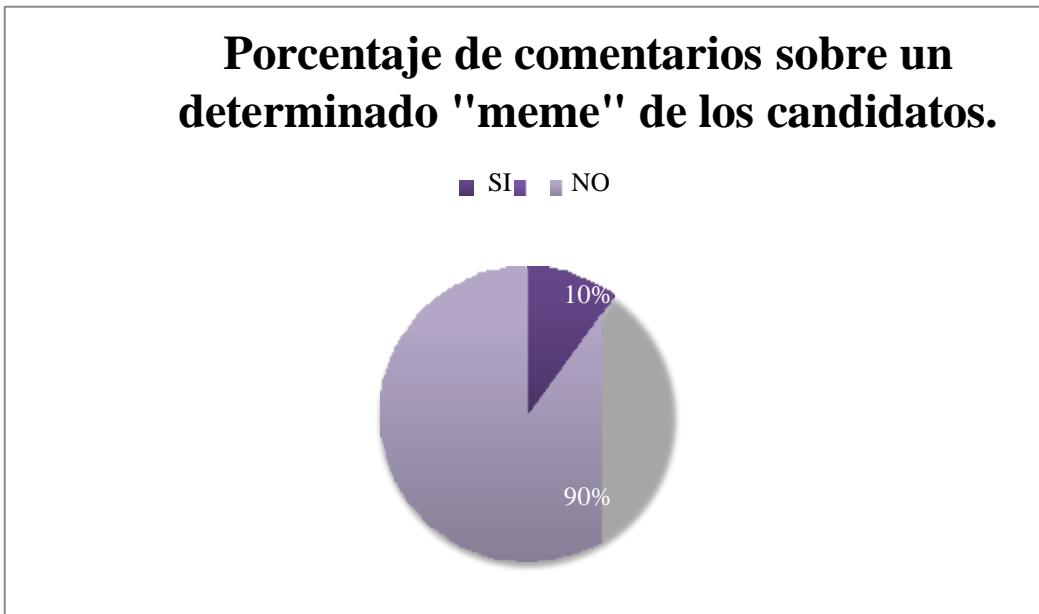
3. ¿Escribió algún comentario sobre un determinado meme de estos candidatos?

SI: 5

NO: 45

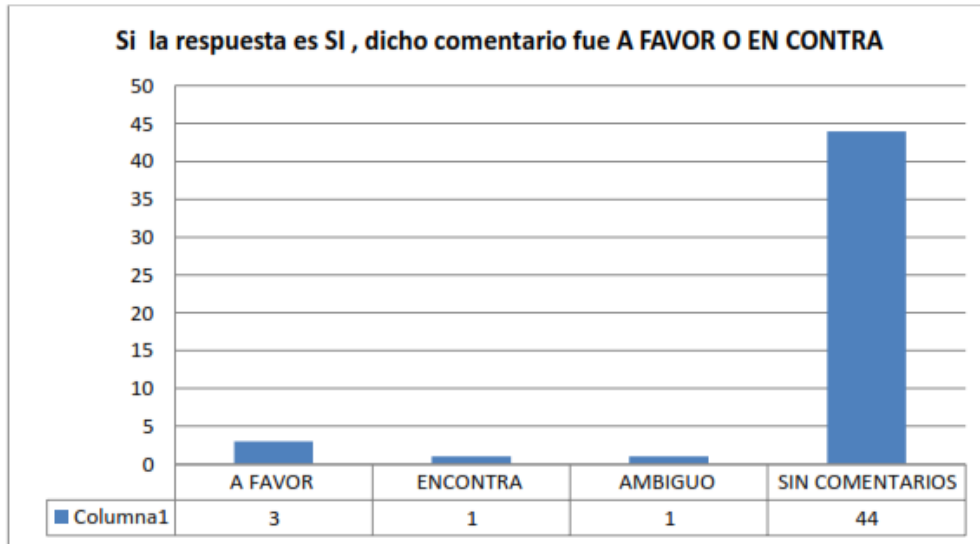
Si su respuesta es **SI** dicho comentario fue: **A FAVOR O EN CONTRA.**

GRÁFICA 3



El resultado de esta pregunta nos refleja que a las personas les puede parecer un determinado “meme” y les puede causar hasta cierto punto una emoción ya sea positiva o negativa (como lo hemos visto en las preguntas anteriores), pero no todos escriben su opinión en este para que sea vista por todos, un 90% (45 personas) NO escribieron comentarios sobre dichos “memes” simplemente los vieron sin compartir sus comentarios personales con los demás, siendo la minoría un 10% (5 personas) SI comentaron los “memes”.

GRÁFICA 2, PREGUNTA 3



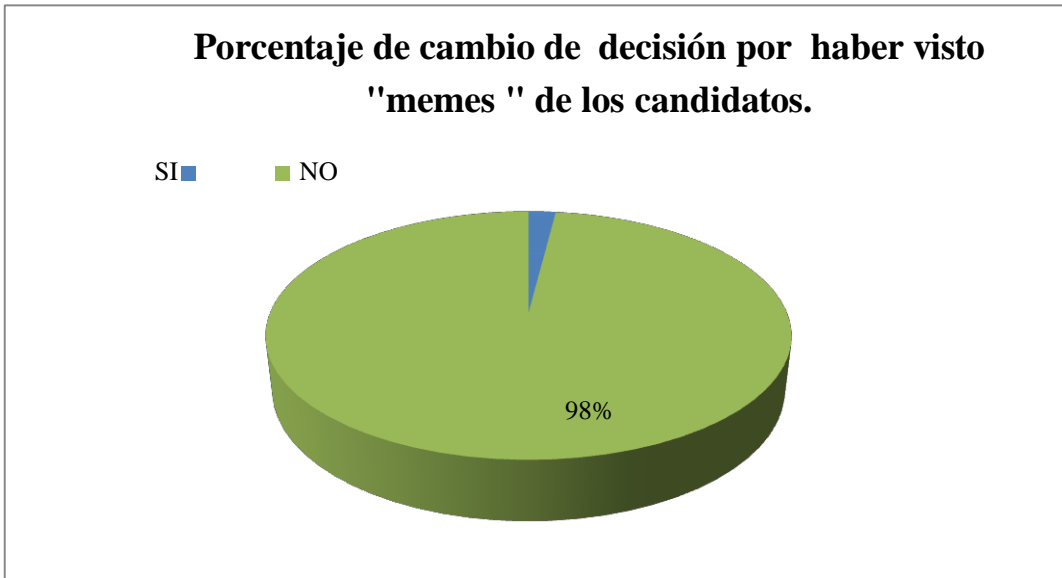
Respondiendo la pregunta 3, que si escribió algún comentario sobre un determinado “meme” de estos candidatos. Si la respuesta es SI dicho comentario fue A FAVOR O EN CONTRA, según los datos solo 3 personas escribieron a favor, 1 en contra, 1 ambiguo es decir a favor y en contra; siendo 44 personas, la mayoría que no comentaron dichos “memes”.

4. ¿Cambió su decisión al momento de votar el haber visto memes de los candidatos?

SI: 1

NO: 49

GRÁFICA 4



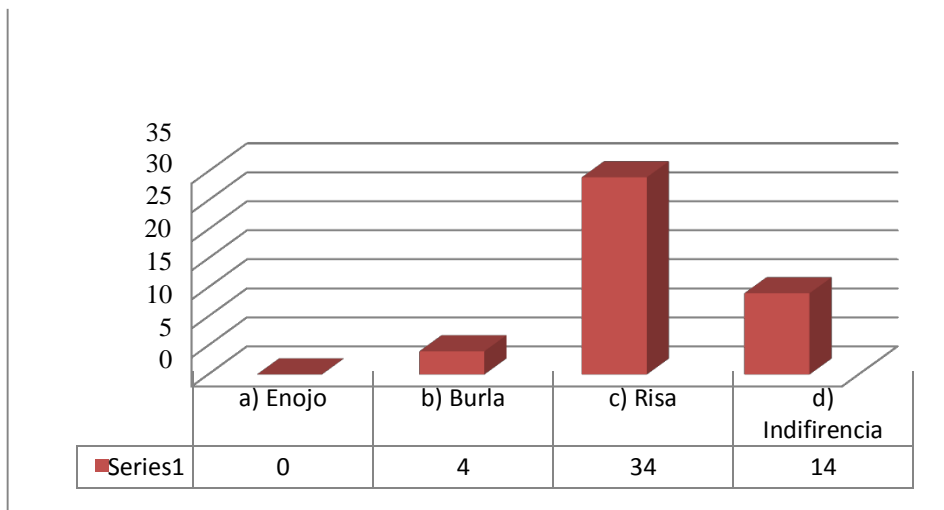
Como se puede observar los “memes” relacionados a los candidatos alcaldes por los municipios en estudio, no generaron una mayor influencia en las personas en cuanto a su decisión por la persona o partido que votaría. El 98% (49 personas) ya mantenían una postura en cuanto a su candidato preferido, mientras que un 2% (1 persona) si cambió de decisión ya que se vio influenciado por el contenido de las imágenes que se virilizaban en la red social.

5. ¿Qué reacción le dio el haber visto imágenes satíricas de cualquiera de los candidatos a alcaldes de los municipios de San Salvador, Santa Ana y San Miguel?

- A) Enojo 0
- B) Burla 4
- C) Risa 34
- D) Indiferencia 14

GRÁFICA 5

Porcentaje de reacción el haber visto imágenes satíricas de los candidatos.

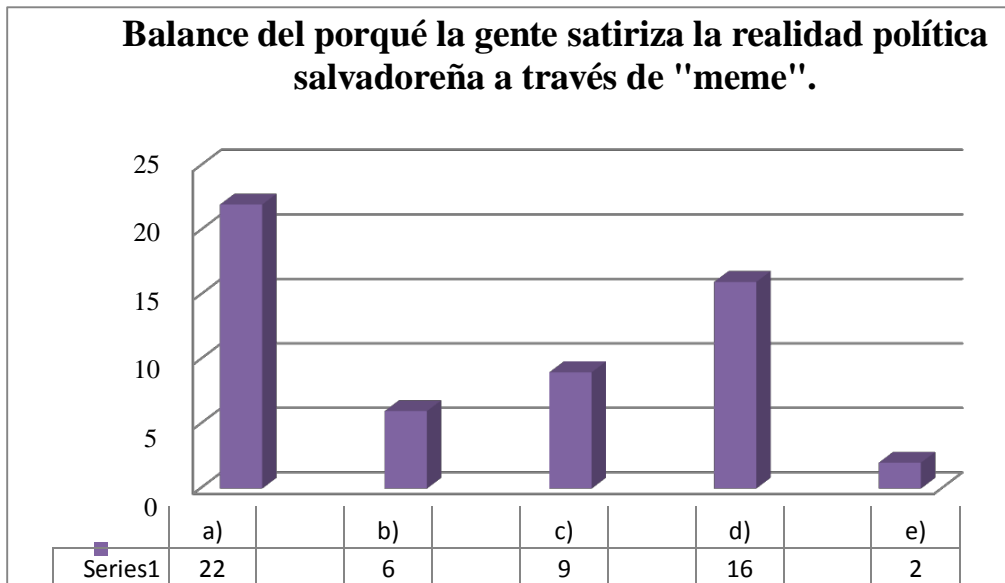


En el resultado de esta pregunta podemos poner en claro a lo que se hizo referencia en las preguntas anteriores, la mayoría de personas que poseen una cuenta en Facebook ven los “memes,” pero no todos le dan “like” o ponen algún tipo de comentario en la imagen, puesto que este tipo de representación gráfica no les causa ningún sentimiento positivo o negativo, simplemente la observan, leen su contenido y lo que les causa es risa, no importando el candidato al que se hace alusión, si dañan o denigran a la persona (candidatos) con el contenido.

6. ¿Por qué cree usted que la gente satiriza la realidad política salvadoreña a través de memes en la red social Facebook?

- a) Burlarse de la realidad política: 22
- b) Para que los partidos políticos cumplan lo que prometen en sus campañas políticas: 6
- c) Forma de diversión: 9
- d) Estrategia política en contra de algún partido: 16
- e) Ninguna de las anteriores: 2

GRÁFICA 6



La mayoría de personas encuestadas piensan que este tipo de imágenes tienen como objetivo burlarse de la realidad política, que son estrategias políticas en contra de algún partido y en otros casos una simple forma de diversión por quienes los crean. Es decir que el contenido de estos "memes" tratan de representar la realidad política salvadoreña por la que se atraviesa siempre llevando una forma satírica y que solo por este medio pueden hacerse circular, ya que las redes sociales no poseen una censura de contenido por parte de alguna entidad que la regule.

7. ¿Considera usted que algunos comentarios fuertes que realizan los usuarios de la red social Facebook violenta la libertad de expresión?

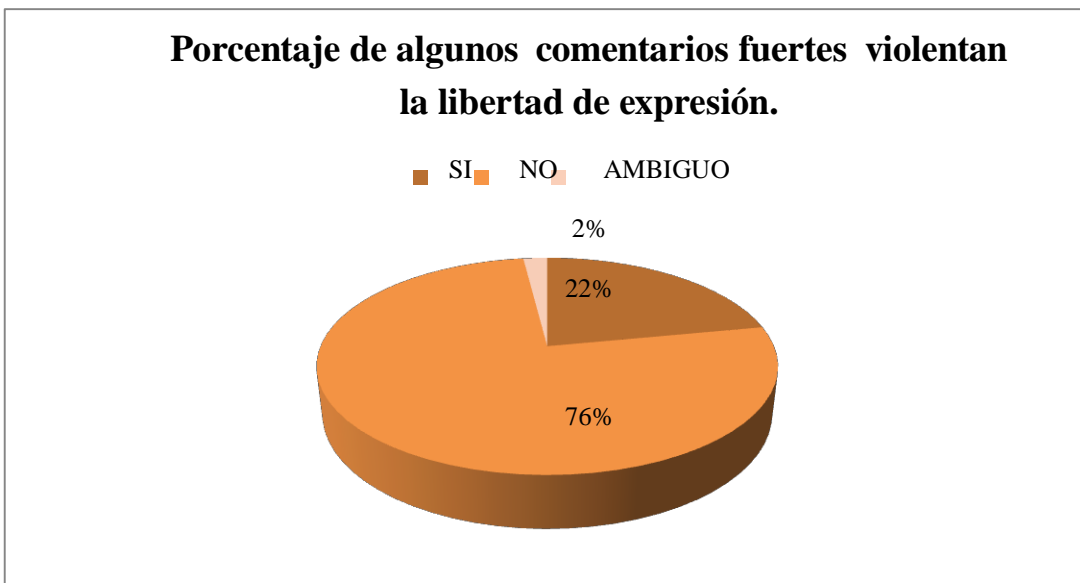
SI: 11

NO: 38

AMBIGUO: 1

¿PORQUÉ?

GRÁFICA 7



El resultado de esta pregunta nos indica que la mayoría de personas encuestadas respondieron que NO violentan la libertad de expresión los comentarios fuertes, esto lo refleja en la gráfica con un 76% (38 personas) a comparación del 22% (11 personas) que dijeron que SI y el 2% (1 persona) dijo que SI y NO. Dejando claro según la mayoría de los encuestados que los “memes” que circulan en la red social Facebook de una forma satírica hacen uso de ello sin importar si daña la libertad de expresión o a otra persona, ya que la población civil que escribe comentarios fuertes lo hacen sin recibe algún castigo por ello.

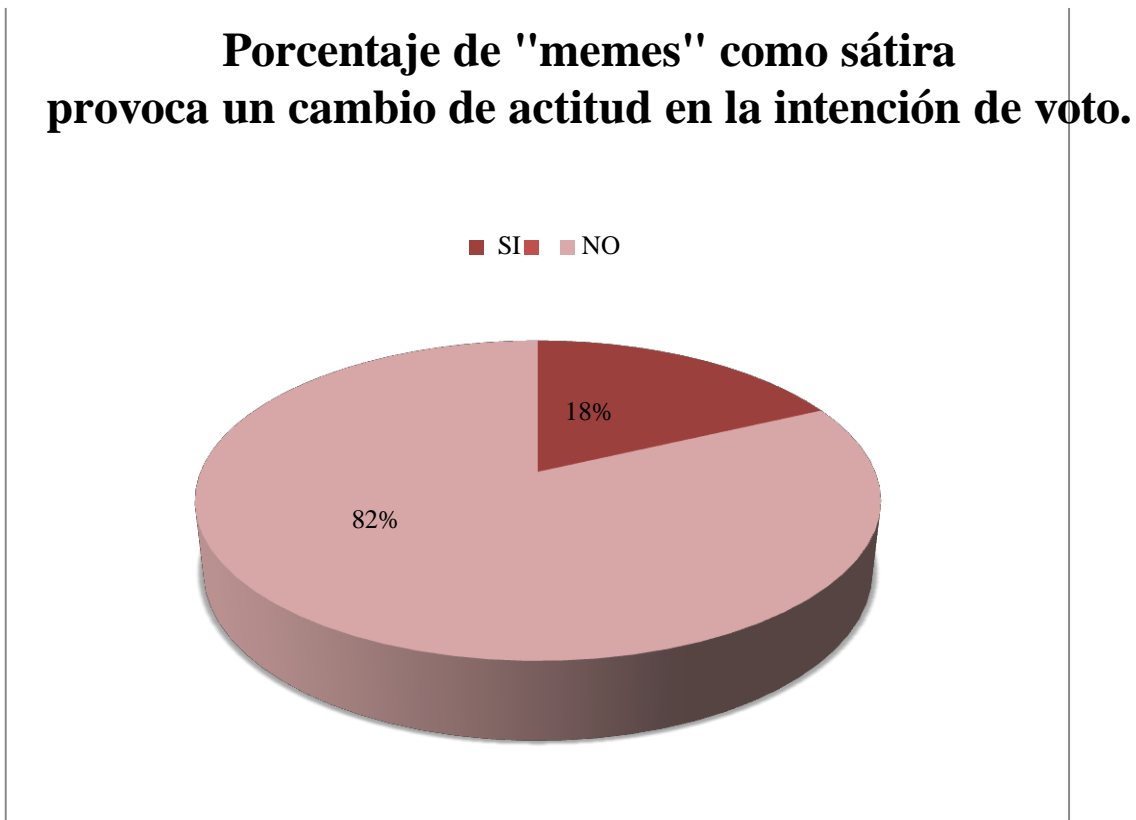
8. ¿Cree usted que estos “memes” como sátira en la red social Facebook provocan un cambio de actitud, reflejado en la intención de votos?

SI: 9

NO: 41

¿POR QUÉ?

GRÁFICA 8



Los porcentajes de esta pregunta reflejan que la mayoría de personas encuestadas NO les infundió las imágenes “memes” a la hora de votar por su candidato elegido, así lo refleja la gráfica con un 82% (41 personas) siendo la minoría con un 18 % (9 personas) SI les provocó un cambio de actitud en el voto. Estos porcentajes indican que en su mayoría las personas encuestadas ya tienen claro por quién votar sin importarles que hayan visto imágenes “memes” de una forma satírica de su candidato en elección en la red social Facebook.

CUADRO 1

ENCUESTA PARA CONOCER LA INFLUENCIA QUE GENERAN EN LA CIUDADANIA LOS “MEMES” RELACIONADOS A TEMAS ELECTORALES. La representación de la política salvadoreña a través de “memes” en la red social Facebook. Caso: Candidatos a alcaldes en las elecciones 2015 por los municipios de San Salvador, Santa Ana y San Miguel.

| SEXO | N° DE PERSONAS ENCUESTADAS | MARGEN DE EDAD | | | CONDICION LABORAL | | |
|------------------|----------------------------|----------------|-------|-------|------------------------------|-----------------------------|---------------------|
| | | 18-21 | 22-25 | 26-35 | Catedrático Universitario | Estudiante Universitario | Empleado Público |
| FEMENINO | 29 | 6 | 13 | 9 | 2 | 23 | 3 |
| MASCULINO | 21 | 6 | 8 | 8 | 3 | 14 | 5 |

Síntesis: La encuesta realizada en la Universidad de El Salvador, con un resultado de 29 mujeres y 21 hombres para un total de 50 personas, ~~quienes~~ ~~están~~ en un rango de edad entre 18 a 35 años, siendo Catedráticos, estudiantes universitarios y empleados públicos.

CONTINUACIÓN CUADRO 1

| 1. ¿Ve o vio memes en la red social Facebook sobre los candidatos a al alcaldes de San Salvador, Santa Ana y San Miguel? | | 2. ¿Diólike alguna vez a “memes” referidos a los candidatos antes mencionados? | | 3. ¿Escribió algún comentario sobre un determinado memes de estos candidatos? | | 4. ¿Cambió su decisión de votar el haber visto memes de los candidatos? | | 5. ¿Qué reacción le aldio el haber visto imágenes satíricas de cualquiera de los candidatos a alcaldes de los municipios de San Salvador, Santa Ana o San Miguel? | | 6. ¿Por qué cree usted que la gente satiriza la realidad política salvadoreña a través de “memes” en la red social Facebook? | | 7. ¿Considera usted que algunos comentarios fuertes que realizan los usuarios de la red social Facebook violentan la libertad de expresión? | | 8. ¿Cree usted que estos “memes” como sátira en la red social Facebook provocan un cambio de actitud, reflejado en la intención del voto? | |
|--|----|--|----|---|----|---|----|---|-------|--|----|---|----|---|--|
| Si | No | Si | No | Si | No | Si | No | a.0 | a. 22 | Si | No | Si | No | | |
| 44 | 6 | 30 | 20 | 5 | 45 | 1 | 49 | b. 4 | b.6 | 11 | 38 | 9 | 41 | | |
| DE QUIÉN | | | | Si su comentario fue si, A FAVOR O EN CONTRA. | | | | c. 34 | c.9 | AMBIGUO | | | | | |
| Nayib Bukele | 15 | | | A favor | 3 | | | d. 14 | d.16 | 1 | | | | | |
| Edwin Zamora | 22 | | | En contra | 1 | | | | e. 2 | | | | | | |
| Will Salgado | 11 | | | Ambiguo | 1 | | | | | | | | | | |
| Miguel Pereira | 1 | | | Sin comentarios | 44 | | | | | | | | | | |

CUADRO 2, PREGUNTA 1

| 1.¿Ve o vio memes en la red social Facebook sobre los candidatos a alcaldes de San Salvador, Santa Ana o San Miguel? | | | | | | |
|---|-------------|----------------------|---------------------------|------------------|-------------------------------------|---------------------------|
| N° de Encuesta | Sexo | Rango de Edad | Condición Laboral | Respuesta | ¿De quién? | Otras respuestas |
| 1. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | Si | Edwin Zamora | |
| 2. | M | 26-35 | Empleado Público | Si | Nayib y Will Salgado | |
| 3. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | Si | Bukele y Zamora | |
| 4. | M | 18-21 | Estudiante Universitario | Si | | Que son corruptos |
| 5. | M | 26-35 | Empleado Público | Si | | San Salvador y San Miguel |
| 6. | M | 26-35 | Empleado Público | Si | Edwin Zamora | |
| 7. | M | 26-35 | Catedrático Universitario | Si | | Quijano |
| 8. | M | 26-35 | Catedrático Universitario | Si | Zamora | |
| 9. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | Si | Nayib Bukele | |
| 10. | M | 26-35 | Empleado Público | Si | Nayib, Zamora | Dabuison, Norman Quijano |
| 11. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | Si | Will Salgado, Nayib Bukele. | |
| 12. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | Si | Will Salgado | |
| 13. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | Si | Will Salgado, Nayib Bukele, Zamora. | |

CONTINUACIÓN CUADRO 2, PREGUNTA 1

| | | | | | | |
|-----|---|-------|---------------------------|----|----------------------------|------------------|
| 14. | F | 26-35 | Estudiante Universitario | Si | Nayib | |
| 15. | F | 26-35 | Estudiante Universitario | Si | | Todos |
| 16. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Si | Edwin Zamora | |
| 17. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Si | Bukele y Zamora | |
| 18. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Si | | San Salvador |
| 19. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | Si | Edwin Zamora | |
| 20. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Si | Edwin Zamora | |
| 21. | F | 26-35 | Estudiante Universitario | Si | Will Salgado | |
| 22. | F | 26-35 | Catedrático Universitario | Si | | Todos |
| 23. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | Si | Edwin Zamora, Nayib Bukele | |
| 24. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Si | Edwin Zamora y Bukele | |
| 25. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Si | | Todos |
| 26. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | Si | Nayib, Edwin Zamora | Roberto Dabuison |
| 27. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Si | Edwin Zamora | |
| 28. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Si | Zamora | |
| 29. | F | 26-35 | Empleado Público | Si | Will Salgado, Edwin Zamora | |
| 30. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Si | Will Salgado | |

CONTINUACIÓN CUADRO 2, PREGUNTA 1

| | | | | | | |
|-----|---|-------|---------------------------|----|-----------------------------|---------------------------|
| 31. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | Si | | Del FMLN |
| 32. | M | 18-21 | Estudiante Universitario | Si | Nayib, Edwin Zamora | |
| 33. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | Si | | San Salvador y San Miguel |
| 34. | F | 26-35 | Catedrático Universitario | Si | Salgado | |
| 35. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | Si | Zamora | |
| 36. | M | 18-21 | Estudiante Universitario | Si | | De los más conocidos |
| 37. | M | 18-21 | Estudiante Universitario | Si | Norman Quijano | |
| 38. | M | 26-35 | Empleado Público | Si | Will Salgado | |
| 39. | M | 18-21 | Estudiante Universitario | No | ----- | |
| 40. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No | ----- | |
| 41. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Si | Nayib Bukele | |
| 42. | F | 26-35 | Empleado Público | No | ----- | |
| 43. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | No | ----- | |
| 44. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | No | ----- | |
| 45. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Si | Zamora | |
| 46. | F | 22-25 | Empleado Público | Si | Nayib, Zamora, Will Salgado | |
| 47. | F | 26-35 | Estudiante Universitario | Si | | De los dos |

CONTINUACIÓN CUADRO 2, PREGUNTA 1

| | | | | | | |
|-----|---|-------|---------------------------|----|--|--|
| 48. | F | 26-35 | Estudiante Universitario | Si | Zamora | |
| 49. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | No | ----- | |
| 50. | M | 26-35 | Catedrático Universitario | Si | De Nayib, Zamora, Salgado, Pereira. | |

Síntesis: Esta pregunta se hizo con la idea de ver si las personas en primera tienen una cuenta en Facebook y en segunda para ver si observaban los “memes” que en campaña electoral aparecían de los diferentes candidatos, pues esto es lo que le da la base a la investigación, y lo planteado por las personas encuestadas se puede ver que sí, (44 personas) siendo la mayoría los que vieron los “memes” ante (6 personas) que no dijeron que NO, por lo tanto; la investigación tiene un fundamento que le da validez.

CONTINUACIÓN CUADRO2, PREGUNTA 2

| 2. ¿Dio like alguna vez a “memes” referidos a los candidatos antes mencionados? | | | | |
|--|-------------|----------------------|---------------------------|------------------|
| Nº de Encuesta | Sexo | Rango de Edad | Condición Laboral | Respuesta |
| 1. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | Si |
| 2. | M | 26-35 | Empleado Público | Si |
| 3. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | Si |
| 4. | M | 18-21 | Estudiante Universitario | No |
| 5. | M | 26-35 | Empleado Público | No |
| 6. | M | 26-35 | Empleado Público | Si |
| 7. | M | 26-35 | Catedrático Universitario | No |
| 8. | M | 26-35 | Catedrático Universitario | Si |
| 9. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | Si |
| 10. | M | 26-35 | Empleado Público | Si |
| 11. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | Si |
| 12. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | Si |
| 13. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | Si |
| 14. | F | 26-35 | Estudiante Universitario | Si |
| 15. | F | 26-35 | Estudiante Universitario | Si |
| 16. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No |
| 17. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No |

CONTINUACIÓN CUADRO 2, PREGUNTA 2

| | | | | |
|-----|---|-------|---------------------------|----|
| 18. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Si |
| 19. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | No |
| 20. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No |
| 21. | F | 26-35 | Estudiante Universitario | No |
| 22. | F | 26-35 | Catedrático Universitario | No |
| 23. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | Si |
| 24. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Si |
| 25. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No |
| 26. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | No |
| 27. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Si |
| 28. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Si |
| 29. | F | 26-35 | Empleado Público | No |
| 30. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No |
| 31. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | Si |
| 32. | M | 18-21 | Estudiante Universitario | Si |
| 33. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | Si |
| 34. | F | 26-35 | Catedrático Universitario | No |
| 35. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | No |
| 36. | M | 18-21 | Estudiante Universitario | Si |

CONTINUACIÓN CUADRO 2, PREGUNTA 2

| | | | | |
|-----|---|-------|---------------------------|----|
| 37. | M | 18-21 | Estudiante Universitario | Si |
| 38. | M | 26-35 | Empleado Público | Si |
| 39. | M | 18-21 | Estudiante Universitario | No |
| 40. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No |
| 41. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Si |
| 42. | F | 26-35 | Empleado Público | No |
| 43. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | Si |
| 44. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | No |
| 45. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Si |
| 46. | F | 22-25 | Empleado Público | Si |
| 47. | F | 26-35 | Estudiante Universitario | Si |
| 48. | F | 26-35 | Estudiante Universitario | Si |
| 49. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | No |
| 50. | M | 26-35 | Catedrático Universitario | Si |

Síntesis: Referente a esta pregunta podemos analizar que las personas no solo observaban los “memes” como en la pregunta anterior, sino que formaban parte del mismo dándole un “like”, lo importante aquí es que con esta acción las personas daban un “de acuerdo” con lo publicado, además que las personas que daban ese “like” se encontraban tanto estudiantes como estudiantes de la UES por lo que podemos decir que se tenía sentido o un alto criterio con la acción que se hacía.

CONTINUACIÓN CUADRO 2, PREGUNTA 3

| 3. ¿Escribió algún comentario sobre un determinado meme de estos candidatos? | | | | | |
|---|-------------|----------------------|---------------------------|------------------|---|
| Nº de Encuesta | Sexo | Rango de Edad | Condición Laboral | Respuesta | Si su respuesta es Sí, dicho comentario fue A FAVOR O EN CONTRA. |
| 1. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | No | ----- |
| 2. | M | 26-35 | Empleado Público | No | ----- |
| 3. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | No | ----- |
| 4. | M | 18-21 | Estudiante Universitario | No | ----- |
| 5. | M | 26-35 | Empleado Público | Si | A FAVOR |
| 6. | M | 26-35 | Empleado Público | No | ----- |
| 7. | M | 26-35 | Catedrático Universitario | No | ----- |
| 8. | M | 26-35 | Catedrático Universitario | No | ----- |
| 9. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | No | ----- |
| 10. | M | 26-35 | Empleado Público | No | ----- |
| 11. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | Si | A FAVOR |
| 12. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | Si | EN CONTRA |
| 13. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | No | ----- |
| 14. | F | 26-35 | Estudiante Universitario | No | ----- |
| 15. | F | 26-35 | Estudiante Universitario | No | ----- |
| 16. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No | ----- |
| 17. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No | ----- |

CONTINUACIÓN CUADRO 2, PREGUNTA 3

| | | | | | |
|-----|---|-------|---------------------------|----|---------|
| 18. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No | ----- |
| 19. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | No | ----- |
| 20. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No | ----- |
| 21. | F | 26-35 | Estudiante Universitario | No | ----- |
| 22. | F | 26-35 | Catedrático Universitario | No | ----- |
| 23. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | No | ----- |
| 24. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No | ----- |
| 25. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No | ----- |
| 26. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | No | ----- |
| 27. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No | ----- |
| 28. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Si | A FAVOR |
| 29. | F | 26-35 | Empleado Público | No | ----- |
| 30. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No | ----- |
| 31. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | No | A FAVOR |
| 32. | M | 18-21 | Estudiante Universitario | No | ----- |
| 33. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | No | ----- |

CONTINUACIÓN CUADRO 2, PREGUNTA 3

| | | | | | |
|-----|---|-------|---------------------------|----|--------------------|
| 34. | F | 26-35 | Catedrático Universitario | No | ----- |
| 35. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | No | ----- |
| 36. | M | 18-21 | Estudiante Universitario | No | ----- |
| 37. | M | 18-21 | Estudiante Universitario | No | ----- |
| 38. | M | 26-35 | Empleado Público | No | ----- |
| 39. | M | 18-21 | Estudiante Universitario | No | ----- |
| 40. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No | ----- |
| 41. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No | ----- |
| 42. | F | 26-35 | Empleado Público | No | ----- |
| 43. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | No | ----- |
| 44. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | No | ----- |
| 45. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No | ----- |
| 46. | F | 22-25 | Empleado Público | No | ----- |
| 47. | F | 26-35 | Estudiante Universitario | No | ----- |
| 48. | F | 26-35 | Estudiante Universitario | Si | A FAVOR, EN CONTRA |
| 49. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | No | ----- |
| 50. | M | 26-35 | Catedrático Universitario | No | ----- |

Síntesis: En esta pregunta aunque la población encuestada dio un “like” a “X ““meme” no hizo, en su mayoría, un comentario sobre el mismo, siendo (45 personas), mientras que (5 personas) dijeron que SI, y solo una persona del sexo femenino dijo que SI Y NO.

CONTINUACIÓN CUADRO2, PREGUNTA 4

| 4. ¿Cambió su decisión al momento de votar el haber visto memes de los candidatos? | | | | |
|---|-------------|----------------------|---------------------------|------------------|
| Nº de Encuesta | Sexo | Rango de Edad | Condición Laboral | Respuesta |
| 1. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | No |
| 2. | M | 26-35 | Empleado Público | No |
| 3. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | No |
| 4. | M | 18-21 | Estudiante Universitario | No |
| 5. | M | 26-35 | Empleado Público | No |
| 6. | M | 26-35 | Empleado Público | No |
| 7. | M | 26-35 | Catedrático Universitario | No |
| 8. | M | 26-35 | Catedrático Universitario | No |
| 9. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | No |
| 10. | M | 26-35 | Empleado Público | No |
| 11. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | No |
| 12. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | No |
| 13. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | No |
| 14. | F | 26-35 | Estudiante Universitario | No |
| 15. | F | 26-35 | Estudiante Universitario | No |
| 16. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No |
| 17. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No |
| 18. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No |

CONTINUACIÓN CUADRO2, PREGUNTA 4

| | | | | |
|-----|---|-------|---------------------------|----|
| 19. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | No |
| 20. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No |
| 21. | F | 26-35 | Estudiante Universitario | No |
| 22. | F | 26-35 | Catedrático Universitario | No |
| 23. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | No |
| 24. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No |
| 25. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No |
| 26. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | No |
| 27. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No |
| 28. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Si |
| 29. | F | 26-35 | Empleado Público | No |
| 30. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No |
| 31. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | No |
| 32. | M | 18-21 | Estudiante Universitario | No |
| 33. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | No |
| 34. | F | 26-35 | Catedrático Universitario | No |
| 35. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | No |
| 36. | M | 18-21 | Estudiante Universitario | No |
| 37. | M | 18-21 | Estudiante Universitario | No |

CONTINUACIÓN CUADRO 2, PREGUNTA 4

| | | | | |
|-----|---|-------|---------------------------|----|
| 38. | M | 26-35 | Empleado Público | No |
| 39. | M | 18-21 | Estudiante Universitario | No |
| 40. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No |
| 41. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No |
| 42. | F | 26-35 | Empleado Público | No |
| 43. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | No |
| 44. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | No |
| 45. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No |
| 46. | F | 22-25 | Empleado Público | No |
| 47. | F | 26-35 | Estudiante Universitario | No |
| 48. | F | 26-35 | Estudiante Universitario | No |
| 49. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | No |
| 50. | M | 26-35 | Catedrático Universitario | No |

Análisis: Con referencia a esta pregunta la respuesta de los encuestados fue contundente ya que todos tenían claro por quién votar en las elecciones, aunque fueron muchos los “memes” publicados, esto no provocó un cambio de opinión en las personas a la hora de elegir a un candidato, el resultado lo demuestra con (44 personas). Mientras que a una persona del sexo femenino SI le cambió su opinión de por quién votar, podemos decir que un “meme” en su minoría sí funciona para una persona que aún tiene dudas sobre quién votar.

CONTINUACIÓN CUADRO 2, PREGUNTA 5

| 5. ¿Qué reacción le dio el haber visto imágenes satíricas de cualquiera de los candidatos alcaldes de los municipios de San Salvador, Santa Ana o San Miguel? | | | | |
|--|-------------|----------------------|---------------------------|--|
| Nº de Encuesta | Sexo | Rango de Edad | Condición Laboral | Respuesta |
| | | | | A) Enojo B) Burla C) Risa D) Indiferencia |
| 1. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | Risa |
| 2. | M | 26-35 | Empleado Público | Risa |
| 3. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | Risa |
| 4. | M | 18-21 | Estudiante Universitario | Indiferencia |
| 5. | M | 26-35 | Empleado Público | Risa |
| 6. | M | 26-35 | Empleado Público | Risa |
| 7. | M | 26-35 | Catedrático Universitario | Indiferencia |
| 8. | M | 26-35 | Catedrático Universitario | Burla |
| 9. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | Risa |
| 10. | M | 26-35 | Empleado Público | Risa |
| 11. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | Burla |
| 12. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | Risa |
| 13. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | Risa |
| 14. | F | 26-35 | Estudiante Universitario | Risa |

CONTINUACIÓN CUADRO 2, PREGUNTA 5

| | | | | |
|-----|---|-------|---------------------------|---------------------|
| 15. | F | 26-35 | Estudiante Universitario | Risa |
| 16. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Indiferencia |
| 17. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Indiferencia |
| 18. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Risa |
| 19. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | Risa |
| 20. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Risa |
| 21. | F | 26-35 | Estudiante Universitario | Risa |
| 22. | F | 26-35 | Catedrático Universitario | Risa |
| 23. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | Risa / Indiferencia |
| 24. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Risa |
| 25. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Indiferencia |
| 26. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | Risa |
| 27. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Indiferencia |
| 28. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Risa |
| 29. | F | 26-35 | Empleado Público | Risa |
| 30. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Risa |
| 31. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | Risa |
| 32. | M | 18-21 | Estudiante Universitario | Risa |
| 33. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | Risa |

CONTINUACIÓN CUADRO 2, PREGUNTA 5

| | | | | |
|-----|---|-------|---------------------------|--------------|
| 34. | F | 26-35 | Catedrático Universitario | Indiferencia |
| 35. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | Risa |
| 36. | M | 18-21 | Estudiante Universitario | Risa |
| 37. | M | 18-21 | Estudiante Universitario | Risa |
| 38. | M | 26-35 | Empleado Público | Indiferencia |
| 39. | M | 18-21 | Estudiante Universitario | Indiferencia |
| 40. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Indiferencia |
| 41. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Indiferencia |
| 42. | F | 26-35 | Empleado Público | Indiferencia |
| 43. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | Risa |
| 44. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | Risa |
| 45. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Risa |
| 46. | F | 22-25 | Empleado Público | Burla |
| 47. | F | 26-35 | Estudiante Universitario | Burla /Risa |
| 48. | F | 26-35 | Estudiante Universitario | Risa |
| 49. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | Indiferencia |
| 50. | M | 26-35 | Catedrático Universitario | Risa |

Síntesis: Para las personas encuestadas el haber visto un “meme” les provoco **risa** con 34 (personas) ya que una de las finalidades de un “meme” es esa provocar gracia en las personas, aunque también en otras hubo indiferencia en lo publicado (14 personas). Por esa razón podemos decir que a las personas en el país les causan risa este tipo de sátira de la política salvadoreña.

CONTINUACIÓN CUADRO 2, PREGUNTA 6

| 6. ¿Por qué cree usted que la gente satiriza la realidad política salvadoreña a través de “memes” en la red social Facebook? | | | | |
|---|-------------|----------------------|---------------------------|--|
| N° de Encuesta | Sexo | Rango de Edad | Condición Laboral | Respuesta |
| | | | | A) Burlarse de la realidad política. B) Para que los partidos políticos cumplan lo que prometen en sus campañas C) Forma de diversión D) Estrategia política en contra de algún partido E) Ninguna de las anteriores. |
| 1. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | Burlarse de la realidad política |
| 2. | M | 26-35 | Empleado Público | Burlarse de la realidad política |
| 3. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | Para que los partidos políticos cumplan lo que prometen en sus campañas políticas. |
| 4. | M | 18-21 | Estudiante Universitario | Estrategia política en contra de algún partido. |
| 5. | M | 26-35 | Empleado Público | Estrategia política en contra de algún partido político. |
| 6. | M | 26-35 | Empleado Público | Forma de diversión. |
| 7. | M | 26-35 | Catedrático Universitario | Forma de diversión. |
| 8. | M | 26-35 | Catedrático Universitario | Burlarse de la realidad política. |
| 9. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | Para que los partidos políticos cumplan lo que prometen en sus campañas políticas. |

CONTINUACIÓN CUADRO 2, PREGUNTA 6

| | | | | |
|-----|---|-------|---------------------------|--|
| 10. | M | 26-35 | Empleado Público | Forma de diversión. |
| 11. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | Para que los partidos políticos cumplan lo que prometen en sus campañas políticas. |
| 12. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | Forma de diversión |
| 13. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | Estrategia política en contra de algún partido/ Ninguna de las anteriores. |
| 14. | F | 26-35 | Estudiante Universitario | Estrategia política en contra de algún partido político. |
| 15. | F | 26-35 | Estudiante Universitario | Estrategia política en contra de algún partido político |
| 16. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Ninguna de las anteriores. |
| 17. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Burlarse de la realidad política. |
| 18. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Estrategia política en contra de algún partido político |
| 19. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | Burlarse de la realidad política |
| 20. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Burlarse de la realidad política/ Para que los partidos políticos cumplan lo que prometen en sus campañas políticas/ Forma de diversión. |
| 21. | F | 26-35 | Estudiante Universitario | Burlarse de la realidad política |
| 22. | F | 26-35 | Catedrático Universitario | Estrategia política en contra de algún partido político |
| 23. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | Burlarse de la realidad política/ Para que los partidos políticos cumplan lo que prometen en sus campañas políticas/ Estrategia política en contra de algún partido. |

CONTINUACIÓN CUADRO 2, PREGUNTA 6

| | | | | |
|-----|---|-------|---------------------------|--|
| 24. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Burlarse de la realidad política |
| 25. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Burlarse de la realidad política |
| 26. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | Burlarse de la realidad política |
| 27. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Burlarse de la realidad política |
| 28. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Estrategia política en contra de algún partido. |
| 29. | F | 26-35 | Empleado Público | Para que los partidos políticos cumplan lo que prometen en sus campañas políticas. |
| 30. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Burlarse de la realidad política. |
| 31. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | Estrategia política en contra de algún partido. |
| 32. | M | 18-21 | Estudiante Universitario | Burlarse de la realidad política |
| 33. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | Burlarse de la realidad política |
| 34. | F | 26-35 | Catedrático Universitario | Estrategia política en contra de algún partido. |
| 35. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | Burlarse de la realidad política |
| 36. | M | 18-21 | Estudiante Universitario | Forma de diversión. |
| 37. | M | 18-21 | Estudiante Universitario | Burlarse de la realidad política |
| 38. | M | 26-35 | Empleado Público | Estrategia política en contra de algún partido. |
| 39. | M | 18-21 | Estudiante Universitario | Burlarse de la realidad política. |
| 40. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Forma de diversión. |

CONTINUACIÓN CUADRO 2, PREGUNTA 6

| | | | | |
|-----|---|-------|---------------------------|---|
| 41. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Forma de diversión. |
| 42. | F | 26-35 | Empleado Público | Forma de diversión. |
| 43. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | Burlarse de la realidad política. |
| 44. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | Burlarse de la realidad política. |
| 45. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Estrategia política en contra de algún partido. |
| 46. | F | 22-25 | Empleado Público | Burlarse de la realidad política |
| 47. | F | 26-35 | Estudiante Universitario | Estrategia política en contra de algún partido. |
| 48. | F | 26-35 | Estudiante Universitario | Estrategia política en contra de algún partido |
| 49. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | Burlarse de la realidad política |
| 50. | M | 26-35 | Catedrático Universitario | Estrategia política en contra de algún partido. |

Análisis: En esta pregunta las personas encuestadas vertieron su opinión acerca de los “memes” y es que estos aparecen más en tiempo de campaña electoral, las personas encuestadas se concentraron en 5 puntos: Que las personas los hacen para burlarse de la realidad política en la que vivimos (22 personas) dijeron eso, siendo la mayoría, siguiéndole que es porque es una estrategia encontrar de algún partido (16 personas), como forma de diversión (9 personas lo indicaron), y (6 personas) optaron para que los partidos políticos cumplan lo que prometen en sus campañas y (2 personas) respondieron ninguna de las anteriores.

CONTINUACIÓN CUADRO 2, PREGUNTA 7

| 7. ¿Considera usted que algunos comentarios fuertes que realizan los usuarios de la red social Facebook violenta la libertad de expresión? | | | | | |
|---|-------------|----------------------|---------------------------|------------------|--|
| Nº de Encuesta | Sexo | Rango de Edad | Condición Laboral | Respuesta | ¿Por qué? |
| 1. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | No | Porque depende de la perspectiva que tenga el usuario a la hora de comentar. |
| 2. | M | 26-35 | Empleado Público | No | Se trata de la realidad y esta no debe coartarse. |
| 3. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | Ambiguo | Si y no porque en internet aunque existan leyes para moderar esto, las personas no las conocen y además no se dan cuenta de estas cosas y por ende suceden, además no hay nada para poder observar esto. |
| 4. | M | 18-21 | Estudiante Universitario | No | Es una forma de opinión sobre la realidad del país. |
| 5. | M | 26-35 | Empleado Público | No | Porque no existe restricción en las redes. |
| 6. | M | 26-35 | Empleado Público | No | No atenta con la integridad física de los candidatos. |
| 7. | M | 26-35 | Catedrático Universitario | No | Es una forma actual de expresarse. |
| 8. | M | 26-35 | Catedrático Universitario | No | Todos somos libres de expresar nuestras opiniones ya sea a favor o en contra sobre temas que aquejan a la población. |
| 9. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | No | No me parecieron violentos al contrario. |
| 10. | M | 26-35 | Empleado Público | No | Es una red libre y las figuras públicas deben afrontar eso. |
| 11. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | No | Este país se supone es un Estado libre de religión, raza y pensamiento por ende la libertad no debe ser coartada. |

CONTINUACIÓN CUADRO 2, PREGUNTA 7

| | | | | | |
|-----|---|-------|---------------------------|----|---|
| 12. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | No | Porque precisamente gracias a esa libertad, los ponen y su contenido fuerte no atenta nada más que contra al respeto. |
| 13. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | Si | Somos libres de expresarnos pero todo debe hacerse con respeto. |
| 14. | F | 26-35 | Estudiante Universitario | Si | No hay respeto a las propuestas sean verdades o mentiras todos disfrutamos de la libre expresión. |
| 15. | F | 26-35 | Estudiante Universitario | Si | Si porque en su mayoría son mentiras, e incitan a confrontación. |
| 16. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Si | Porque cada quien es libre de expresarse como quiera, nos gusten o no las opiniones de otros. |
| 17. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No | La libertad de expresión está pero no saben utilizar los espacios y demuestran su mala educación. |
| 18. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No | Porque el mismo comentario no puede imposibilitar tu derecho de respuesta en FB. |
| 19. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | Si | A pesar que haya libre expresión se debe respetar a los demás. |
| 20. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Si | Si es abusivo y daña la dignidad de alguna otra persona. |
| 21. | F | 26-35 | Estudiante Universitario | No | Todos tenemos la libertad para hacerlo. |
| 22. | F | 26-35 | Catedrático Universitario | Si | Se difama y calumnia, mucha gente no tiene tolerancia. |
| 23. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | No | Pero ciertamente nos falta madurez política y respeto por nuestros semejantes esto se nota en redes sociales. |
| 24. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No | Cada quien es libre de expresar lo que quiera. |

CONTINUACIÓN CUADRO 2, PREGUNTA 7

| | | | | | |
|-----|---|-------|---------------------------|----|--|
| 25. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No | En realidad lo único que hacen es burlarse de la política y cada quien es libre de opinar lo que sea. |
| 26. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | No | No afectan en nada en la libertad de expresión, al contrario, son ejemplo de ella. |
| 27. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No | Cada perfil es privado y cada quien puede escribir o publicar lo que quiera. |
| 28. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Si | Porqué violentan la integridad de las personas (candidatos). |
| 29. | F | 26-35 | Empleado Público | No | Por eso se llama libertad de expresión, porque tenemos libertad de decir lo que nos parezca. |
| 30. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No | Porqué los políticos no toman en cuenta lo que allí expresan las personas. |
| 31. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | No | Solo están queriendo demostrar sus pensamientos o la realidad. |
| 32. | M | 18-21 | Estudiante Universitario | No | Es una red social abierta donde todos pueden expresarse y referirse a alguien como ellos deseen. |
| 33. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | No | Porque no privan a nadie de que se exprese libremente. |
| 34. | F | 26-35 | Catedrático Universitario | No | Porque hay libertad de expresión. |
| 35. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | Si | Porqué pretenden coartar la expresión del pensamiento. |
| 36. | M | 18-21 | Estudiante Universitario | No | Toda persona es libre de expresar lo que quiera. |
| 37. | M | 18-21 | Estudiante Universitario | No | Pues no existe ninguna ley que regule es te tipo de imágenes y es voluntad de cada quien lo que expresa. |

CONTINUACIÓN CUADRO 2, PREGUNTA 7

| | | | | | |
|-----|---|-------|---------------------------|----|--|
| 38. | M | 26-35 | Empleado Público | No | Cada quien tiene derecho a expresarse. |
| 39. | M | 18-21 | Estudiante Universitario | No | ----- |
| 40. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No | ----- |
| 41. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No | ----- |
| 42. | F | 26-35 | Empleado Público | Si | Son muy duros. |
| 43. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | No | ----- |
| 44. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | No | Porqué la libre expresión trata de eso precisamente; expresar lo que se piensa de algo o alguien, sin importar si es una persona con poder como por ejemplo un Presidente. |
| 45. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No | Porqué los comentarios “fuertes” son manifestación de la libertad de expresión. |
| 46. | F | 22-25 | Empleado Público | Si | Muchos de ellos no eran debidamente fundamentados con base a derecho por lo que podían dañar la moral, imagen y dignidad humana. |
| 47. | F | 26-35 | Estudiante Universitario | No | No llenan los requisitos de valoración de este derecho. |
| 48. | F | 26-35 | Estudiante Universitario | No | ----- |
| 49. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | No | Porque todos tienen derecho a expresar lo que se siente. |
| 50. | M | 26-35 | Catedrático Universitario | No | Todos tienen derecho a expresarse. |

Análisis:(38 personas), consideran que la libertad de expresión no se ve afectada, ya que comentan que cada persona dice que lo que piensa y expresa lo que ve en su entorno político en esta red social, ante (11 personas) que dijeron que Sí, y uno dijo que Sí y No.

CONTINUACIÓN CUADRO 2, PREGUNTA 8

| 8. ¿Cree usted que estos “memes” como sátira en la red social Facebook provocan un cambio de actitud, reflejado en la intención de voto? | | | | | |
|---|-------------|----------------------|---------------------------|------------------|--|
| Nº de Encuesta | Sexo | Rango de Edad | Condición Laboral | Respuesta | ¿Por qué? |
| 1. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | No | Porque son memes relacionados a la política que simplemente sirven de burla en las redes sociales. |
| 2. | M | 26-35 | Empleado Público | No | ----- |
| 3. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | No | No es esa la intención más solo de burla ya sea de un lado o el otro. |
| 4. | M | 18-21 | Estudiante Universitario | No | En su mayoría son parte de la cultura de agresión entre los partidos. |
| 5. | M | 26-35 | Empleado Público | No | Por qué cada persona tiene su tendencia hacia quien va a votar. |
| 6. | M | 26-35 | Empleado Público | No | Es una forma de burlarse de las propuestas. |
| 7. | M | 26-35 | Catedrático Universitario | No | No son afirmaciones inteligentes. |
| 8. | M | 26-35 | Catedrático Universitario | No | La gente lo utiliza a manera de burla, los memes no harán cambiar la decisión del votante. |
| 9. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | No | La mayoría de la gente sabe lo que quiere y en quien cree. |
| 10. | M | 26-35 | Empleado Público | No | No creo que muevan la intención de voto. |
| 11. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | No | La gente la va a un partido de su preferencia y ya decidió su voto. |
| 12. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | No | A la hora de votar, la gente ya sabe por quién hacerlo. |
| 13. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | No | Las personas deben estar seguras por quién votar y no dejarse llevar por comics. |

CONTINUACIÓN CUADRO 2, PREGUNTA 8

| | | | | | |
|-----|---|-------|---------------------------|----|--|
| 14. | F | 26-35 | Estudiante Universitario | No | No del todo porqué las decisiones que uno toma son únicas y basadas en nuestras expectativas. |
| 15. | F | 26-35 | Estudiante Universitario | No | Existe una gran cantidad de contenidos que ponen en contra peso. |
| 16. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No | Pienso que las personas están muy aferradas a diversos partidos políticos y la razón no es objeto de manipulación. |
| 17. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No | La mayoría de personas ya tienen definida su elección política. |
| 18. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Si | Sobre todo con los votantes que se guían por las mayorías. |
| 19. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | No | Es solo una manera de expresar lo que algunos opinan sobre ellos. |
| 20. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Si | Muchas personas no hacen su propia crítica de lo que ven o leen en las noticias incluso. |
| 21. | F | 26-35 | Estudiante Universitario | No | ----- |
| 22. | F | 26-35 | Catedrático Universitario | No | Por la polarización de la sociedad, los consumidores de redes. |
| 23. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | No | Pienso que en la mayoría de los casos NO, ya que nos hemos vuelto críticos a base de hechos. |
| 24. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No | Las personas tienen definido por quién votar. |
| 25. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No | Considero que al final las personas creen en lo que quieren creer. |
| 26. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | No | ----- |
| 27. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No | No creo que influya en las personas estudiadas y con conciencia social, además los memes son un tipo de burla, pueden tener información falsa. |

CONTINUACIÓN CUADRO 2, PREGUNTA 8

| | | | | | |
|-----|---|-------|---------------------------|----|---|
| 28. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No | La gente sabe que los memes son solo burla. |
| 29. | F | 26-35 | Empleado Público | Si | Nos hacen reflexionar. |
| 30. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No | Porqué realmente ellos lo hacen para expresar la realidad y otros en son de burla y creería que no todas las personas le toman en cuenta solo los ven y ya. |
| 31. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | Si | A veces las personas se confunden o creen que es verdad los que los memes reflejan. |
| 32. | M | 18-21 | Estudiante Universitario | No | Si se simpatiza con un candidato es por su manera de trabajar, no por servir como objeto de burla. |
| 33. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | Si | Porqué muchas personas se dejan llevar por las redes sociales. |
| 34. | F | 26-35 | Catedrático Universitario | Si | Dependiendo de lo que se dice podría en algunos casos cambiar la actitud de las personas. |
| 35. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | No | La gente ya decidió su voto. |
| 36. | M | 18-21 | Estudiante Universitario | No | Depende de la percepción de la persona. |
| 37. | M | 18-21 | Estudiante Universitario | Si | Porqué la gente pierde cierto ánimo y motivación. |
| 38. | M | 26-35 | Empleado Público | No | Ya se sabe por quién votar. |
| 39. | M | 18-21 | Estudiante Universitario | No | ----- |
| 40. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No | ----- |
| 41. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | No | ----- |

CONTINUACIÓN CUADRO 2, PREGUNTA 8

| | | | | | |
|-----|---|-------|---------------------------|----|--|
| 42. | F | 26-35 | Empleado Público | No | Porqué ya tienen bien pensado por quién votar. |
| 43. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | No | ----- |
| 44. | F | 18-21 | Estudiante Universitario | No | ----- |
| 45. | F | 22-25 | Estudiante Universitario | Si | Porqué para mí los candidatos pierden credibilidad al ser satirizados con sus propuestas. |
| 46. | F | 22-25 | Empleado Público | Si | Es un constante bombardeo de atribuciones buenas o malas de los candidatos. |
| 47. | F | 26-35 | Estudiante Universitario | No | La mayoría de personas si ideología sementada. |
| 48. | F | 26-35 | Estudiante Universitario | No | Esto es distracción, la ideología ya se tiene definida. |
| 49. | M | 22-25 | Estudiante Universitario | No | Porque considero que los mismos son considerados como una burla o simple forma de diversión. |
| 50. | M | 26-35 | Catedrático Universitario | No | La gente no los ve serios. |


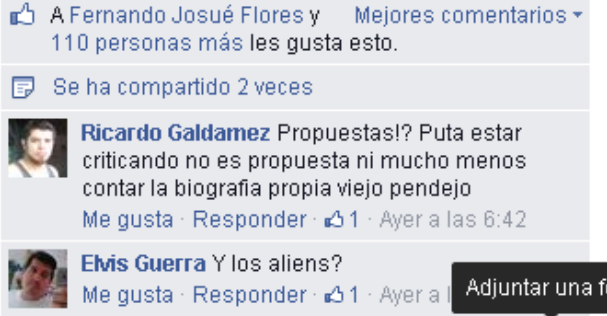
Análisis: (41 personas) dicen que No, que no cambia su actitud reflejado en la intención del voto, mientras que a (9 personas), Si le cambio su actitud, pero en su totalidad las persona tiene definido por quién votar y que en su mayoría saben que se satiriza a los candidatos para darle adeptos.

ANÁLISIS DEL OBJETO DE ESTUDIO



MEMES DE EDWIN ZAMORA

| MEME | LIKE | COMPARTIDO | COMENTARIOS |
|--|------|------------|---|
|  | 173 | 2 |  |



Análisis: En esta imagen “meme” del candidato a diputado por el partido ARENA Edwin Zamora se ve reflejada la satirización que las personas escriben en la imagen palabras obscenas denigrando el trabajo del protagonista; en este caso denigrando su plan municipal que es el arma para llegar a ganar la timpanización de los votantes. Al hablar de sus likes se puede observar que tuvo una aceptación media entre los usuarios de la red social Facebook con un total de 173 like y dos veces compartidos a través de la página Tacuazín Peinado. A pesar de su baja circulación siempre tuvo reacción de los facebookeros esto lo demuestra en los comentarios como lo expresa Elvis Guerra, que sigue la burla que le hacen al candidato.

| | | | |
|---|-----|---|---|
|  | 111 | 2 |  |
|---|-----|---|---|



Análisis: En la imagen “meme” es satirizada por las personas creadoras de dicha imagen en donde realizan montajes para su creación. Siempre con un objetivo fin, en este caso burlarse del aspecto físico del candidato Edwin Zamora. En cuanto a sus like como se puede observar en este caso tuvo un índice menor que en el “meme” anterior con un total de 111 like e igual se compartió dos veces en la página Tacuazín Peinado. Al hablar de los comentarios genera un tipo de respuesta así como lo hizo Ricardo Galdámez donde reaccionó con un fuerte texto dejando ver al candidato como una persona ignorante al enfatizar sus debates, declaraciones y cuestionamientos en una crítica al candidato contrario.

| | | | |
|--|-----|----|--|
|  | 390 | 14 |  |
|--|-----|----|--|

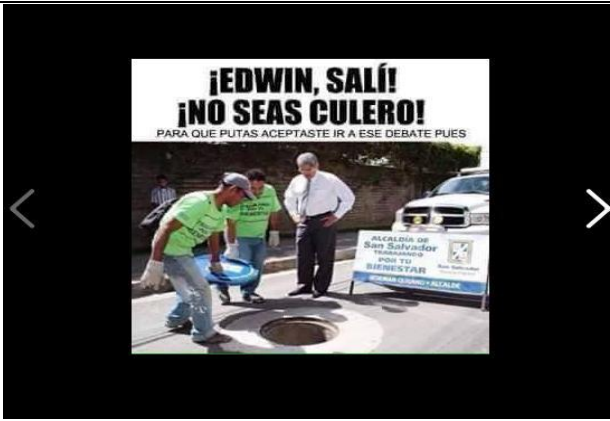

Análisis: En un contexto electoral se realizaron varios debates entre los candidatos a alcaldes donde los más significativos fueron dos, en los que participaron el candidato Edwin Zamora, y el candidato Nayib Bukele, ambos por la alcaldía de San Salvador. Dichos debates dieron de que hablar en los medios de comunicación; y la red social Facebook, como un nuevo medio de comunicación no se quedó atrás ante ello, surgiendo un sin fin de “memes” en los que su objeto de burla era el candidato Edwin Zamora debido a que según las opiniones de las personas fue el que en lugar de debatir y presentar propuestas llegó a criticar. Este “meme” es un ejemplo de los que circularon en ese momento mostrando de una manera burlesca a Zamora, diciendo que a la gente no le importe el debate sino más bien la salud, una clara sátira del contexto político que se dio. Asimismo éste circulaba en la página Tacuazín Peinado y a diferencia de los anteriores, éste tuvo más like y fue compartido un poco más; 390 like y 14 veces compartido.

| | | | |
|---|-----|---|---|
|  | 282 | 3 |  |
|---|-----|---|---|


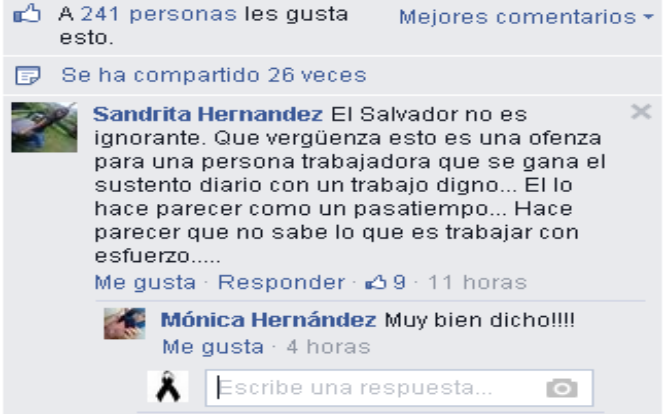
Análisis: Un contexto político complicado para el candidato Zamora, debido a que Facebook ha sido un medio propicio para la propagación de imágenes satíricas de él, en este “meme” lo que quisieron mostrar los creadores de este tipo de imágenes es una burla a su persona donde hasta los mismos miembros de su partido les daba vergüenza que los vieran hablando con él, esto ante el concepto que la población tenía de él a través de los debates mencionados anteriormente.

| | | | |
|--|-----|----|--|
|  | 405 | 13 |  |
|--|-----|----|--|

Análisis: En este “meme” se puede observar como el público percibió el debate que sostuvo el candidato por ARENA, Edwin Zamora, y el del FMLN Nayib Bukele demostrando que para ellos el ganador o el que impartió las mejores propuestas fue el del FMLN, debido a esto la respuesta de la población no se hizo esperar y bombardearon la red social Facebook con una cantidad de “memes” por la derrota del candidato Zamora, si vemos la respuesta de los usuarios de Facebook sobre este “meme” fue visto por 405 personas obteniendo like, las cuales les pareció idónea esta imagen y entre todas estas personas compartieron el “meme” a la vez que fue comentado por muchas otras, en resumidas cuentas parecía obvio que la población daba mayor prioridad a las propuestas de Nayib Bukele.

| | | | |
|---|-----|----|---|
|  | 746 | 76 |  |
|---|-----|----|---|

Análisis: Una de las respuestas de la población ante la mala impresión que dejó el candidato Edwin Zamora de ARENA, en el primer debate que sostuvieron en el programa “Debate con Nacho Castillo” con Nayib Bukele fue que en una imagen captada por la población donde el alcalde en ese momento Norman Quijano hacia una inspección sobre unas tapaderas que habían sido hurtadas, cierta imagen fue utilizada para satirizarla y hacer una burla al candidato Zamora por su impresión ante el debate queriendo dar a entender que el candidato se había escondido, este fue uno de los “memes” que más circulo en Facebook sobrepasando los más de 700 like y 76 veces compartida.

| | | | |
|--|-----|----|--|
|  | 241 | 26 |  |
|--|-----|----|--|


Análisis: Para las personas que vieron este “meme”, lanzaron una cantidad de ofensas al candidato Zamora reprochando su actitud al tomar una bicicleta y querer parecer una persona que se gana el pan de cada día con mucho esfuerzo, para la población el candidato solo busco ganarse más el descontento de ellos y no ganar votos con sus propuestas dando una mala imagen para los que día con día se sostienen de este trabajo. Pudo que la intención de él podría haber sido otra, pero la creación y circulación de este “meme”, hizo que la gente brindará su opinión y mostrará su descontento ante la acción tomada por el candidato.

| | | | |
|--|------|-----|--|
| | 1052 | 100 | |
|--|------|-----|--|


Análisis: El día de las elecciones para la población salvadoreña y en especial para las de San Salvador el gane de Nayib era más que evidente y desde muy tempranas horas se comenzaron a publicar una cantidad de “memes” en las que figuraba el candidato Zamora como perdedor y en este “meme” publicado alrededor de las 5:00 PM se hacía constar que Zamora era el que perdería las elecciones y se observa en la imagen que esta con otras personas simpatizantes de Nayib, aunque se ve que la imagen es un montaje en el color de las camisas y sus letras pero lo que quiere dar a es lo importante, y el mensaje escrito sobre esta es la que lo hace más relevante ya que textualmente dice “con las persona más humillada del año” eso hace que este “meme” tenga más realce y haga ver al candidato de ARENA en una derrota por la comuna capitalina.

| | | | |
|--|-----|----|--|
| | 116 | 15 | |
|--|-----|----|--|


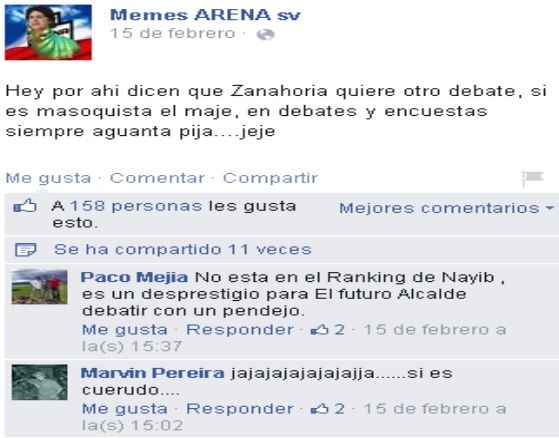
Análisis: Con 116 likes y 15 veces compartida esta imagen se suma a las muchas que en el espacio cibernético circulan en referencia al candidato Zamora y en esta ocasión se le grafica en un escenario “de bolitos” enfatizando siempre en la ventaja que Nayib lleva en la actual campaña electoral. Al protagonista se le figura un rostro de decepción, de tristeza y en cierto modo de desesperación. En los comentarios los usuarios de Facebook se ríen y se burlan del candidato, hasta expresando que esperan que ojalá se diera cuenta de los “memes” que protagoniza, como lo expresa Diana Ayala; ya no lo ven como una persona que aspira una silla edilicia sino como un objeto de burla y humillación.

| | | | |
|---|------|-----|--|
|  | 4756 | 605 | <p>A Erick Peña, Rafael Melara, Kevs Gvzmán y 4753 personas más les gusta esto.</p> <p>Se ha compartido 605 veces</p> <p>Ronald Francisco Delgado x eso estamos como estamos, hasta cuando va entender el Pueblo Salvadoreño que no importa por quien votes arena o el fmln son la misma mierda, la gente peliandose y ellos reunidos tomando de la misma botella en los grandes hoteles del pais gastandose nuestros impuestos -.- Me gusta · Responder · 1 · 14 de febrero a la(s) 1:01</p> <p>Ibon Carolina Escobar Menjivar yo no comparto con samora pero respeto quiere respeto a tí no tegustaria que te vistieran de quisiañera, no te moleste s hermano Me gusta · Responder · 2 · 13 de febrero a la(s) 1:01</p> |
|---|------|-----|--|



Análisis: A lo largo de la campaña electoral hubieron muchas encuestas relazadas por diferentes medios de comunicación y universidades del país, las cuales en su mayoría dieron como ganador a Edwin Zamora lo que ocasiono en un momento que se diera este “meme”, donde ya se habían pasado más de quince encuestas pero al tener ganadas Nayib la mayoría aparece un gráfico de pastel y Zamora de quinceañera partiendo el pastel de las quince encuestas perdidas. En los comentarios observamos que hay personas de que defendían la imagen del candidato de ARENA mostrando su descontento por la imagen que se le hacía a este. Este “meme” tuvo para la mayoría una gran aceptación ya que obtuvo 4756 likes y 605 veces fue compartida, ganándose la simpatía de las personas, entre las que figuraban las que mostraban su repudio al hacer un montaje de esa forma del candidato tricolor.

| | | | |
|--|-----|----|---|
|  | 274 | 29 | <p>A 274 personas les gusta esto.</p> <p>Compartida 29 veces</p> <p>Ver 26 comentarios más</p> <p>Fernando Osorio Traten de resumir las cosas, que hueva leer todo eso. Me gusta · Responder · 1 · 6 h</p> <p>Irvin Alfaro magistral hahahaahaha Me gusta · Responder · 1 · 4 h</p> <p>Garcia U Josep jajajaja muy bueno Me gusta · Responder · 2 h</p> <p>Carlos Alvarado Rocio Marquez Me gusta · Responder · 1 h</p> <p>Willian Jovel que barbaros un análisis filosófico como este no lo había leído jajaja se mandaron Me gusta · Responder · 1 h</p> <p>Lisette Esmeralda Segovia Me da lo mismo. Me gusta · Responder · 51 min</p> |
|--|-----|----|---|

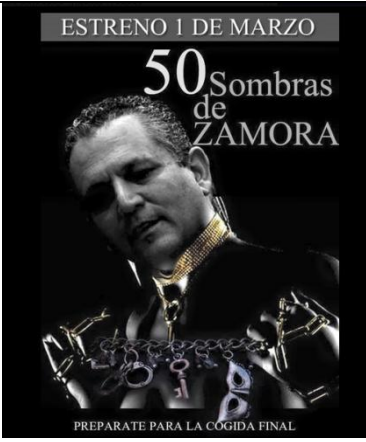

Análisis: Edwin Zamora, una vez más siendo objeto de risas a través de la red social Facebook, en forma de caricatura el rostro del candidato sobresale bajo la figura de un vegetal, la zanahoria, dado que para la población el peculiar apodo para este personaje político es: zanahoria. Asimismo en sus manos unas piezas de pollo que parecen ser pollo campero, todo el entorno de esta imagen es nada más una especie de burla para el candidato como para el partido que representa, puesto que a lo largo de campañas electorales anteriores se han caracterizado por regalar piezas de pollo campero a la población para agradecerles como principal opción política en las urnas. Un “meme” que causó bastante risa entre los cibernéticos alcanzó 274 likes, siendo compartido 29 veces.

| | | | |
|---|-----|----|---|
|  | 158 | 11 |  |
|---|-----|----|---|


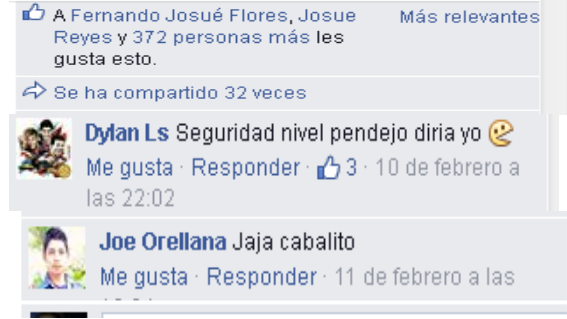
Análisis: En medio de una campaña electoral en busca de obtener la comuna capitalina, los candidatos Nayib Bukele y Edwin Zamora realizaron debates entre sí para presentar sus propuestas municipales y cuestionarse ambos de qué forma y objetivo lo lograría, pero más bien, a juicio de los televidentes, fue más un show en donde Zamora no supo defender los ataques de Bukele, lo que generó la reacción de las personas creando y haciendo circular diversos “memes” como éste, el cual se relaciona con la película “300” en donde se refleja una dura batalla entre los persas y espartanos, venciendo los primeros. En esta ocasión gráficamente Nayib representa a los persas y Zamora a los espartanos, quienes salieron derrotados en la lucha. Esta imagen provocó risas en la población y hasta fue ocasión de mostrar insultos al candidato con menos puntajes en los debates, como lo expresa Paco Mejía. Alcanzó 158 likes, siendo 11 veces compartido.

| | | | |
|--|-----|----|--|
|  | 185 | 80 |  |
|--|-----|----|--|



Análisis: En el primer debate de Zamora y Nayib, el candidato tricolor en su propuesta de seguridad planteo que instalarían cámaras de seguridad en muchas zonas de la capital e incluso menciono que en por medio de estas se les hablarían a los delincuentes para que no cometieran un delito, lo que ocasionó que eso que dijo fuera causa de burla al grado de sacar este “meme” por la red social Facebook, donde se muestra como se satiriza lo que el candidato dijo en el debate que al delincuente se le diría que se quedara quieto que iban por él para detenerlo y enjuiciarlo.

| | | | |
|---|-----|----|---|
|  | 170 | 25 |  |
|---|-----|----|---|



Análisis: Como el protagonista de una reciente película se encuentra Edwin Zamora en este “meme”; “50 sombras de Grey” es el título original de la película que se estrenó en las taquillas salvadoreñas recientemente, en la cual sus escenas destacaban por ir cargadas de erotismo con prácticas sexuales que involucraban: disciplina, sumisión y masoquismo. Ahora en un sarcasmo político le cambian el título a “50 sombras de Zamora” con fecha de estreno según dice es el 1° de marzo, ya que es ese día en el que se llevarán a cabo las elecciones municipales, asociándolo a una frase vulgar como se puede observar al final de la imagen “preparate para la cogida final”. Provocando risa en los cibernéticos obtuvo 170 likes siendo 25 veces compartidas.

| | | | |
|--|-----|----|--|
|  | 374 | 32 |  |
|--|-----|----|--|

Análisis: En uno de los debates entre el candidato por el FMLN, Nayib Bukele y el candidato por ARENA, Edwin Zamora, al hablar sobre temas de seguridad y cual eran las medidas para prevenir la violencia y delincuencia en la capital, una de las respuestas de Zamora es que reforzaría el Cuerpo de Agentes Metropolitanos de San Salvador con nueva tecnología, les daría celulares “Iphone”, con los que supuestamente combatirían las inseguridad. Motivo de ello fue la creación de “ memes” como éste, en el que se pone de manifiesto la mofa que se le hace al candidato tricolor por su respuesta que hasta cierto punto sonó un poco ilógica. A través del contenido iconográfico se quiso expresar que en lugar de reforzar con armas o mantenimiento de equipo se habla de un celular, asociando las dos cosas y creando una pistola y en su punta un celular “Iphone”. Los comentaristas expresan su burla y hasta insultos para el candidato. 374 likes y 32 veces compartidas fue el ranking de dicha imagen.

| | | | |
|---|-----|----|---|
|  | 700 | 42 |  |
|---|-----|----|---|

Análisis: En contexto similar a la anterior imagen, se pone de manifiesto la burla por lo expresado en el debate al candidato Zamora, para combatir la inseguridad en la capital se necesita de verdaderas herramientas con las que se pueda lograr; lo primero en lo que se piensa es en armas para el CAM. Caso contrario a lo que se quiere dar a entender en esta imagen, donde ponen al candidato en una posición como que armas no importan sino que lo principal es “Iphones” y “pollo campero”, éste último caracterizado por ser el alimento que le regalan a miles de personas en campaña electoral el partido tricolor. Los comentarios como en los demás “memes” son de insulto y burla hacia el candidato, aunque cabe destacar que en esta ocasión los creadores de la página donde circula dicha imagen dan respuesta a un comentario diciendo que ellos no viven de política sino más bien solo se trata de divertir a las personas y que si no trabaja no hay dinero. En Conclusión: 1. Lo hacen como burla, para divertir a los demás con la imagen de personas con derechos humanos y 2. Lo hacen por trabajo, alguien los contrata para ello. 700 likes y 42 veces compartido

| | | | |
|--|-----|----|--|
|  | 344 | 30 |  |
|--|-----|----|--|



Análisis: En un acto más de diversión y trabajo, Edwin Zamora es puesto en un escenario gráfico de mentiroso, sabiendo combinar agentes externos como las canciones de artistas, en este caso se valieron de la ayuda de la canción de Olga Tañón: “mentiroso”, poniendo a un Zamora sonriente porque una artista le dedicaría una canción y al final era: “es mentiroso ese hombre, es mentiroso”. Los usuarios dieron su aprobación a la característica que le brindaban, mientras que otros opinaban en general haciendo alusión que todos los políticos son mentirosos no solo él. 344 personas fueron las que brindaron un like a esta imagen y 30 decidieron compartirla en su red social.

| | | | |
|--|-----|----|---|
| | 426 | 86 | <p>A 426 personas les gusta esto.</p> <p>Se ha compartido 86 veces</p> <p>Patty Mejía 😞😞😞😞 Me gusta · Responder · Ayer a las 0:20</p> <p>Patty Aguilar Jajajaja!!! Me gusta · Responder · Ayer a las 0:26</p> <p>Walters Herrera q lo lleven dnd su abuela para q lo aliente jajajajaja Me gusta · Responder · 1 · Ayer a las 2:45</p> <p>Fátima Argueta David Crepiat Me gusta · Responder · Ayer a las 8:01</p> <p>Peludo Ayala Gran ejemplo d los capitalinos y migeleños pero la jente ignorante n va acavarse jamas la libra d frijoles y d arroz les va alcanzar los 3 años q nos gobiernen estos ijos d puta Me gusta · Responder · 1 · Ayer a las 8:59</p> <p>Felipe Ramirez Jajajajaja Me gusta · Responder · Ayer a las 9:09</p> <p>Marco Antonio Medina Calderon Y monseñor Romero ya se fue que bien Me gusta · Responder · Ayer a las 10:06</p> |
| <p>Análisis: 426 likes y 86 veces compartida fue el ranking que acompañó este “meme”, donde se muestra la desesperación de Edwin Zamora por la persecución política que siente ante su adversario Nayib Bukele, quien se muestra un poco arriba en las encuestas realizadas por medios de comunicación y universidades privadas. La mayoría de población habla de los debates realizados entre ambos, que como se mencionó en otra imagen anteriormente, Bukele debatió con más acierto y credibilidad, es por ello que los creadores de este “meme” se imaginan un Zamora desesperado, buscando una salida, un lugar donde no se hable de Bukele, de la ventaja que posee sobre él y de lo que la gente piensa de él después de los debates.</p> | | | |


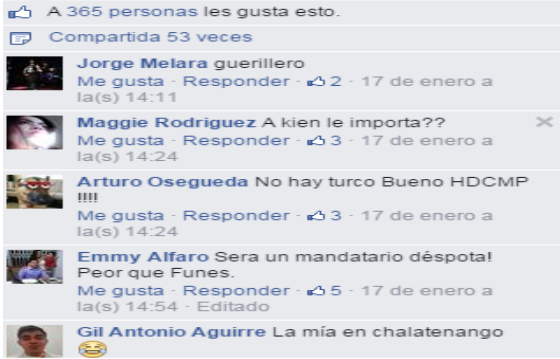
MEMES DE NAYIB BUKELE

| MEME | LIKE | COMPARTIDO | COMENTARIOS |
|--|------|------------|--|
|  | 0 | 0 |  |

Análisis: Luego de una visita a un mercado municipal de la capital esto fue lo que apareció en la red social Facebook, este “meme” muestra al candidato Bukele y su esposa comiendo junto con personas del mercado, esto a fin de ganarse la simpatía de los capitalinos. Esta actitud no es bien vista por la población ya que el candidato quería parecer como una persona común y corriente pero para la población eso no vale, el país reprocha esa actitud. En los comentarios se puede observar como un usuario publica que en lugar de un refresco consumían una coca cola, es decir algo transnacional en lugar de bebida natural, para la política salvadoreña este tipo de política ya no genera mayor realce ni gane de adeptos pues interesa escuchar propuestas para la seguridad, salud y educación, no se puede reprochar del todo pero la población no lo toma como algo normal.



| | | | |
|---|-----|---|---|
|  | 100 | 0 |  |
|---|-----|---|---|

Análisis: Siempre en temas de encuestas, el candidato Nayib mantiene el porcentaje arriba que su adversario, en esta ocasión un “meme” creado a esta realidad, caricaturizan a Bukele como un héroe, como el que manda, el jefe, con la expresión “Zamora yo soy ¡tu alcalde!” como decirle que ya las elecciones las tenía perdidas, porque el alcalde sería él. Esta vez los usuarios de esta red social expresaron sus pensamientos los cuales en su mayoría, van en contra del candidato Bukele, y en algunos los insultos van hacía otros usuarios que han brindado de igual manera su opinión. Este “meme” fue visto por un gran número de personas a las cuales no les fue indiferente ver a Nayib como el jefe, como el mandamás, puesto que se obtuvieron 100 likes para dicha imagen, aunque cabe destacar que no fue compartida por nadie directamente en su propio perfil.

| | | | |
|---|-----|----|--|
|  | 365 | 53 |  |
|---|-----|----|--|

Análisis: Para la burla, el hazme reír y el sarcasmo político no existen límites, los creadores de estos “memes” se valen de cualquier cosa para ridiculizar a su personaje objetivo. Esta vez ponen a Nayib en un pesebre de paja y en pañales, tomando de referencia la imagen del niño Dios en pañales y en un pesebre, mezclando una cosa con la otra, la religión con la política, que en este caso y para su fin objetivo (hacer sátira) no tiene ninguna relación. Por otro lado la imagen de referencia se hace debido a que dicho candidato es de descendencia palestina, su abuelo nació en Jerusalén y su abuela en Belén, es a lo que en la coyuntura electoral diversos oponentes criticaban, de igual manera, la población hacía alusión a ello, que alguien con descendencia palestina podría llegar a la silla edilicia de la capital, aunque en esta imagen lo muestran como que no importa cuál es su descendencia, sus orígenes. En los diferentes comentarios realizados a la imagen se puede observar insultos por parte de los usuarios como también desinterés en sus orígenes. 365 likes y 53 veces compartida es la aceptación de este “meme”.

| | | | |
|---|-----|----|--|
|  | 195 | 15 |  |
| <p>Análisis: Una imagen similar a la realizada al candidato Zamora, es la que aparece circulando en las redes sociales pero ahora haciendo referencia a Nayib Bukele, relacionándolo con la reciente película estrenada en taquillas salvadoreñas “50 sombras de Grey” en este caso “50 sombras de Bukele” con una connotación bastante ofensiva pues se pone al protagonista de la imagen en una situación íntima, una escena de erotismo. Esta imagen no causó mucho despertar en los usuarios ya que no fue motivo de comentarios, pero tampoco pasó desapercibida, 195 personas dieron un like a la imagen, sin dar a entender si su reacción era a favor o en contra, pero si un visto y que no pasó para ellas desapercibida, asimismo fueron 15 personas quienes se dieron a la tarea de hacerlo circular más a través de postearlo en su perfil.</p> | | | |
|  | 222 | 1 |  |
| <p>Análisis: Siguiendo con la similitud con que comparan a Nayib y cepillín, esta vez lo ponen en uno de los escenarios de medios de comunicación donde el candidato fue invitado a entrevistas y a debates entre alcaldes. Sin ponerle texto alguno la gente sobreentiende a quien hace referencia la imagen, puesto que en el comentario de Luther Navidad hasta arregla la canción del payaso “cepillín” a modo de adaptarla al candidato. Al menos 222 personas se saben con certeza que vieron esta imagen y le dieron un like y solo una vez fue compartida entre los demás usuarios de la red social.</p> | | | |

| | | | |
|--|-----|---|---|
|  | 110 | 0 |  |
| <p>Análisis: En medio de la campaña electoral como todo candidato a un puesto público, Nayib realizó mitin con fines propagandísticos para poder obtener el voto de la mayoría de la población el 1º de marzo del presente año. Es común de los políticos acercarse a las personas ya sean mujeres, niños, hombres o personas de la tercera edad, para escuchar sus peticiones y necesidades comunitarias. Captado en esta imagen observando el rostro de una anciana, quien parece estar saludándolo y él sonriéndole con respeto. Algo que no pudo ser ignorado por los creadores de “memes” para transformarla en un chiste, con solo poner una sola palabra: “acepto”, como si el joven candidato estuviese proponiéndole matrimonio a la señora, pues esta palabra es reconocida en nuestro lenguaje como la respuesta de la mujer a una propuesta de matrimonio. Algunos usuarios que comentaron dicha imagen lo hicieron con otra imagen como es el caso de Eduardo Guzmán, quien coloca gráficamente a Bukele diciendo “prometo no robar”, como lo que le decía el candidato a la señora, mientras que otros observan bien toda la imagen dándole una frase a los demás elementos. Dicha imagen no se compartió ni una vez pero sí recibió 110 likes.</p> | | | |



857

73

A Gabrielino Sotno, Nancy Ureirana y 855 personas más les gusta esto.

Se ha compartido 73 veces

No Seas Maje Tienen tan zampada la política en la mente, que no saben distinguir una broma. #NoSeasMaje
Me gusta · Responder · 48 · 3 de noviembre de 2014 a las 17:49

1 respuesta

Karina Gonzalez Galvez Q no ven q le están haciendo chiste ????? Ashh la gente !!
Me gusta · Responder · 9 · 3 de noviembre de 2014 a las 17:48


Julio Meza Es buena página pero mucha pendejadas apoyando al FMLN no soy de ninguno de los 2 partidos pendejos pero aburren
Me gusta · Responder · 5 · 3 de noviembre de 2014 a las 17:44

1 respuesta


Mario Rivera Patria si con los mismos NO
Me gusta · Responder · 3 · 3 de noviembre de 2014 a las 19:32

2 respuestas

Análisis: Como candidato alcalde por la Alcaldía de San Salvador, Nayib Bukele realizó varias acciones en bien de la ciudadanía durante su campaña electoral, ya sea porque realmente le importaba el sentir de la población o simplemente por encontrarse en campaña; ante esas acciones algunas personas brindaban una opinión positiva sobre el joven político, lo que se hacía pensar que él solucionaría muchos problemas de la capital como él mismo lo externaba, se estaba ganando la confianza de los votantes. A través de esto surge esta imagen con el rostro de Nayib y la frase: “La sonrisa de Nayib me curó el chikungunya”. De tanto hablar del candidato en mención de sus buenas obras y las futuras, de lo bien que simpatizaba con la mayoría de la población con solo una sonrisa por parte de él se harían proyectos en beneficio de la capital si llegase a quedar en la silla capitalina. Con este “meme” algunas personas externaron su malestar debido a que acusan a la página de hablar tantas cosas y todas en favor del partido FMLN, pero al mismo tiempo hay usuarios que lo interpretan simplemente como un chiste y afirman que solo es una burla. A 857 personas no les fue indiferente este “meme” y de los cuales 73 lo compartieron en su perfil o en alguna otra página.

| | | | |
|---|------|-----|---|
|  <p>Fotos de la biografía Opciones Compartir Enviar Me gusta</p> | 2654 | 442 | <p>Me gusta · Comentar · Compartir</p> <p>A Fernando Josué Flores y 661 personas más les gusta esto. Más relevantes ▾</p> <p>Se ha compartido 60 veces</p> <p>David Lainez Jajaja no tenia que ser con norman sino con zanahoria este meme Me gusta · Responder · 4 de marzo a las 6:54</p> <p>Jose Mijango K le compre una tortuga Me gusta · Responder · 3 de marzo a las 19:45</p> |
|---|------|-----|---|

Análisis: Nuevamente Nayib Bukele es puesto en escenarios íntimos, relacionándolo con cosas fuera del ambiente político. Un “meme” en donde se muestra a la diputada por el partido ARENA, Ana Vilma Escobar junto al candidato Bukele dándose un abrazo en las afueras de una reconocida casa de huéspedes del centro de San Salvador “El Oso”, dando a entender que ellos se relacionan más allá de la política, todo ellos a través de los foto montajes los cuales son indispensables en esta clase de imágenes satíricas. Algunas personas expresan que la mayoría peleándose entre ellos por defender un partido en particular y ellos (los políticos) se llevan bien, hasta esos extremos. Mientras que otros con palabras vulgares hacen mofa de lo que observan y se expresan en lenguajes no adecuados. Ante lo cual este “meme” alcanzó 2654 likes y fue compartido 442 veces, dando a demostrar el interés y la importancia que los usuarios pusieron en su connotación.

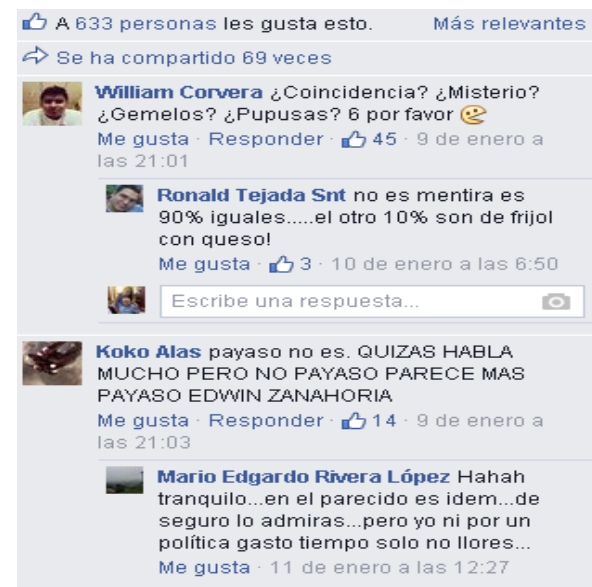
| | | | |
|--|-----|----|---|
|  | 662 | 60 | <p>Me gusta · Comentar · Compartir</p> <p>A Fernando Josué Flores y 661 personas más les gusta esto. Más relevantes ▾</p> <p>Se ha compartido 60 veces</p> <p>David Lainez Jajaja no tenia que ser con norman sino con zanahoria este meme Me gusta · Responder · 4 de marzo a las 6:54</p> <p>Jose Mijango K le compre una tortuga Me gusta · Responder · 3 de marzo a las 19:45</p> |
|--|-----|----|---|

Análisis: Este “meme” que obtuvo 662 likes y que fue 60 veces compartido nos muestra al candidato Nayib dirigiéndose al candidato a diputado Norman Quijano, del partido ARENA, con palabras no adecuadas en un buen lenguaje, cuando se podría decir que es todo lo contrario, ya que Bukele siempre se ha mostrado respetuoso ante los demás políticos sean de su partido o no. Pero la sátira en cuanto a política no tiene límites, se aprovecha de cada imagen para agregar lo que “aparentemente” da a entender.



633

69



Análisis: Un “meme” dedicado a la supuesta “similitud física” entre Bukele y el reconocido payaso “cepillín”. Esta imagen tiene muchos lados desde donde se pueda dar un significado, primeramente la ofensa física que hacen del personaje al ponerlo como un payaso; segundo, hacerlo ver ante la gente como alguien que no tiene nada serio que proponer, alguien que su discurso o plan de gobierno no esté fundamentado en bases firmes más que en un chiste, una payasada, y por último alguien que todo lo que hable o cómo se dirija a las personas sea más bien lenguaje de un payaso. Saber a ciencia cierta que se quiso dar a entender es muy complejo pero sí se puede observar y a sacar conclusión alguna a partir de los comentaristas de la imagen quienes entre risas y burlas aseguran que son dos personajes iguales, hasta gemelos; y otros que afirman que pueda ser alguien que hable mucho quizá pero que no llega a caracterizarse de tal forma. Nayib Bukele, candidato alcalde por la capital junto a un reconocido payaso “cepillín” obtuvieron 633 likes, siendo 69 veces compartido.



4107

467



No Seas Maje

Te gusta esta página · 27 de enero · Editado ·

Y por cada pregunta, bloque y el final... Así estuvo la cosa. ¿Quién lo niega? jajajaja soquenla

NOTICIA DE ÚLTIMA HORA, El mejor meme lo vamos a publicar jajaja

Me gusta · Comentar · Compartir

👍 A Fernando Josué Flores, Erika Valiente y 4105 personas más les gusta esto.

➦ Se ha compartido 467 veces



Luis Orellana Jajaja vallan a trabajar mejor al final quien gane vale madre de todos modos ustedes si frijoles comian frijoles ban a seguir comiendo gane quien gane zamora no hallaba q decir y nayib bukele asi como le hace para ser hipocrita diciendo feliz navidad siendo musulman cuando los musulmanes repudian la navidad asi de facil se le hacia para dar pajas en el debate tambien

Me gusta · Responder · 👍 11 · 28 de enero a las 19:09



Daniel Aragon Es salvadoreño, por nacimiento.

Me gusta · 28 de enero a las 22:42



Ivan De La Cruz Viejo te equivocas que la gasolina tenga mejor precio te ayuda ya a comprar algo diferente 😊

Me gusta · 30 de enero a las 15:16


Análisis: La imagen “memes” muestra un escenario de luchador donde el candidato por el partido FMLN, Nayib Bukele, patea al candidato por el partido ARENA, Edwin Zamora, viéndose como un perdedor en el debate. Mientras en los comentarios expresa Luis Orellana, que las personas vallan a trabajar mejor porque al Final gane quien gane no cambia nada. Obteniendo un total de 4107 like y fue compartido 467 veces.

MEMES DE WILL SALGADO


| MEME | LIKE | COMPARTIDO | COMENTARIOS |
|--|------|------------|--|
|  | 2464 | 195 | <div data-bbox="1289 370 1388 467" style="float: left; margin-right: 10px;"> </div> <div data-bbox="1402 370 1837 435"> <p>No Seas Maje Te gusta esta página · 23 de enero · 🌐</p> </div> <p data-bbox="1289 505 1633 537">Y esta es la triste realidad 😞</p> <p data-bbox="1289 586 1648 613">Me gusta · Comentar · Compartir</p> <div data-bbox="1289 630 1927 732" style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> <p data-bbox="1289 630 1927 732">👍 A Marisol Parada, Vincen't Melara Más relevantes ▾ y 2462 personas más les gusta esto.</p> </div> <p data-bbox="1289 748 1648 776">🔄 Se ha compartido 195 veces</p> <div data-bbox="1289 797 1927 899" style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> <p data-bbox="1289 797 1927 899">  Alba Argueta Inteligencia !! eso tiene Me gusta · Responder · 👍 26 · 23 de enero a las 12:19 </p> </div> <div data-bbox="1289 915 1927 1084" style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px;"> <p data-bbox="1289 915 1927 1084">  Jessie Guzmán Q tiene ese Nayib ?? De "guapo"?? Q no se lo veo por ninguna parte jajaja Me gusta · Responder · 👍 22 · 23 de enero a las 12:17 </p> </div> |

Análisis: En la imagen “meme” en la página de Facebook No Seas Maje, expresa “Y esta es la triste realidad”, donde se ve representado a Will Salgado con una cara del porque Nayib Bukele fue novio de la chica que le gusta en este contexto a Will Salgado es decir la chica bonita no se fijaría en él.

| | | | |
|---|-----|----|--|
|  | 362 | 21 |  |
| <p>Análisis: En un debate realizado por los candidatos por la alcaldía de San Miguel Will Salgado del partido (GANA) y Miguel Pereira del (FMLN), el candidato Salgado quien era el actual alcalde decía constantemente que Miguel Pereira era un mentiroso en lo que decía sobre sus propuestas y lo decía de esa forma “Miguelito es un mentiroso” por eso se utilizó en este “meme” esa frase para que las personas vieran lo que dijo a la vez que se le añadió que el daría celulares al cuerpo de agentes metropolitanos (CAM) para tener mayor seguridad en el municipio, esto fue para las personas no bien visto porque además que el candidato parecía burlarse de su oponente quedaba una mala impresión de él pues no tenía argumentos para responder y defender sus propuestas.</p> | | | |
|  | 59 | 0 |  |
| <p>Análisis: Hay imágenes de “memes” que no tuvieron mucha aceptación entre los cibernéticos o no alcanzaron el mismo ranking que otras, las cuales su contenido iconográfico hacía que se viralizaran en cuestión de segundos. Un ejemplo de “meme” con poca influencia es éste, donde se puede observar el rostro de Will Salgado en una naranja, puesto que dicho candidato tiene como rasgo físico ser de cara redonda y con marcas de acné, para los creadores de éste, simular su rostro en una naranja era perfecto, con la frase: “Naranja de chotoooooo...!!!” ya que el candidato por la reelección de la alcaldía migueliense se popularizaba por su frase: de chotooooo! La cual era utilizada para referirse a la entrada del carnaval de San Miguel en noviembre de cada año, aunque su frase causa risa a la población. Esta imagen solo alcanzó a obtener 59 likes y no fue compartida ni una vez.</p> | | | |

| | | | |
|---|-----|----|---|
|  | 222 | 22 | <p>Jajaja este Will "de choto" que no agarra el vacil, menos mal que es payaso. By: #FlowBoy</p> <p>Me gusta · Comentar · Compartir</p> <p>A Fernando Josué Flores y 221 personas más les gusta esto.</p> <p>Se ha compartido 22 veces</p> <p>Ruby Guerra Jajajaja Me gusta · Responder · 2 de mayo a las 19:33</p> |
|---|-----|----|---|

Análisis: Vestido de payaso es como se muestran a Will Salgado en esta imagen, como muestra de que para la población es como un payaso, como el hazme reír de los demás, aún más poniéndolo con la frase: Y entonces Miguelito me dijo: ¿Ya te vas papito? Salu pues!!!, esta es una de las frases que algunos payasos suelen utilizar cuando niños pierden en concursos realizados, esta vez, lo emplean como diciendo que dicho candidato ya perdió las elecciones municipales y quien ganaría sería el candidato por el partido FMLN, Miguel Pereira. Este “meme” que generó más risas que alguna otra reacción negativa en los usuarios del internet, llegó a obtener 222 likes y 22 personas decidieron compartirlo con los demás.

| | | | |
|--|-----|---|--|
|  | 107 | 4 | <p>A 107 personas les gusta · Mejores comentarios ▾ esto.</p> <p>Se ha compartido 4 veces</p> <p>Kevin Cruz Saben lo alegre que esta la gente aquí en San Miguel con eso que le paso a Sandra Salgado xD Ahora vamos por el gane de Miguel Pereira 😊 Me gusta · Responder · 6 · 15 de febrero a la(s) 23:57</p> <p>María Sola de Martínez Jajajajajaja gran familia Me gusta · Responder · 1 · 15 de febrero a la(s) 21:51</p> <p>Jose Ctv Los salgado 😊</p> |
|--|-----|---|--|

Análisis: Uno de los “memes” más visto por las personas en la contienda electoral fue en la que aparecía Will Salgado y su familia quienes laboraban en la alcaldía de San Miguel, esto causo descontento en toda la población restándole adeptos al candidato y dejando un sin sabor en la población quienes rechazaron esa actitud del edil en ese momento. Este “meme” sin duda causo que personas del gran San Miguel ya no dieran su voto de confianza a Salgado sino al contrario le restaron credibilidad. Es aquí donde podemos ver como estos “memes” influyeron en la realidad política salvadoreña pues hacían reflexionar a la población sobre la contienda electoral y sus aspirantes. Obteniendo 107 like y compartiéndose 4 veces.



252

16

👍 A 252 personas les gusta [Mejores comentarios esto.](#)

➦ Se ha compartido 16 veces

 **Edwin Landaverde** Menos mal los carnavalones eran de choto, les dio paja pues los mismos habitantes del municipio de San Miguel los tendrán que pagar
 Me gusta · Responder · 👍 2 · 29 de abril a las 16:21

 **Memes ARENA sv** Ahora si ya sabemos porqué eran de choto!!! 😊
 Me gusta · 👍 2 · 29 de abril a las 16:24

 **Jose Dany Sanchez** Jajajaja pureso nunca prosmere nuestro pais jajajaXD vale gaver..
 Me gusta · Responder · 👍 1 · 29 de abril a las 16:06

 **Eduardo Sanchez** Tremenda rata
 Me gusta · Responder · 👍 1 · 29 de abril a las 15:23

 **Abel Figueroa** Esta chido ezta pajina de memes de los tacuavines de ARENA jajajajajaj esta bergon sigan aciendonos rreir asta ki en la usa amigos

Análisis: Como se mencionó en el “meme” anterior la célebre frase de Don Will Salgado es: “de chotooooo!!!” y como en un sentimiento de risa, burla y hasta cierto grado de malestar, toman la imagen de dicho protagonista cuando se encuentra en una de sus reuniones con la población, queriendo mostrar que lo que está diciéndole a la gente es que deja una deuda en la alcaldía y que esa al igual que sus carnavales es de choto!, ante esto las personas reaccionan de diferente manera a los “memes” anteriores, aparte de causarles risa crea en las personas cierto malestar y disgusto ya que comienzan a opinar que por eso no eran de choto los carnavales, porque se tiene una gran deuda en la alcaldía y muchos. Otros brindan su opinión diciendo que es la misma gente quienes les tocaría pagar esa deuda en caso él llegase a perder las elecciones. Se puede observar cómo la gente comienza hacer un análisis en su cabeza y a suponer cosas que no se saben a ciencia cierta, más sin embargo, es la influencia que dicha imagen proyecta. La cual obtuvo 252 likes y se compartió 16 veces. Po lo tanto, dicha imagen genera en la población incluso en los que no viven en nuestro país como es el caso de Abel Figueroa que brinda su comentario apoyando a los creadores de estos “memes” a seguir trabajando para hacerlos reír hasta en Estados Unidos.





| | | | |
|--|-----|----|--|
| | 300 | 12 | |
| <p>Análisis: En esta ocasión ponen siempre a Don Will como una característica de burla, haciendo creer que desde antes de las elecciones ya se sabía que iba a perder la alcaldía, la cual según opiniones y “memes” se daba a entender que el ganador sería Miguel Pereira. En este “meme” coloca a Will en una posición humillante pidiéndole a Pereira un puesto aunque sea como concejal dentro de la alcaldía, lo ponen como pidiendo a favor, a gritos no salir de la comuna. Ante esto los usuarios brindan sus opiniones las cuales en su mayoría es risa, burla y en otras ocasiones opinan que a Will se le terminó el chorrito de pisto, esto ante los cinco períodos que llevaba ya como alcalde de San Miguel. Dicha imagen fue vista por al menos 300 personas las cuales dieron un like y 12 de ellas la compartieron.</p> | | | |

MEMES DE MIGUEL PEREIRA

| MEME | LIKE | COMPARTIDO | COMENTARIOS |
|--|------|------------|--|
|  | 307 | 1 | <p>A 307 personas les gusta esto. Mejores comentarios ▾</p> <p>Se ha compartido 1 vez</p> <p>Mady Alvar Viejo pedante Me gusta · Responder · 1 · 2 de marzo a la(s) 17:10</p> <p>Jenny Romero Ya se imaginaran la calidad de alcalde que van a tener 😊 Me gusta · Responder · 2 de marzo a la(s) 22:23</p> <p>El Monstro Alv Chancleton Me gusta · Responder · 2 de marzo a la(s) 16:10</p> <p>Jeanine Del Piero Jajajajaja jajajajaja, se pela minis!!! 😊 Me gusta · Responder · 2 de marzo a la(s) 15:25</p> <p>Yiyi Ta juajujauajauajau Me gusta · Responder · 2 de marzo a la(s) 15:55</p> <p>Ramone Rivas Jajaja miguel chancleta. Me gusta · Responder · 2 de marzo a la(s) 15:33</p> |

Análisis: El candidato por el FMLN Miguel Pereira en un debate con Will Salgado mencionó que él tenía visa para viajar a los Estados Unidos y por tal razón había tenido la oportunidad de viajar a ese país para conocer sobre los proyectos que ahí impulsan diferentes alcaldes, esto lo mencionó porque él afirmó que Will Salgado se le había retenido su visa por estar en vías de investigación. Es por eso que este “meme” refleja lo que el candidato dijo de una forma burlesca hacia su contrincante. Se ve en la política todo hasta el más mínimo detalle es utilizado contra un rival, demostrando la falta de argumentos y de profesionalismo a la hora de estar frente a una cámara.

| | | | |
|---|-----|----|--|
| | 198 | 0 | |
| <p>Análisis: A pesar que Miguel Pereira, candidato a la alcaldía de San Miguel por el (FMLN), no era muy conocido popularmente, también fue blanco para los creadores de “memes”, debido a que era un adversario clave para Will Salgado según encuestas realizadas a la población migueleña. Algunas personas como los creadores de esta página lo tildaban a Pereira como “lokillo”. Como se sabe en la política se trata de ganarse a la gente, especialmente si se aspira a un puesto público, la mayoría de candidatos van a visitar los municipios, dan a conocer su plan de gobierno y siempre llevan una regalía para las personas, que es lo que quieren dar a entender en esta imagen, en la cual aparte de ridiculizar al protagonista, tildan de ignorante a la población, la hacen ver como tonta al ponerlas en un escenario de “felicidad” porque el candidato alcalde promete regalar atol chuco en su gestión. Es decir en esta ocasión, no solo se burlan del candidato sino de la población humilde de dicho municipio. Mientras que en los comentarios siempre se brinda una opinión y esta vez es de risas, siguiendo el juego de la imagen y dando a entender que no se cree en las promesas de Pereira, puesto que Frank Sánchez expresa: “atol con el dedo”. 198 likes acompañan dicho meme.</p> | | | |
| | 232 | 12 | |
| <p>Análisis: En esta imagen “meme” se ve representada por el candidato Miguel Pereira en una entrevista, donde se burla de la situación de Will Salgado ante el retiro de su visa, el “meme” expresa “Déjeme decirle pueblo Migueleño le quitaron la visa”. Siendo visto por 232 personas le dieron like, y 12 veces compartida.</p> | | | |

| | | | |
|--|------------|----------|---|
|  | <p>111</p> | <p>1</p> | <p>Me gusta · Comentar · Compartir</p> <p>A 111 personas les gusta esto. Más relevantes ▾</p> <p>Se ha compartido 1 vez</p> <p> Liss Escobar miguelito el mentiroso × Me gusta · Responder · 5 · 2 de febrero a las 21:19</p> <p> Jorge Dawson Corrupción × Me gusta · Responder · 3 de febrero a las 7:59</p> <p> Rousse Martel Jajajajaja Me gusta · Responder · 2 de febrero a las 21:17</p> |
| <p>Análisis: Como se sabe los “memes” son creados con la finalidad de tener un punto objetivo de burla, de tener algo que subir a la red y que la gente pueda reírse, y con ello generar cierto grado de influencia ya sea positiva o negativa. Dentro del plan de gobierno de Miguel Pereira existen diversidad de proyectos, algunos los expuso en las entrevistas que algunos medios de comunicación le realizaron. Pero esta vez, se encuentra graficado en un escenario inferioridad en donde por sí solo no podría realizar algo por San Miguel sino es ayudado por algún poder, en este caso, el Gobierno Central (FMLN). Los comentaristas se ríen, lo tildan de mentiroso y de corrupción, hasta cierto punto lo que los creadores de este “meme” querían, y verlo como un personaje inferior con pocas probabilidades de gobernar un municipio grande como lo es San Miguel. Ante lo cual se dieron 111 like y solo 1 vez compartido.</p> | | | |

EXPOSICIÓN DE LOS RESULTADOS.

A partir de la información obtenida a través de las herramientas de recolección de datos: encuesta, entrevista en profundidad (ver anexos) y guía de observación, fue posible llevar a cabo el objetivo general de la investigación que es: Determinar la representación de la política salvadoreña a través de “memes” en la red social Facebook, sobre la sátira que hacen los usuarios de los candidatos a alcaldes en las elecciones 2015, por los municipios de San Salvador, Santa Ana y San Miguel, mediante un monitoreo de imágenes y comentarios entre diciembre de 2014 a marzo de 2015, a fin de profundizar en las consecuencias que provocan en la campaña electoral de los participantes en las elecciones referidas.

Nuestro análisis del objeto de estudio (imágenes “memes”), se basó en los cuatro candidatos más representativos en la contienda electoral, iniciando con San Salvador representado por el (FMLN), Nayib Bukele y por el partido (ARENA), Edwin Zamora; luego con San Miguel por el partido (GANA), a través de Will Salgado y el (FMLN) con Miguel Pereira, en cuanto a los candidatos por Santa Ana, no se virilizo ningún “meme” en la red social Facebook.

Según los resultados en las encuestas realizadas durante la semana del 02 al 06 de marzo de 2015, en el campus central de la Universidad de El Salvador, a catedráticos, estudiantes universitarios y empleados públicos de la UES, con un total de 50 encuestas entre ellos 29 mujeres y 21 hombres entre las edades 18-21, 22-25, 26-35 años.

Se obtuvo que las personas se burlan de la realidad política salvadoreña a través de imágenes “memes” satirizados, así lo indicaron 22 personas, (ver gráfico 6 de análisis de los resultados), mientras que 19 respondieron que es una estrategia política en contra de algún partido, 9 que es una forma de diversión, y 6 personas creen que es para que los partidos políticos cumplan lo que prometen en sus campañas políticas.

Es así que en su mayoría, según las encuestas, las imágenes satirizadas a través de “memes” a simple vista le generan a la población una especie de burla hacia lo que se pone de manifiesto en dicha imagen, ya que en el país existe una cantidad de usuarios en la red social Facebook quienes interpretan a su manera lo que ocurre en nuestra realidad, en la mayoría de ocasiones exageradamente, ya que como se conoce, cuando se está en periodos electorales los candidatos se valen de sus recursos para hacer grandes campañas, ofreciendo sus ideas y dando a conocer su plan de trabajo, es por esta razón que los usuarios de Facebook interpretan y demuestran cómo perciben nuestra realidad política poniéndole un toque humorístico o satírico con el fin de causar cierta gracia sobre una actitud.

Este tipo de humor político, como lo denomina la Licenciada de comunicaciones de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, UCA, Claudia Ivonne Rivera, en nuestra entrevista en profundidad, viene desde los tiempos de la militarización, pero en aquel entonces este tipo de humor se veía como bromas inocentes de los estudiantes sin la intención de ofender a los políticos de esos tiempos, se puede decir que era un tipo de humor más relajado y respetuoso, enfatizó Rivera. Algo totalmente contrario a los “memes” de ahora, en donde se hace uso de un lenguaje grosero y del montaje de imágenes en una perspectiva irrespetuosa para el protagonista.

Esta sátira encontrada en los memes no es tan preocupante como el hecho de la viralidad que este “meme” genera, es decir, la facilidad con que se propagan a un gran número de personas en todo el mundo, puesto que en el tono burlesco con el que se crea, se argumenta algo que no siempre es verdadero, y por medio de ello cada usuario enmarca en sus mentes el fenómeno de una realidad no comprobada y hasta cierto punto falsa, pero que te crea un tipo de percepción, a partir del cual parte una tendencia de opinión, brindando puntos de vista o contrarrestando el contenido de la imagen.

La experta comenta que la gente satiriza la realidad política salvadoreña a través de “memes” porque ***“un “meme” sienta tendencias, retoman tendencias de otros “memes” la imagen se queda en la mente se olvida el contexto, estas imágenes son una forma de expresión y es válida, que no está regulado con respecto a eso y que tenés una audiencia cautiva que le encantan los “memes” y que espera el siguiente “meme” porque es la forma de comunicarse, porque la juventud de ahora habla más en esos términos, entonces la clave está en que le pongas la imagen adecuada y que tenga sentido todo lo demás sea válido o no sea válido, pero ahí tenés tu forma de difusión de información.”***

Asegura que los peligros de una imagen “meme” son tres: Que no se conoce la viralidad de éstos, los “memes argumentan muchas veces detrás de sí lo que llevan es una falacia, no se conoce la fuente del “meme”.

Es decir, un meme genera varias situaciones, las cuales no son tan visibles para los usuarios de Facebook, ya que solo se comparte una imagen porque me gustó, porque me dio risa o simplemente porque llamó la atención, pero no se razona en la viralización que dicha imagen trae, es decir, cómo ésta se multiplicará y difundirá en cuestión de segundos, solo se

comparte sin pensar antes si dicha imagen es verdadera o su texto que le acompaña es algo real o es una falacia, es decir, una mentira con el fin de dañar a una persona, mucho menos saber si hay una fuente real acreditando lo que está dicho.

Cabe destacar que de acuerdo a las encuestas realizadas la mayoría de personas solo comparten una imagen “meme” sin tomarle mayor importancia, sin pensar en lo antes dicho, y en si ésta imagen es o no un daño para la persona en cuestión, puesto que una sátira como ésta es una violación al derecho a la propia imagen y el honor que cada individuo de una sociedad posee.

Aunque también se puede decir que en este caso, ellos (los candidatos) no buscan por cuidar su imagen, desde lo que dicen, lo que hacen, hasta quienes ponen como encargados de administrar sus cuentas en redes sociales, que en su mayoría puede decirse que son jóvenes, miembros de un mismo partido a fin, los cuales son contratados para este tipo de trabajo, crear y subir un “meme” a una determinada página de Facebook con el fin de generar un debate entre los usuarios.

Así como se observa en el análisis del objeto de estudio, (ver meme N° 16 del Candidato Edwin Zamora) donde el administrador de la página responde en un comentario a un usuario, el cual defendía a un candidato en particular, y éste brinda su respuesta diciendo “que se relaje, que él solo hace eso por diversión y porque si no trabaja no come”.

Es decir, que lo que a cada momento se puede observar en Facebook es simple diversión, tanto de los creadores como de quienes los contratan para tal fin, generar debates, atacar, ridiculizar, difamar y calumniar al opositor a través de estos “memes” viralizados en esta red social.

Según las encuestas realizadas, las personas vieron más de un “meme” sobre los candidatos, según la pregunta 1 (ver gráfica 1, de análisis de los resultados) el 88% (44 personas) han visualizado la imagen “meme” y solo el 12% (6 personas) no vieron ninguna, siendo una minoría.

Con ello se puede determinar que en la actualidad por muy significativo que pueda parecer un “meme” siempre es visto por más de una persona, ya que son muchas las que tienen acceso a una cuenta y han podido observar cómo los candidatos han sido objeto clave de las personas anónimas dedicadas a la realización de este tipo de contenido.

Siendo la imagen “meme” más vista según los resultados de las encuestas (ver gráfica 2, pregunta 1, del análisis de los resultados) 22 personas vieron en una forma satirizada al candidato por el partido (ARENA), Edwin Zamora, seguido por el candidato del (FMLN), Nayib Bukele con un total de 15 personas, 11 vieron “memes” del candidato por la alcaldía de San Miguel del partido (GANA), Will Salgado y solo una persona vio un “meme” de Miguel Pereira, candidato por el partido (FMLN) por la alcaldía de San Miguel.

Precisamente salieron a la luz durante ese período electoral una serie de imágenes en su mayoría de Edwin Zamora del partido ARENA, en la investigación se analizaron 18 imágenes “memes” del candidato, seguido de Nayib Bukele con 11 “memes” 7 imágenes de Will Salgado, y siendo una minoría con 4 “memes” de Miguel Pereira. Este resultado da a entender en ambas técnicas que en su mayoría los “memes” más vistos fueron los de Zamora y Nayib Bukele.

Para muchas personas dichas imágenes viralizadas le dieron un “like” “me gusta” o “comentario” sobre dichos “memes” publicados, por esta razón podemos decir que las

personas si percibieron dichas imágenes, así lo muestra el resultado de las encuestas en la pregunta 2 (ver gráfica 2, de análisis de los resultados) que en su mayoría un 60% (30 personas) le dieron un “like” alguna vez a la imagen “meme” de dichos candidatos, y el 40% (20 personas), pasaron desapercibidos dándole poca importancia al hecho.

Esto refleja que las personas en su mayoría sí vieron las imágenes como lo indica la pregunta 1 (ver gráfica 1, de análisis) donde muestra un 88% (44 personas) que sí vieron la imagen, pero el resultado de la pregunta 2, es que en su mayoría vieron la imagen pero no todos le dan “like”.

En cuanto al objeto de estudio el “meme” que obtuvo “más “like” con 4756, y más veces compartida con 605, en todo el análisis realizado fue el de Zamora, (ver análisis de objeto de estudio), con la imagen más vista fue el de **“MIS QUINCE ENCUESTAS PERDIDAS”** ya que durante la campaña electoral hubieron muchas encuestas realizadas por diferentes medios de comunicación y universidades del país, en las cuales Edwin Zamora solo ganó 15 y la mayoría las ganó Nayib Bukele, a raíz de eso aparece un gráfico de pastel de Nayib junto a Zamora, éste último vestido de quinceañera partiendo el pastel de las quince encuestas perdidas.

El segundo candidato es Nayib Bukele quien obtuvo en todo el análisis del objeto de estudio el “meme” con más “likes” y más veces compartido, siendo la imagen de un escenario de luchadores, donde dice **“ASÍ ESTUVO Y ASÍ FUE EL RESULTADO DEL DEBATE”**, aparece Nayib pateando a Zamora en un escenario de luchador, esta imagen obtuvo 4107 “like” y 467 veces fue compartida. (Ver análisis del objeto de estudio).

El tercer candidato es Will Salgado de San Miguel por el partido (GANA), con una imagen “meme” que dice (ver análisis del objeto de estudio), **“LA QUE TE GUSTA, SU EX, SU HERMANO, Y ESTE SOS VOS”**, obteniendo 2464 “like” y 195 veces compartida. Por último se encuentra el candidato, por el partido (FMLN), Miguel Pereira obteniendo la mayoría de “like” de sus imágenes (ver análisis del objeto de estudio), **“YO SI TENGO VISA, MIGUEL CHANCLETA”**. Con 307 “like”. En cuanto a los comentarios de imágenes “memes” según las encuestas de la pregunta 3, (ver gráfica 3, del análisis de los resultados), donde muestra un 90% (45 personas) no escribieron ningún comentario sobre dichos “memes” simplemente los vieron pero no compartieron sus opiniones o punto de vista sobre dicha sátira, con una minoría de 10% (5 personas) que SÍ, comentaron la imagen “meme”.

Continuando con la pregunta 3 (ver gráfico 2, pregunta 3, del análisis de los resultados) solo 3 personas brindaron un comentario a favor, 1 en contra, 1 ambiguo, es decir a favor y en contra; siendo 44 personas, la mayoría que no comentaron dichos “memes”.

En los comentarios vertidos por los usuarios muchas veces se ve cómo se genera debate, ya que unos defienden lo que aparece y otros no están de acuerdo con lo que se publica y se comienza a dar una serie de opiniones que a la larga hace vistoso el “meme”, en su mayoría entre personas de partidos políticos contrarios.

Dichas imágenes satirizadas de los candidatos para la mayoría de personas encuestadas los “memes” creados en un contexto político les causa risa, de lo que se pone de

manifiesto, la gente lo ve, lo observa y se burla en un primer momento pero, en un trasfondo analítico le genera una forma de pensar y sobre qué pensar

Esto lo refleja la pregunta 5 (ver gráfica 5, de análisis de los resultados) donde se analiza que 34 personas dicen que ver imágenes satirizadas en Facebook de los candidatos les causó risa, a 14 les dio indiferencia, y 4 personas les causo burla y cero personas les dio enojo ver dichas imágenes. No importándoles si dañan o denigran a la persona (candidatos) con el contenido.

Respondiendo a nuestra segunda pregunta guía, a pesar de lo que un “meme” puede llegar a generar en el momento en que se ve y se propaga en la red, su dimensión no es tan grande como para llegar a cambiar la decisión de voto en una persona, como se explicó en la justificación nadie es capaz de ser puramente racional o puramente emocional, como se sabe no puede considerarse que la sensibilización social y política solamente puede provenir del sentir, sino también implicamos al saber, y al conocer, en base a esto se puede sentir y emocionarse.

Por ello, no se puede considerar a lo racional y lo emocional como dos variables mutuamente excluyentes, el ser humano es integral, todo convive y no hay forma de anular ningún aspecto, es toda una gran red.

Puesto que el acto de ejercer el sufragio y escoger a un representante en cierta parte viene de lo irracional (las emociones) y como se explicó en la justificación no se menosprecia a la racionalidad de la gente, sino que se está hablando de lazos y vínculos más estrechos que se forman a partir de una conexión distinta.

Los “memes” llegan a decir qué pensar y sobre qué pensar, pero no a un cambio de imagen sobre el candidato o a un cambio de ideologías, sino lo que más define nuestro voto es la ideología y el sentimentalismo.

De igual forma, reflejo de esto es la pregunta 8 de la encuesta, en donde las personas aseguran que no les provocó un cambio de decisión al momento de votar el haber visto “memes” satirizados de los candidatos (ver gráfica 8, del análisis de los resultados), con un 82% (41 personas) no les infundió ver imágenes “memes” siendo la minoría con un 18 % (9 personas) que si les provocó un cambio de actitud en el voto.

Estos porcentajes indican que en su mayoría las personas ya tienen claro por quién votar sin importarles que hayan visto imágenes “memes” con información falacia de una forma satírica de su candidato en elección en la red social Facebook. Al analizar la pregunta 7 de la encuesta si algunos comentarios fuertes violenta la libertad de expresión (ver gráfica 7, del análisis de los resultados) el 76% (38 personas) siendo la mayoría que NO violentan la libertad de expresión, ante un porcentaje 22% (11 personas) que dijeron que SI, y solo una persona dijo SI Y NO, con el 2%.

Según los resultados y contestando a nuestro tercer objetivo específico: “Analizar los diferentes comentarios que los usuarios realizan en la red social Facebook en el marco de la actual regulación sobre la libertad de expresión, a fin de determinar si se vulneran derechos de los candidatos”, los memes no violentan la libertad de expresión, por ende no vulneran ningún derecho de los candidatos.

Pero de acuerdo a nuestro análisis basado en documentos legales como es la Constitución de la República en su Art. 6, donde claramente dice que se pueden difundir libremente las ideas siempre y cuando no se dañe la moral e integridad de otra persona : *“Toda persona puede expresar y difundir libremente sus pensamientos siempre que no subvierta el orden público, ni lesione la moral, el honor, ni la vida privada de los demás”*., es decir, que si se tiene derecho a expresarse libremente, difundir ideas y pensamientos, pero que no atenten contra otra persona, como lo es el caso de los memes, donde éstos dañan la moral, el honor y la vida privada de los candidatos poniéndoles en escenarios ridiculizantes y menospreciando sus ideas de gobierno.

Asimismo hay quienes se hacen valer de este derecho de libertad de expresión para calumniar, difamar e injuriar a una determinada persona, términos legales que manifiesta el Código Penal en sus Arts. 177, 178 y 179, los cuales al ser violentados tendrían una multa o sanción, pero dichos artículos no tienen especificación alguna en cuanto a la violación de éstos en internet, en particular en la red social Facebook.

Sin embargo, el Jefe de Comunicaciones de la Asamblea Legislativa, Gerardo Hurtado fue destituido de su cargo por haber compartido en tono burlesco una imagen “meme” en su cuenta personal de twitter, en él aparecen los rostros de los cinco integrantes de la familia de Will Salgado, del partido (GAN) activos en la política salvadoreña, y quienes se sintieron afectados por la denigración que se hacía en la imagen.

Gloria Gómez, diputada suplente de Sandra Salgado, pidió que Hurtado fuera removido de su cargo, al estar faltando al Código de Ética del Empleado. “Él (Hurtado) conoce del

tema, pertenece al área de Comunicaciones, es el jefe, no podemos permitir que él haga este tipo de publicaciones, más que todo riéndose de la publicación”. Manifestó Gómez.

En este caso tiene un mayor peso lo que se publicó por el hecho de estar en campaña electoral y porque actualmente está en estudio la ley contra el delito informático, además que la persona que lo publicó posee un cargo público y los afectados son personas de estatus. En general aún no hay una sanción específica para las personas que atenten con la integridad física y moral de otra persona en los espacios cibernéticos, pero en este caso se procedió de acuerdo al reglamento de la Institución.

Así como éste, hay muchos casos en los cuales se daña a la otra persona, como lo son los candidatos en estudio, y ante los cuales hasta el momento nadie ha recibido castigo o sanción alguna por infringir en el derecho y la vida íntima de los mismos. Sin embargo, se intenta poner un límite al mal entendido por “libertad de expresión” bajo leyes que beneficien a todos y respeten especialmente a las figuras públicas, objetivo directo de los creadores de “memes”.

Al momento de realizar esta investigación se encontraba en estudio un anteproyecto el cual se denominaba: **“Ley Especial de Protección contra los Delitos Informáticos”**. Dicha Ley contaría con 37 artículos y buscaría ser reguladora de algunos delitos cometidos en las Tecnologías de la Comunicación y de la Información (TICS), esto a perjuicio de los datos almacenados o transferidos que afectan intereses asociados a la identidad, propiedad, identidad, intimidad e imagen de las personas naturales o jurídicas en los términos previstos en esta Ley.

Según el experto en delitos informáticos, Doctor Emilio Viano, esta Ley “No sólo se tiene que condenar y penalizar si no también prevenir. En electrónica los cambios son tan inmediatos por lo que la Ley debe ser dirigida al futuro, que sea preparada para encontrar pruebas electrónicas y por supuesto, requiere actualización de los jueces que están acostumbrados a un mundo que pueden ver y tocar”. Por esta razón esta ley al aplicarla a la realidad salvadoreña y más exactamente a la realidad política salvadoreña, al diseñar memes o imágenes satíricas de las figuras políticas públicas, debe de comprobarse que en realidad lo que alguien hace o dice sea lo que se publica, ya que si se le cambia el contenido para hacerlo “chistoso” o “divertido” y la persona involucrada se siente afectada podría recurrir a esta ley para que se investigue de donde procede y quien la publicó haciendo valer sus derechos.

Esta Ley puede llegar a regular estas imágenes “memes” siempre y cuando haya alguien que las denuncie, ante lo cual surge la pregunta ¿Qué tanto se ofende un político cuando le hacen un meme?, como nuestro trabajo lo expone, son muchos memes los que surgieron en este contexto político en estudio, de los cuales se retomó una muestra de 40 imágenes y de éstas ningún candidato manifestó sentirse ofendido o difamado, lo que hace pensar que es algo con lo que ellos están de acuerdo y que son ellos mismos quienes pagan por ello para tratar de influir en las personas sobre qué pensar y llegar a difamar al opositor.

4.2 CONCLUSIONES

1. Los “memes” tienden a la viralización con información no comprobada, que sale a la luz por algún supuesto, por algún rumor que se dio y que se quiere dar a conocer a las personas para que externen su opinión ya sea a favor o en contra de lo que se muestre.
2. Hasta cierto punto se puede decir que estas imágenes satirizadas son algo a lo que podemos llamar libertad de expresión para los creadores de dichas imágenes, ya que no los han sancionado, buscando un medio para poder difundir libremente sus ideas respecto a un hecho, pero estos que atentan contra el derecho al honor y a la imagen del personaje en cuestión.
3. Actualmente no existen mecanismos para un control real, de los hacedores de esta nueva sátira, como lo fue en algún tiempo las caricaturas en la prensa escrita, en la actualidad sí existen mecanismos para la prensa escrita pero aún no por los medios digitales que por su carácter de nuevas tecnologías no se puede controlar. A menos que sea de una forma con un régimen autoritario que restrinja el uso de ciertas paginas o sitios web.
4. Los “memes” son utilizados por las personas para expresar sus ideas en referencia a lo que se les presenta, se ven como algo burlesco pero que puede brindar opinión, defender o atacar sin que nadie le ofenda personalmente.

5. Los “memes” son un fenómeno el cual no posee ningún tipo de regulación, ni alguien verdaderamente interesado por poner un alto a las burlas, denigraciones de las personas y a la sátira de hechos con enfoque político, social y económico.
6. La realidad política salvadoreña a través de “memes” para muchos es una opinión digital para expresar lo que se piensa sobre lo que se vive en tiempo de campaña electoral.
7. Las personas que se dedican a la creación de “memes” algunos contratados por partidos políticos pretenden denigrar a través de imágenes a los candidatos, con el objetivo de que la población se burle de “X” o “Y” partido hasta cierto punto que la gente cambie su ideología, pero en su mayoría estos “memes” los que les causa es risa, y no cambia en la decisión del voto.
8. Puesto que, el acto de ejercer el sufragio y escoger a un representante en cierta parte viene de lo irracional (las emociones) como se explicó anteriormente no se menosprecia la racionalidad de la gente, sino que se está hablando de lazos y vínculos más estrechos que se forman a partir de una conexión distinta. Los “memes” llegan a decir qué pensar y sobre qué pensar pero no a un cambio de imagen sobre el candidato o a un cambio de ideologías.
9. Las personas consideran que los “memes” son una manera de hacer ver a los políticos cumplir sus propuestas de ganar las elecciones y no quedarse solo en la idea de hacer algo para el pueblo.

En esta investigación podemos constatar que en nuestra realidad política hay muchas cosas que los políticos deben mejorar, para que a la hora de estar en campaña no ser objeto de burlas sino al contrario ganarse el respeto de las personas, aunque es difícil evitar que los adversarios de un partido no aprovechen ciertas situaciones para tratar de lograr ventajas electorales, cuando el otro comete ciertos errores.

4.3 RECOMENDACIONES

1. El Estado debe crear un ente regulador, como podría ser a través de leyes específica para vigilar que toda la información que se viraliza en el internet, específicamente en las redes sociales, hagan valer los derechos de todos los ciudadanos por igual.
2. Que exista alguna institución independiente encargada de crear espacios de opinión para la población en cuanto a temas de política o de alguna otra índole de interés para la sociedad.
3. Que el Estado castigue con leyes fuertes a personas que utilizan o son creadores de páginas con imágenes “memes” que denigran el derecho al honor y a la propia imágenes, en este caso a los candidatos, al igual a personas que hacen comentarios obscenos.
4. Los que buscan un cargo público, especialmente quienes disputen una silla edilicia hagan un juego limpio y que no alienten a personas de su ideología a la creación de cuentas fantasmas para atacar a su contrincante.
5. Un papel más activo de parte del (TSE), en época electoral, ellos deben regular estos actos ya que los “memes” se dieron principalmente en contienda electoral.
6. El Tribunal Supremo Electoral (TSE), como ente rector, en época electoral debería ejercer un papel más activo y ser vigilante de que los partidos políticos en contienda, no trasgredan la dignidad de otros candidatos/as, en las redes sociales, como ya lo hacen en otros medios de comunicación tradicional.

7. Al igual que las imágenes informativas, debería de crearse una ley en la que sea obligatorio el uso de autoría en las imágenes “memes”.

VII. REFERENCIAS

A) LIBROS:

1. **GRANDE RIVERA, Julio César**, (Ciclo I-2015). *Documento básico para análisis en la asignatura de derecho de información*. Facultad de Ciencias y Humanidades departamento de Periodismo. Páginas, 98, 126, 130, 137.
2. **HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto; FERNÁNDEZ, COLLADO, Carlos; BAPTISTA LUCIO, Pilar**. *Metodología de la investigación*, cuarta edición, México, Mcgraw-Hill/ Interamericana- Editores SA DE SV, año 2006, Pág.525.
3. **MONTERO SÁNCHEZ, María Dolores**, (1993). *La información periodística y su influencia social*, Barcelona, Editorial la Labor. Pág. 35.
4. **Asamblea Legislativa de El Salvador**, (2011). **CÓDIGO PENAL, REFORMAS SOBRE LA DIFAMACIÓN**, San salvador.

B) HEMEROGRÁFICAS.

DE LA CRUZ PÉREZ, Alfonso, BOLAÑOS Edgardo (2012) (2012) *El uso que le dan los estudiante de la carrera de Licenciatura en Periodismo de la Universidad de El Salvador y los estudiantes de la Licenciatura en Comunicaciones y Relaciones Públicas de la Universidad Tecnológica a la red social Facebook como medio de comunicación social*. Tesis de grado, Licenciatura en Periodismo, Universidad de El Salvador, (Anexos, página 60).

C) ELECTRÓNICAS:

1. **BASURTO Daniel** (2013). *Significado de Paradigma*. Disponible en la Web:
www.significados.com/paradigma.
2. **CÁCERES Pablo** (2003). *Análisis cualitativo de contenido: Una alternativa metodológica alcanzable* [en línea] Vol. II (Chile): escuela de psicología, en:
<http://www.psicoperspectivas.cl/index.php/psicoperspectivas/article/viewFile/3/3>.
3. **HARTIN- IORIOS,** (2004). *Método Cualitativo en Periodismo,* en
<http://aprendeenlinea.udea.edu.co/lms/moodle/mod/resource/view.php?id=268>
4. **INFOTECHNOLOGY.COM,** (2013).*Qué es un meme y cuál es su origen,* en
<http://www.infotechnology.com/internet/Que-es-un-meme-y-cual-es-su-origen-20131111-0002.html>.
5. **INTERNET Y ORDENADORES,** (2014). *Cómo es la historia de Facebook,* en:
<http://inteordenadores.practicopedia.lainformacion.com/facebook/como-es-la-historia-de-facebook-20854>.
6. **MURATA, G.** (2013). *La historia detrás del meme,* en <http://inteordenadores.practicopedia.lainformacion.com/facebook/como-es-la-historia-de-facebook-20854>.

7. **MENDOZA, Miguel, LÓPEZ, Aranguren.** *Análisis de contenido cualitativo y cuantitativo: Definición, clasificación y metodología.*
en:<http://www.utp.edu.co/~chumanas/revistas/revistas/rev20/gomez.htm>

8. **MENJIVAR, V.** (2014). *Inicia calendario para elecciones de 2015.*<http://www.laprensagrafica.com/2014/03/31/inicia-calendario-para-elecciones-de-2015>

9. **VELÁZQUEZ, E.** (2015). *Cinco candidatos lucharán por alcaldía de San Salvador,* en:
http://www.elsalvador.com/mwedh/nota/nota_completa.asp?idCat=47673&idArt=9203584

10. **VELÁSQUEZ, E.** (2014). *PCN ratifica candidatos para alcaldes y diputados en elecciones de 2015.*http://www.elsalvador.com/mwedh/nota/nota_completa.asp?idcat=47673&iart=9203584

D) ENTREVISTA:

1. **LICDA. RIVERA CLAUDIA IVONNE,** (Efectuada el 22 de Julio de 2015). Licenciada de comunicaciones de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, UCA.

ANEXOS

FICHA TÉCNICA

Investigadores responsables: Enma Veraliz Peña Cañas, Diana Milena Valle de Solórzano y Mario Lizandro Chacón.

Objetivo: Identificar la influencia que generan los “memes” relacionados con temas electorales en la ciudadanía.

Técnica: Cuestionario escrito estructurado con preguntas cerradas y abiertas.

Tipo de Encuesta: Una por persona con un tiempo de duración aproximado de 6-8 minutos cada una.

Tipo de Muestra: Aleatoria y estratificada. Representativas por grupos de edad y sexo.

Grupo Objetivo: 29 mujeres y 21 hombres con un total de 50 encuestas. Entre las edades 18-21, 22-25, 26-35 años.

Condición Laboral: La encuestas se realizaron a Catedráticos, Estudiantes Universitarios y Empleados Públicos de la UES.

Metodología del Muestreo: Por sexo, edad, lugar de residencia y nivel académico. Los encuestados fueron elegidos al azar utilizando una combinación de dos métodos de muestreo los cuales fueron el estratificado y el aleatorio simple.

Cobertura Geográfica: Campus Central de la Universidad de El Salvador.

Tamaño de la Muestra: 40 válidas de un total de 50 encuestas.

Margen de Error: 1.5% (95% de confianza).

Fecha de Realización: Durante la semana de 02 al 06 de marzo de 2015.

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

DEPARTAMENTO DE PERIODISMO.

**TRABAJO DE GRADO PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIATURA EN
PERIODISMO**

**ENCUESTA PARA CONOCER LA INFLUENCIA QUE GENERAN EN LA
CIUDADANÍA LOS “MEMES” RELACIONADOS A TEMAS ELECTORALES. Sexo:**

F M

No----- Encierre en

un círculo su margen d edad: 18-21

22-25

26-35

Condición Laboral: Catedrático

Estudiante

Empleado Público.

**1.¿Ve o vio memes en la red social Facebook sobre los candidatos a al alcaldes de
San Salvador, Santa Ana y San Miguel?**

Si

No

De quien -----

2.¿Diólike alguna vez a “memes” referidos a los candidatos antes mencionados?

Si

No

3. ¿Escribió algún comentario sobre un determinado memes de estos candidatos?

Si

No

Si su respuesta es SÍ dicho comentario fue: A favor o En contra.

ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD.

Entrevistador: Enma Veraliz Peña Cañas

Fecha: 22 de Julio de 2015.

Entrevistada: Licda. Claudia Ivonne Rivera.

Cargo: Licenciada de comunicaciones de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, UCA, actualmente encargada de seminario de graduación en la misma carrera.

PERFIL DE LA ENTREVISTADORA:

Claudia Ivonne Rivera, con 15 años de trabajar en la UCA, posee una maestría en comunicación en la Universidad de Illinois, Chicago, con enfoque particular en nuevas tecnologías y en investigación cualitativa, en el mismo lugar estudió las metáforas de las conferencias y cómo estas metáforas marcaban al internet de los académicos gringos. Recibió clases de argumentación y es lo que imparte en la universidad, su enseñanza se especializa en investigación cualitativa en argumentación. Recientemente a través del observatorio de comunicación política, una instancia de análisis patrocinada por el fondo de investigaciones, del 2013 al 2014 le permitió analizar la campaña presidencial en aquellos tiempos. Los resultados del informe de Investigación se darán a conocer entre agosto o septiembre de este año.

En la actualidad es encargada coordinadora de seminario de investigación en la UCA; se encarga de coordinar el proceso en el cual a los estudiantes se les pide un análisis de un tema, ellos realizan un proyecto y sacan un producto, en este caso un producto periodístico y una estrategia de comunicación.

1. ¿Por qué cree usted que se satiriza a través de imágenes “memes” la política salvadoreña de los candidatos de San Salvador, Santa Ana y San Miguel?, ¿cuál es su finalidad?.

Según lo encontrado en los observatorios y otros rastreos que hemos hecho consideramos que se llama humor político porque hay varias formas de humor político: la sátira, también tenés lo grotesco, también a través de imágenes y nosotros en el seminario de graduación que acaba de terminar decidimos trabajar un contraste con los estudiantes un proceso del humor político pero en los años de la militarización, entonces encontramos básicamente el mismo ciclo, allá por los años de los militares lo que era eran bromas inocentes que la gente le ponía apodos, los políticos y había bromas sobre todo de Martínez y bromas de otros presidentes uno que le decían el tapón, etc. en esos tiempos no había tanta represión en cuestión del humor, podemos decir que ese ciclo de humor político era más o menos relajado respetuoso y luego viene una segunda época y se da un humor más agresivo y las tonalidades que toma después, entonces esto era sobre todo que provenía de estudiantes de la universidad nacional en sus orígenes porque según nos han reportado los alumnos en los datos quienes estudiaban en la UES en un primer momento eran los hijos de la oligarquía del país, entonces los señores aceptaban el humor, el humor era oficial, aceptaban el humor porque decían “ah estos son vichos, ya van a pasar de esta época”. Luego viene otro proceso de humor el humor más negro, en el sentido que ya se comienzan a criticar las estructuras políticas, las estructuras partidarias, que fue cuando los jóvenes de la universidad nacional cuando ellos quieren en su show bufo querían proponer al candidato presidente llevaron un burro, llevaron un montón de burro representando el gabinete o representando la asamblea. Ya en este momento el humor se convierte en

algo crítico, en una sátira de las cosas y viene la represión. Entonces las bromas aquí ya no eran en contra de, ya no eran bromas inocentes sino que ya eran bromas orquestadas en función de criticar al sistema y aparte de criticar al sistema ya tenían elementos más grotescos. Reportan los vichos que salían los de la Nacional en las carrozas, habían grandes penes, había travestismo y esto nosotros lo hemos relacionado a un autor que se llama “Baltín” que es básicamente lo que se asocia, uno de los precursores de los estudios culturales que se llama el carnaval. Un momento en el que antes de grandes procesos en aquellos tiempos en que antes de la cuaresma así como el carnaval de Brasil vos te podías dedicar a toda la realización de los elementos de la carne, entonces en ese proceso es donde es válido este tipo de humor entonces nosotros hemos encontrado rastros grotescos, el humor bien crítico, el humor satírico, viene la guerra, algunos cipotes reportan que habían ciertas forma de humor político y ese humor político estaba basado en mimos que quedaban a la interpretación de la gente, que podía ser pero que no podía ser, siempre ha habido un humor político incluso en momentos de crisis. ¿Qué pasa? Los cipotes han reportado, porque han rastreado después de la guerra, que comienza nuevamente el ciclo de humor político, porque con calderón sol las mismas bromas eran broma inocentes apelaban a que calderón sol era tonto, de Cristiani casi no se observan bromas, apelaban al racismo, las bromas del zanate de francisco flores, y luego vamos viendo que hay un proceso en el que siempre ha habido connotaciones del humor pero ahora nuevamente esas connotaciones del humor se convierten en llamas grotescas. ¿Qué es un meme? Un meme es básicamente una estructura mínima de sentido que a veces no tiene conexión una cosa con la otra pero que se hace viral, según el rastreo que hemos hecho del concepto original del término, entonces ¿qué es lo que pasa? Si nosotros nos fijamos también en otras

investigaciones que hemos hecho con los vichos de seminario, nos hemos encontrado que la gente con toda la polarización que existe, (ese fue el seminario del año pasado, por esta época) la gente tiende a dividir los comentarios que hacen sobre el humor, tienden a privatizarlo, si comentan te comentan en la tienda de la colonia pero la gente no quiere dar más detalle sobre eso, entonces según esta investigación ¿qué es lo que sucede? La gente lleva la crítica a la política y el descenso a la política su ámbito privado y ¿qué es lo que pasa? ¿Quiénes son los que llevan toda esta información a las casas? Los jóvenes que tienen acceso a redes sociales. Entonces lo que descubrimos en el observatorio de comunicación política, toda la campaña no solo fue de alcaldes y diputados sino de alcaldes y diputados, presidentes y alcaldes a diputados, todo lo que buscaba esa campaña política era una estrategia y ¿cuál era esa estrategia? El debilitamiento de cualquier estructura del partido ARENA. Y toda la gente se queda así como mire y usted es de la UCA

¿cómo está diciendo eso? Es que es lo que hemos encontrado, ¿qué pasa? 1. El espacio en las redes sociales no está regulado, antes la campaña política se daba en medios de comunicación, la campaña sucia, yo todavía recuerdo spot televisivos, los cuales vos tenías a las ratas saliéndose del barco, pero había uno en el que estaban las ratas pintadas de azul y blanco y se salían todas las ratas del huacal, ¿qué pasa? Ahora ya no, este estudio que realizamos sobre la campaña de presidente nosotros aunque no analizamos medios tradicionales, porque comenzamos haciendo el análisis con medios tradicionales, pero nos dimos cuenta que nada pasaba, nosotros empezamos a rastrear desde octubre del 2012 – 2013, comenzamos a rastrear desde ese período antes y vimos que ni siquiera había una puesta en escena o un anuncio de las candidaturas oficiales de Tony Saca, Sánchez Cerén y ni Norman Quijano, no hubo candidatura oficial cuando nosotros vimos que no había nada en los medios

tradicionales prensa, radio, televisión, y yo era twitter en ese entonces, dijimos ¿qué pasa aquí?, nos fuimos a las redes sociales y ahí fue que encontramos que la mayoría de candidatos, el único creo que si sacó su candidatura y que si sacó una nota en medio fue Tony Saca pero los demás se manejaron como rumores entonces unos anunciaron que Sánchez Cerén era el candidato diciendo y creo que esto fue desde la cuenta del FMLN que ojalá no se utilizara la postulación a la presidencia de Sánchez Cerén, porque lo que iban hacer era arruinarle la campaña al señor, arruinarle su imagen, de ahí la otra de Norman Quijano fue a través de un tuit de estas entrevistas de la mañana que decía: bueno y ahora Norman Quijano para presidente ¿y qué? Decía la periodista y de ahí la de Tony Saca que ya sabíamos que era oficial y salieron unas que otras cosas, desde ese momento nosotros comenzamos a ver no aquí pasa algo, entonces fui ahí que nos volcamos a las redes sociales sobre todo twitter porque en Facebook no se movía mucho y estaba así lo del humor político a través de los memes salían videos y salía un montón de cosas pero luego comenzamos a rastrear sobre todo en twitter que ahí es donde se estaban lanzando unas tendencias de opinión en aquel entonces y si también se confirmó en la campaña para alcaldes y diputados pero aquí fue una cosa aquí Nayib es una persona muy mediática y es muy inteligente, mercadólogo y la política lamentablemente se ha convertido en una cosa de vender imagen y no vender respuestas políticas, entonces ahí fue que comenzamos a ver que a través de diversas tácticas, diversos hashtag en caso de twitter se iban sentando ciertos temas de opinión, tenían que ver precisamente con poner temas en la agenda y desprestigiar al partido ARENA y todas las iniciativas positivas que tuviera de tratar de hacer campaña, los memes jugaban un componente importante porque si vos ves un meme y el meme no solo te queda como imagen sino que el meme argumenta, (discutíamos con los asistentes

de

investigación) que estaba la imagen de Francisco Flores, que bueno que se resolvió lo de los millones verdad, y ¿qué era lo que pasaba?, lo que sucedía es que salía Francisco Flores en la foto del meme subido en una mesa bailando, esa viralidad, que vos avocas inmediatamente a la imagen y avocas al meme es lo peligroso, porque no solo pensás (yo le decía a los vichos), desde el punto de vista de la argumentación hagamos todo el proceso, ¿qué te garantiza que esa foto sea actual? Nada, vos sale en momento preciso con un texto específico en forma de humor pero la gente la comparte en goce del humor pero lo que estas transmitiendo es una información viciada que no tiene fundamento, lo peligroso del meme es que cualquiera lo puede hacer (le digo a los vichos ustedes pasan más tiempo haciendo memes que estudiando) es fácil hay muchos generadores de memes, entonces el problema con el meme es su viralidad que te plantea argumentos que no necesariamente son verdaderos y que aparte de la viralidad, hay teóricos que dicen que quien tiene la primicia es el que te ha ganado ya la forma en cómo enmarcas el fenómeno de la realidad en tu cabeza, por ejemplo platicaba con una periodista que se llama Cecibel y le decía mira Cecibel es que el poder de un meme es increíble, a vos te cuenta un chiste o te cuentan algo “mira yo fui a tal lugar y el lugar realmente está feo” entonces decía ella ¿qué pasa? Tiene razón, porque alguien te dice algo negativo sobre alguien y esa persona tiene la primicia sobre el marco que tiene el evento y vos ¿qué es lo primero que tenés en la cabeza? Mira pero a mí me han dicho que es feo, no importa si ya lo has ido a visitar, no, pero vos decís mira a mí me han dicho que es feo y ya te creas tu percepción o tu representación sobre eso, entonces lo peligroso sobre los memes es que son inteligentes, hay unos que son burdos, cabal vos ves la cabeza toda desfigurada y te reís y lo peligroso es, sobre todo en twitter es que vos en función del meme crees que es algo inocente y lo compartís y así se van

creando las tendencias de opinión, si en Facebook, aunque en Facebook, es un poquito más lento y puedes hacer más comentarios, contrarrestar tus puntos de vista y argumentar con otros y todo lo demás, pero cabal el peligro son esos tres: 1. Que no conoces la viralidad de cuanta gente le va a llegar, 2. Lo memes argumentan muchas veces detrás de si lo que llevan es una falacia, en función del humor pero es una falacia que vos estas compartiendo y solo los comunicadores responsables lo saben, hasta periodistas en sus cuentas privadas de redes sociales hablan de memes y por último, no conoces la fuente del meme, todas estas páginas vos sabes perfectamente que como ha estado funcionando la campaña es que se ha contratado todo un equipo de cipotes que llevan varias cuentas y que se encargan de crear las tendencias de opinión y ahí viene también lo peligroso porque vemos perfectamente que los candidatos saben cuál es su tarde, Nayib no se está dejando ir a los vichos, se está dejando, porque considero que él es presidenciable, pero Nayib no se va a dejar ir a los vichos de redes sociales, a los milenias que son un poco más críticos, que son un poco más analíticos, que son escépticos de la política sino que se va a ir a los adolescentes y a través de la identidad y ciertos referentes usados por Obama, por supuesto, porque Obama ya utilizó lo de yo soy nuevo, vénganse, yo soy joven, yo soy el que va a unir, yo soy aquí yo soy allá, pero que está apelando a todo ese montón de vichos que no están cansados de lo que ven en la política y esa era una de las conclusiones del observatorio, que precisamente lo que genera todo este tipo de información viral sin fundamento, sin argumento, con la crítica hacia los candidatos, en primer lugar te genera un cinismo hacia la política, ya no crees en nada y ya no crees en nadie y este cinismo, el problema es que te convierte en una persona, perdés la idealización sobre la política pero ya esperas que los medios de comunicación o que las redes sociales saquen el próximo meme para ver a quien

críticas. Entonces los memes sientan tendencias, retoman tendencias de otros memes, por ejemplo “lloro como Norman” y lo que se te queda cabal en la cabeza es, en un momento vos olvidas el contexto, lo único que acordás es la imagen, creo que por ahí es que más o menos esta como han desembocado toda esta situación en la que tenemos un predominio de las redes sociales como forma de expresión y es válida, que no está regulado con respecto a eso y que tenés una audiencia cautiva que le encantan los memes y que espera el siguiente meme porque es la forma de comunicarse, yo en mis clases por ejemplo hagan un meme, estoy seriamente pensando en implementar que el estudiante ya no haga powerpoint sino que construya un meme porque? Porque la juventud de ahora habla más en esos términos, entonces la clave está en que le pongas la imagen adecuada y que tenga sentido todo lo demás sea válido o no sea válido, pero ahí tenés tu forma de difusión de información.

2. ¿Considera usted que la representación política salvadoreña a través de “memes” vulnera el derecho y la propia imagen de los candidatos de San Salvador, Santa Ana y San Miguel?.

Si y no, porque las redes sociales, como lo que quisieron hacer ahorita, normar las redes sociales y penalizar y todo lo demás, eso no se lo vas a quitar a nadie porque si no, ósea que hay detrás de esas páginas? Gente anónima, vichos que unos llevan la cuenta, vichos que llevan la otra y vichos que llevan la otra, si podría vulnerar desde el punto de vista, si vos haces una acusación, vaya por ejemplo que hagas una acusación bien seria, vaya como este que supuestamente le llevaba las cuentas a Nayib Bukele, Neto Sanabria, tenía él los insumos y las herramientas para difamar todos los blogs que salían diciendo que él había sido aquí, entonces vos ves que no, son cosas que vos podés quitar, es cierto les podés

tomar la captura pero la información en internet es volátil y es lo que te digo del problema que nosotros tenemos ahora puede burlar, vaya todo lo que dijeron contra Sigfrido, que lo habían puesto en la dirección de la CEL-ENEL y ¿qué es lo que pasa?, él es un personaje completamente deslegitimado pero es lo que yo peleaba con mis vichos ayer porque me decían: pero mire Ivonne, es un problema esto que tenemos porque la gente se hace escéptica, pues si pero les digo, quien contra nosotros?, ¿quién a favor de nosotros?, quien habiéndoles dicho, mire Sigfrido tiene un ranking bajo en las figuras políticas, como lo vas a poner a dirigir, entonces vos decís por un lado unos no hacen nada, el nepotismo y todo lo demás, toda esta información que circula en las redes sociales que puede o no ser verdadera, la gente tiene más acceso a información sea verdadera o no, la gente tiene un punto de vista o una opinión sobre eso, creo yo que en el sentido de vulnerar no porque también los medios tradicionales se encargan no de cubrir seriamente la información sobre los candidatos o los políticos o lo que sea sino que es también con el desprestigio que hay en los medios, toda la clase política de este país está desprestigiada, Como vas a creer en algo que tiene desprestigio?

- Y ¿qué tal el honor y la propia imagen de los candidatos, pues porque si usted se fija hay una imagen y los comentarios son bastantes fuertes, que hay con esa problemática?

Si mira, yo si te dijera esto representa la opinión pública de la gente, ósea vaya si entiendo el daño al honor y la imagen, pero ellos no se cuidan tampoco, ves, creo primero siento que este país debe asumir seriamente la política y si vos vas a ser un candidato tenés que cuidar tu honor también, ves, como hacen en Estados Unidos?, si aquello se cubre bajo capas y capas para que no te lo encuentren, entonces allá en otros países hay formación de la clase política no son puestos por fidelidad al partido,

no ósea son vichos que están formados desde un principio y que después se vuelven candidatiabiles y después presidenciabiles, pero ¿qué es lo que pasa? Que el político no cuida su imagen, no cuida lo que dice, vos ves el manejo de las redes sociales que hacen muchos diputados y todos los demás, y es como que no son ciudadanos comunes y corrientes expresando su opinión y ellos tampoco tienen cuidado en quienes les gestionan las cuentas. Nosotros tuvimos un evento en la UCA donde llegó un candidato de GANA creo que fue y llegó uno de ARENA para diputados

¿qué era lo que pasaba? Y te estoy hablando desde el punto de vista de quienes les gestionan la imagen, la persona que era encargada de hacer todo el protocolo, pidió el auditorium de la UCA para ver cómo eran las imágenes y todo lo demás y ¿qué dije yo? Esta persona se está preocupando más por la imagen de él, no se está preocupando por la calidad del discurso que él va a dar, ves, el pobre vicho llegó, el que era el candidato pero no iba preparado, entonces se supone que vos como una persona que le lleva la imagen a alguien tenes que prepararlo no solo discursivamente, no solo la imagen verdad, porque si no también el discurso que sea coherente, que tenga mucho cuidado estratégicamente hablando, y a quien apelas, quien es tu audiencia, entonces ves, tenes por una parte un marketing político hecho hechizamente casi con los pies, que la gente se expone para ver como habla, tenes canales abiertos para ver la asamblea legislativa, la gente ve que no son candidatos preparados, ves, y por otro lado que estamos viendo la forma en la que Nayib ganó la alcaldía, que estamos viendo ya la forma de implementar el marketing político pero más puro y duro, vender un producto, primero crear identificación, con los calcetines, ves, que lleve los calcetines y ahora lo que importa es que el vicho llegue con o sin gorra, ¿cómo va a llegar? ¿Con camisa polo o con camisa formal? Entonces ves, y es lo que sostenía un compañero mío de la maestría, mire le decía al profesor

su asesor la política ya no es cuestión de hechos, de hechos políticos sino de campaña política, de imagen, de marketing político, entonces ves, tenemos el lado de los que le llevan la imagen que no son personas profesionales y no se preocupan por dirigirlos bien a ellos, tenemos el lado del candidato que él decide cómo se expresa en redes sociales, tenemos toda la estrategia política que contratan cipotes para que ellos mismos entablen conversaciones entre ellos, porque uno de los cipotes que trabajaba en el observatorio, lo llamaron y le dijeron venite te vamos a pagar tanto porque lleves varias cuentas y en esas cuentas entablen conversación y así se posesionen ciertos temas y tenes a las redes sociales que están vigilando, se supone, que ya te dije todo el componente de los trolls y todo lo demás, que están vigilando a los candidatos y vos ya no hayas que creer, ves, y los medios haciendo el contra discurso, entonces tenes una clase política que no se cuida, que cual honor, ósea que creen que es un ciudadano común y corriente y la gente que no se pregunta también y esa foto ¿de cuándo es?, ves, entonces son un montón de elemento que confluyen en este contexto político para que haya desprestigio y por ende la consecuencia que esto trae es desencanto así mismo de los cipotes y hasta cierto punto una desilusión del proceso político que se va a traducir posteriormente ¿en qué? Más ausentismo la gente no va a ir a votar.

3.¿Cree usted que esta sátira genera o no consecuencias e impacto en los votantes a la hora de ejercer el sufragio incide o no en un cambio de opinión?

Fíjate que no, yo hice varios estudios porque al momento de trabajar el debate, porque vimos los debates y analizamos los debates, yo me puse a investigar ósea ¿qué impacto tiene un debate en la decisión de voto de alguien? Entonces y decía que no mucha, que por más que el candidato estuviera bien preparado, que estuviera mal preparado

básicamente no había un mayor cambio, por ejemplo el acto de voto es irracional, te voy a explicar mi caso en particular y se los cuento a los vichos y se ríen, ¿qué paso? Yo anule mi papeleta para diputados, precisamente porque yo no veo que estén haciendo nada yo sufro a través de ellos con los impuestos, cuando yo veo que despilfarran, lo que sale en los medios, los viajes que también me ha comentado un vicho que estoy asesorando que eso solo es una parte de la información oficiosa que sale en la ley de acceso, no es todo, ves, porque el medio solo cubre lo parcial verdad, también, vaya, pero cuando yo vi la papeleta, yo estaba enfrente de esa papeleta en quien me acorde? En Johnny Wright, que es bien guapo el vicho y yo mira estaba viendo la papeleta, hay Johnny Wright, tres veces hice este acto que te estoy diciendo, Johnny Wright y lo vi en la foto y yo: “No Ivonne, no, ¿él está capacitado para tal y tal cosa?, no, tres veces hice ese acto y al final hice lo que llegué hacer anulé mi papeleta y se acabó. Entonces así como yo me dejé ir por esos insumos, esos elementos, muchas mujeres se dejan ir por si es guapo el candidato, como nos dejamos ir con Funes, hija, a muchas mujeres les parecía guapo Funes y se dejaron ir por eso, les parecía, yo voté por Funes porque decía bueno argumenta bien, pero ¿qué pasa? Tuvimos uno de los egos más grande en la presidencia, ves, entonces vos decías ¡puchica vea!, entonces ¿qué es lo que sucede? No sé, no creo, según los estudios que han hecho los gringos y en otros países si tendrán los memes esa capacidad de botarte la imagen de alguien, en alguien que tiene bien cimentados sus puntos de vista creo que no, ves, pero ¿cuál es el problema? Llegábamos en el observatorios a la conclusión, el problema es como la agenda setting, te ponen en que pensar, no te dicen ¿qué pensar? Pero sí te dan al menos por un período de tiempo algo en que pensar, ves, entonces el problemas es que vos sabes que eso puede ser una corriente de opinión, de ahí viene lo que te dice tu familia, viene todo lo que dicen los medios, vos contrastas información y al final lo que predomina

es tu ideología pues propia, vea, solo que sí vos podés contrastar lo que dice aquí, lo que dice allá, pero por lo menos los que trabajamos en comunicación, los periodistas, sabemos que eso no tiene que mediar nuestra decisión de voto porque sabemos cómo funcionan los medios.

- ¿Y pueda ser que a la hora de estar votando, las personas se acuerden de cierta imagen, pueda que ser que cambie de opinión o pueda ser que como usted dice si él sabe bien a lo que va no influye mucho?

Yo creo que un meme no, pero un grupo de memes, una tendencia de opinión, que generen, no solo en los memes sino que las cuentas de Facebook, otras cuentas informativas, otras cuentas falsas que hacen esto, otras cuentas que argumenten lo que puede entender es a construirte un marco en torno al fenómeno que es otro tipo de teoría que se utiliza que es el análisis de marco de Goffman, verdad, para que vos tengas ciertas experiencias sobre los fenómenos, entonces, quizá eso, la primera opinión que tuviste con un meme, pero también lo contrastas con noticias, la gente lo que está viendo ahorita son noticias en medios sociales, que a veces no son firmadas, que a veces no siguen los estándares de los medios de comunicación tradicionales, la edición, no siguen todo esos procesos protocolares, verdad, y te publican la nota inmediatamente salió y después no se molestan ¿qué es lo que pasa también? Que los medios de comunicación tradicionales se quedan atrás porque una prensa gráfica, un diario de hoy tiene que ir a confirmar esa información antes de sacarla, entonces la página, el blog y todos estos medios tienen la ventaja de la inmediatez, cosa que no tienen los otros medios tradicionales y que te pueden sembrar la primicia en la cabeza, ves, eso unido a lo otro a las estrategias de seguimiento que están hablando de vos mirá, atácalos, a otro tipo de cosas, si puede cambiar, ¿cómo te compruebo esto? La campaña para

presidente, porque esa fue la que trabajamos nosotros arenera, era buscar debilitar los cimientos del partido ARENA, ¿qué pasó en las elecciones? No varió, entonces ves, no hay una relación directamente proporcional entre todas las estrategias y tácticas porque la gente al final con el voto termina haciendo lo que quiere, una cuestión irracional, ¿quién sabe? Si la gente lo que hizo fue castigar a Funes a través del voto, simple puede ser voto de castigo, las emociones que llevas al momento de votar son tantas que no puedes decir, ah si la imagen fue la que me afectó, ósea porque ya viste, si la campaña fue para desprestigiar ARENA, si Norman como lo desprestigiaron a Norman, si no sirvió el metro bús, sino sirvió todo , si utilizaron la estrategia del Chaparrastique, que ya los vichos areneros iban allá y decían que se iban a hueviar toda la ayuda y a robar y todo lo demás, si eso no funcionó para debilitar las bases políticas o el poder político de ARENA en la Asamblea, otra cosa es lo que estás marcando tu decisión de voto y no una simple campaña de meme. Yo hoy iba hacer un artículo, pero por el tiempo, de un like no es igual a un voto, toda la mara te puede dar likes, pero toda esa opinión, toda esa cosa que tenes en Facebook, toda esa opinión positiva es facua, es algo bien facuo, algo etéreo que la mara te puede dar like porque le gusta, pero esa es una cuestión de actitud me gusta, no me gusta, estoy de acuerdo, no estoy de acuerdo, pero eso al momento de mediar tu decisión de voto es una cuestión totalmente diferente.

-Ósea ¿en su caso no influyó a la hora de ejercer el voto?

No, porque la gente en este país ve el humor como una forma de desahogo, te desahogas y ya pasó la cólera, seguís siendo del frente, seguís siendo de ARENA, ves entonces que veas un meme, ya si el humor lo hubieran hecho como en la época donde se comenzó a masacrar estudiantes, ahí ya es otra cosa, pero ahorita estamos en otras

coordinadas sociales de cipotes completamente diferentes, ya no son los mismos cipotes comprometidos, ves, ahora la gente quiere ver que tu partido tenga los mismos valores, si vos querés orgánicos, o quien tengas los mismos valores tuyos y vos vas a votar por el que represente tus valores de ética, de compromiso, los medios vienen y que no hay valores de ética, de compromiso, no hay nada, entonces ¿qué hace la gente? Pierde la ilusión y no se involucra en el proceso político.

4. Desde su punto de vista ¿considera que los diferentes comentarios que realizan los usuarios de Facebook vulnera los derechos de los candidatos según el marco de la actual regulación sobre la libertad de expresión?

Mira hija yo creo que no, ¿por qué?, yo soy bien radical en esas cosas y son figuras públicas, que la aguanten, si uno no quiere ser figura pública entonces no se expone, ves, entonces la vulneración, vulnerar los derechos de una figura pública va a venir, hasta que se compruebe, vaya mira toda la investigación que hizo el faro sobre la Michi y todo lo demás, ¿vulneró la imagen de Funes? No, después vino alguna demanda para decir, mire Funes tuvo la amante son cosas culturalmente que se aceptan y ves, el caso de Francisco Flores, vulneró, quizá vulneró su imagen pero él ya no está interesado en ser figura pública, a quien veo que están atacando ahorita es a Rodrigo Ávila y cuando yo veo esas tendencias de atacar a alguien digo es porque algo saben que éste puede ser o se puede lanzar para cierta cosa, yo cuando veo surgir personajes en los debates de redes sociales y en esos sitios, ya me entra la sospecha por donde va a salir este peine y por donde va a ir. Entonces es lo que te digo, pudiera vulnerarlos en una sociedad que funciona bajo principios racionales quizás, pero en esta sociedad nuestra no.

-¿Qué tal con esos comentarios muy fuertes hacia los candidatos, en el marco de la regulación de la libertad de expresión?

Ah, pero eso, primero nosotros cuando se mencionan malas palabras y se insultan nosotros no consideramos eso como herramientas de imagen, ósea herramientas de análisis ¿por qué? porque el insulto es una expresión de la sensibilidad tuya, entonces nosotros ni siquiera analizamos ese tipo de cosas porque no construyen debate, entonces, sí que te insulta, pienso yo que en las redes sociales es la única forma, ósea si te estoy diciendo que sí que no, no que no cuenta la regulación, sino que si afecta la imagen de los candidatos no creo, para mí no la afecta, porque todo lo que se dijo de Nayib que era un niño bien y todo lo demás y ahí está, todo lo que se ha dicho de Sigfrido y ahí está, lo insultan, sí, pero la gente lo ve como una forma de sacar sus emociones y tal y tal por cual, y es la única forma que creen que tienen de ofender, porque si vos vas ante una instancia legal, no pasa nada, ves, entonces los mecanismos que hay para que inculpen a alguien para que acusen a alguien y luego para que ya lo encuentren culpable de algo no sirve, ves, es que como todo un proceso, entonces, si vos sabes que ningún mecanismo funciona te sentís como ciudadano atrapado si los mismos los eligen, los mismos se relacionan, las mismas relaciones de poder entablan y entonces los que no quieren que los insulten que hagan bien su trabajo, ves, yo lo veo como una parte de dos componentes, ¿no querés que te insulten? Hace bien tu trabajo y de todas modos te van a insultar, porque para eso han mandado a los trolls en redes sociales, unos te insultan, otros te argumentan, otros te razonan, entonces hay distintos tipos de trolls que vos tenes en redes sociales, incluso en Facebook distintos tipos de cuentas falsas vea, que vos tenes en Facebook para que se entablen distintos tipos de sentimientos y distintos tipos de apelaciones en la gente, cada uno de estos individuos que tiene 4, 5, 10 cuentas tiene una función

específica y esa función es la de despertar en vos sentimientos pero el problema es que la política no es cuestión de sentimientos sino que es cuestión de que las cosas funcionen en el país y la gente ve que no funciona.

5. ¿Cuál considera usted que sea la finalidad de los creadores de estos memes?

Sentar tendencias de opinión en redes sociales, verdad, si no es cierto pero por lo menos cuanta gente está hablando de esto, ves, sembrar rumores, esa es la función, la rumorología y por eso, no sé si en esta campaña para alcaldes y diputados en redes sociales no hay personajes como Brozo esta en twitter, que incluso Brozo se ha logrado posicionar en twitter como una figura ya casi como el oráculo de la política, porque Brozo lo que hace es filtrar información, ves, entonces Brozo filtra la información, esta información la dinamizan o la ponen en juego distintos personalidades, distintos políticos, no políticos no, serían periodistas, twitear y todo lo demás y esta información la llevan hacia toda la gente y ahí se hace viral verdad, entonces de ¿qué se trata? De que vos tengas una gran cantidad de información circulando y que la gente esté hablando de eso, pero ¿qué es lo que pasa? Esto baja, ves, entonces baja la cantidad de gente que lo habla, la cantidad de gente a la que le importa, entonces son cosas así como etéreas, como te decía facuas, pasa la tendencia, pasa el chambererío y se acabó, ves los memes te sirven para posicionar esos temas, para tener hablando a la gente en esos temas y como importa mucho la medición de las páginas y cuánta gente está hablando de eso y no solo cuántos likes te dan, verdad, pero eso no significa como ya te explique anteriormente que el tema vaya impactar la vida de la gente, ves, entonces creo que esa percepción errónea la tienen ósea que creen que todo, Nayib por ejemplo todo se fue a redes sociales y decía ¿y este vicho cómo va a ganar?, ves ¿cómo ganó Nayib? Si se le construyó bien el discurso porque busca el observatorio de comunicación

política en Facebook y hay una vicha que hizo un análisis porque ella trabajó seminario de graduación conmigo sobre el discurso que quería construir Nayib, y Nayib lo que quería era construir el discurso del mesianismo, vea, yo soy el joven, yo soy aquí, entonces ahí está ese artículo para que vos podas ver el análisis ese que hizo y que era lo que pasaba, él se volcó a redes sociales y si ganó por una gran cantidad pero fueron todos los vichos no de redes sociales sino todos los vichos que fue a buscar él convocándolos con este discurso, fueron vichos y lástima que el Tribunal Supremo Electoral no tiene esos datos, a mí me gustaría pedirselos a alguien y decirle “dígame cuanto incrementó la población joven, la primera edad en votar ahorita, porque no fueron los que tenían segunda, tercera, cuarta vez, no fueron los que tenían 20 años, tienen que haber sido los chiquitos que fueron a votar, ves, ahí tenes el éxito, él agarró a gente nueva, no viciada ya por las redes sociales, entonces ahí está el éxito.

6.¿Qué importancia es la estrategia y la contra estrategia por los partidos frente a los nuevos votantes en la red social Facebook sobre dichas imágenes?

Mira aquí la gente no tiene estrategia y contra estrategia, yo creo que detrás de este desprestigio del partido ARENA si hubo una muy buena estrategia que implicó muchos aspectos, ¿qué aspectos? Implicó aspectos de posicionamiento en la opinión pública como ya te dije y ARENA no tuvo contra estrategia, simple, ¿qué hizo? Para mí cada uno de los partidos políticos en distintos momentos jugaron un rol, yo no sé cómo, porque no tengo manera de comprobártelo, solo son intuiciones, que jugó un rol en el proceso de debilitamiento de ARENA por ejemplo si te fijas bueno en la campaña para Presidente, por ejemplo GANA, Gana lo hacía y ¿cuál era la función de Tony Saca? La función de Tony Saca era quitarle votos a ARENA, simple, Tony Saca sabía que no iba a ganar porque Tony

Saca no es tonto, Tony Saca sin investigaciones y le dice a la gente lo que quiere oír por eso fue de los presidentes más populares de la historia de este país. El Frente contrató al comando de trolls y monitoreaban y le caían a la gente y otra de las ventajas que tenía el frente eran sus militantes ¿qué militantes?, gente así pura y dura, que transmitían mensajes, que le daban todas las noticias y con esa su campaña de no pelear, “dale play” por eso te digo en los medios tradicionales se ve precioso, pero en redes sociales era donde estaba el estercolero, entonces, si te fijas, quizá, pudieron haber surgido en la campaña para alcaldes elementos bien críticos, pero ¿qué hicieron? No le prestaron atención y lo diluyeron, ves, entonces eso es lo que pasa muchas veces cuando vos tenes, ciertos partidos que no tienen comunicación de crisis ARENA no tenía comunicación de crisis y eso demuestra la fragmentación al interior del partido.

- ¿qué pasa con esa creación de imágenes de Facebook por ambos partidos, ósea que se está bombardeando uno con otro? Por ejemplo ARENA nunca más, creo que 10 años lleva en la circulación.

No, Arena Nunca más fue una página que surgió, ah cuando me dijeron los vichos allá por el 2009, aja surgió por ahí y todavía se está bombardeando y todo porque saben que ARENA sigue siendo una de las fuerzas políticas del país y esa página no va a desaparecer hasta que ARENA baje su cuota política, ves hasta que la gente ya no crea en ARENA, si yo creo que en redes sociales se nos crea una percepción de la virtualidad que virtualmente están pasando un montón de cosas y no es así, ellos se atacan saca uno, saca el otro y ¿qué quiere decir? Que se mantienen en constante campaña.

-¿Qué tanto influye eso en los nuevos votantes, eso de ataque entre ellos? Creo que influye en lo que ya te mencioné ¿por qué la gente se cansa?, se harta, deja de seguir las

páginas y pasa un fenómeno que pasó en las elecciones, la gente deja, se retira de las amistades que son demasiado aberrantes políticamente hablando, yo vi bastante gente, que yo sigo, ósea que son mis amigos en el Facebook que pusieron, “voy hacer limpia, ya no aguanto esto” es lo único que genera, cansancio, te hartas, ya no querés saber nada, ves, te convertís en cínico de la política y al final, entonces lo que están haciendo es desgastando lo poco que hay de la credibilidad en la política.

-Y el Facebook es una herramienta donde está la información topada, es viral.

Sí así es, pero lo que haces es cansar a la gente y al final lo que hacen es ocultar lo que hacen en esa página, dejan de seguir a la página y al final se quedan debatiendo los mismos de siempre, a los que les han pagado o a los activistas así hardwork, así del frente o de ARENA y entonces el debate termina siendo entre ellos mismos y la ciudadanía ya no se involucra.

-Y ¿qué pasa cuando hay meme sobre meme, ósea hay una imagen de meme como comentario?

Eso ya te crea una argumentación, ahí ya argumentas, porque está el meme, analizas el siguiente meme tiene relación con lo demás pero vos también ves que es una cuestión falaz, ves, ósea que están discutiendo sobre una mentira básicamente, entonces es cómo te digo pasa que es interesante, rastrear ese tipo de argumentación, qué se dice, qué tipo de recursos utiliza pero hasta ahí, pero ya después ya no hay mucho que discutir porque vuelven a retomar el tema y lo sacan, ellos como que guían las discusiones, guían las conversaciones pero no pasa a más, no tiene trascendencia pues.

7.¿Qué tanto una estrategia de red social (Facebook) con imágenes “memes” puede influir a largo plazo la decisión de elegir a un candidato?

No yo no, como ya te dije ya lo vimos en la campaña para presidentes que no solo era la campaña para presidentes sino que se extendía para la de diputados y tenes el problema que la política está ya muy deslegitimada entonces la gente ya como que, va, todo eso que vos misma mencionas mira el bombardeo constante de información, eso cansa a la gente, y lo chivo de las redes sociales ahora con todas las políticas de privacidad vos pones ya no quiero ver esto, entonces los partidos políticos activan a sus seguidores o a quien vos querrás para que ellos sigan participando y sigan hablando, verdad, entonces imagínate, ¿cuánto duró la campaña de desprestigio de ARENA? Casi dos años y no se ha visto ningún resultado, ninguno, si querían debilitar al otro, ahí es lo que a la gente le sale de las entrañas en el momento de votar. Funes abrió una cuenta y fue una cuestión viral que en minutos, horas, Funes ya tenía miles de seguidores, entonces en las redes sociales es cuestión de tus quince minutos de fama, más nada.

8.¿Cómo los nuevos medios de comunicación (red social) influyen culturalmente en los votantes jóvenes.

Ah influyen culturalmente en la forma de hablar, en la forma de expresarse, en la forma de pensar, en el tipo de conversaciones que tienen, ¿en qué sentido? Como te digo, un meme es fácil hacerlo porque vos unís una imagen, unís la otra, pero no tenes necesidad de tener ninguna información para eso, ves, entonces unís una cosa, unís la otra y se acabó. Y los vichos están tratando de llegar a esos razonamientos rápidos, fáciles, incluso se está perdiendo la formalidad de muchos procesos, vea, porque, en mi caso ponele, yo siempre

creo grupos para, uno de profesor dónde están los vichos, es eso, no hay correo electrónico, no hay mensajitos, no hay nada Facebook, no hay Whatsapp porque se les va la red, no hay nada, entonces primero está marcando la cuestión de dónde pasa la gente, cómo funciona, dónde pasan, donde puedes encontrarlos, donde te comunicas con ellos y esto afecta el tipo de contenido, también hay un autor que se llama NilHousmann, en aquel tiempo él criticaba mucho la televisión que decía, el problema es tipo Mack Luhann “el contenido afecta el mensaje” o “el fondo afecta la forma” bueno una cosa así decía, entonces ¿qué es lo que pasa? Lo que pasa que en aquellos tiempos, según él sostiene, es que el hecho de que la televisión sea por pedazos, que vos en los noticieros solo veas pedacitos “bits” le llama él, de entrevistas, de citas, veas imágenes, veas un poco de texto, va a afectar la forma en cómo percibís la noticia, entonces él decía que cada vez las noticias televisivas ¿cuánto duran? Un minuto no más, un minuto y medio nada más, entonces ¿Qué contexto le vas a poder dar a la gente de eso? Entonces él decía que la televisión afectaba seriamente nuestras epistemologías, nuestras formas de conocer de tal manera que solo funciona aquello que te entretiene, ves, entonces las noticias están hechas para entretener, para que te quedés, entonces ¿cómo podría afectar esto las conversaciones que los cipotes tienen? Que ya primero son insultos, ves, solo es una cuestión de darle like, me parece o no me parece, no es una cuestión de pensar en el fondo, hacer el análisis, los cipotes ya no pasan, de confirmar la fuente, ya no lo hacen los vichos, entonces ¿cómo afecta todo? Vos puedes estar transmitiendo información que es falsa con un acto tan rápido como es el de hacer un twitt y re twittear y compartir y poner “jajajaja”, ves, y nada más y estas creando una tendencia en la gente. Entonces estas afectando el proceso de credibilidad de las notas informativas, estas afectando tu proceso de credibilidad como vos mismo, estas afectando también las estructuras formales, los vichos te contactan por Facebook, no te llaman, no te escriben,

Facebook, una cosa formal “mire revíseme mi nota del parcial” Facebook, entonces ves, se están perdiendo todos estos procesales formales que son necesarios para las construcciones protocolares, adaptarte a distintas circunstancias para conversar con la otra gente, ¿qué tendencia he visto yo?, que cuando pones algo ¿Qué te ponen? Un meme, “eres tremenda” entonces ya no entablas una conversación sino que te van poniendo toda una sucesión, lo que vos decías un gift que se mueve o un muñequito que se mueve, entonces es como que la gente busca otras maneras de expresión, vea, pero esas maneras de expresión es lo más fácil y lo que tenemos en redes sociales son emociones, sentimientos, expresiones viscerales, de lo que te gusta de lo que no te gusta, ves, entonces creo que ese tipo de cosas si están cambiando un montón de cosas, las conversaciones están cambiando el rol de los medios de comunicación, ¿cómo construir la noticia? ¿Cómo te comunicas con otra gente? La inmediatez de la información, si los medios ahorita por eso tienen varias cuentas, la prensa gráfica última hora, la prensa gráfica no sé qué, la prensa gráfica y a vos al final, eso está mal hecho, tenía que ser una sola cuenta, para que estar siguiendo tantas cuentas, pero es la necesidad del medio de ponerse al día con las noticias que van surgiendo y que no necesariamente están confirmadas y pasan por todo su proceso; están surgiendo nuevos medios y quienes creen en esos nuevos medios son los cipotes, que es lo más peligroso, si los cipotes son los que le hacen la campaña a todos estos con los memes, con los chistes, con los no sé qué, entonces esto está revolucionando no solo las formas de comunicarnos sino las formas de creer o no creer en la política, yo soy de las que ya no creo en la política, yo veo una noticia y digo puya me da decepción, me da no sé qué, me da decepción y lo que te genera es escepticismo y los vichos cada vez exigen más este tipo de información fácil que no tiene contraste de fuentes, si, entonces creo que trasciende más allá de que si tiene credibilidad y si viola la imagen de un candidato no sino ¿cómo

realmente las redes sociales algo dedicado para el entretenimiento y una herramienta potencial de comunicación están utilizándose para entretener a la gente, pero que es lo que estamos perdiendo en el proceso? Ves, entonces creo que estamos perdiendo mucho, estamos perdiendo la capacidad de análisis porque sabías que los viejitos de 60 años, de 40, 50 años cuando quieren confirmar una información ¿Qué hacen? Se van a la prensa, a los medios pero nunca se van a las redes sociales, los vichos cuando veían una noticia de un meme o algo así, yo lo hacía vaya vamos a buscar los medios oficiales porque la prensa gráfica nada ahí, ahí no hay nada, y ¿Qué haces? ¿Quién tiene la primicia? La página de Facebook o el blog que te está dando una información falsa.

-¿Pero el blog si es un medio?

Sí, pero nosotros lo cuestionamos porque sabemos cómo es el proceso, pero un bicho mira esto que chistoso, se acabó.

9.¿Es importante o no la creación de leyes reguladoras de los espacios cibernéticos?¿Por qué?

Si es importante en el sentido de que se tiene que regular de alguna manera el ejercicio no, el debate racional nunca va a ver aquí por más que regulen, pero sí creo que por lo menos tiene que penalizarse en el sentido de como una figura pública respetable y me refiero respetables que ya no hay, ShafickHandal por ejemplo, ves, figuras públicas que no se meten en estos ambientes, que no andan en chamberíos, que son figuras íntegras, y que tienen que respetarse en el sentido de que, va ósea, mucha de la información que nosotros obtenemos en campaña ¿Qué pasa? Se la han robado, ahí creo que tiene que haber una penalización, ¿Quién tenía esta información? Ah, la tenían guardada en los servidores de tal parte, ese es el delito cibernético que yo creo debe penalizarse, que te hayas robado información o de páginas

oficiales del estado vea, pero ¿qué es lo que pasa? Si regulan eso perdemos nosotros, porque habrán cosas que nunca saldrán a la luz, vos ves tu derecho y si vea tienen derecho en el sentido de que vaya que vos sabes que Brozo funciona en base a rumores vaya entonces monitorear esa cuenta en particular.

- En cuanto a la actualidad que no han aprobado todavía la ley de acceso cibernético, ¿Qué opina usted sobre esto?

Creo que van a agarrar a quien no tienen que agarrar siempre, simple como todo en este país, creo que van a agarrar a ciudadanos que se expresen, creo que lo que van a generar es una paranoia enorme en redes sociales que son los únicos espacios de expresión que tenemos, pónelo, yo critico al Gobierno que estoy en todo mi derecho de criticarlo, vea o no? Si, mire yo tengo derecho si no me parece esto ¿a quién van a agarrar? A la profesora universitaria que dijo tal y tal cosa, entonces son cosas muy delicadas que pueda que quieran hacerlo como una casa de brujas, entonces se van a agarrar de esa ley para controlar a todos los trolls y todo lo demás supuestamente y a quien van a terminar agarrando son a ciudadanos comunes y corrientes, que tienen derecho a la libertad de expresión pero, que ellos andan buscando otra cosa ¿Qué andan buscando controlar? Que no haya tendencias de opinión negativas, jamás, van a cerrar más a la gente, grupos cerrados donde no puedes acceder, nos van a quitar nuestra herramienta de análisis, van a querer retroceder algo que no se puede retroceder, entonces te digo en ese sentido si la penalización del delito informático me parece, me parece en la cuestión de la pornografía, me parece; asociaciones ilícitas, me parece, grupos delincuenciales, que ya vimos grupos de Facebook que en las noticias sale grupos de Facebook de pandilleros, que tienen derecho si pues son ciudadanos vea, vaya presos en las cárceles que tienen Facebook y tienen acceso a internet pero no los van a

penalizar, perdóname que sea tan escéptica, en ese sentido creo que el problema sería eso que van a agarrar a quien no quieren agarrar y los verdaderos problemas no los van a resolver.

10.¿Qué opina sobre la ley mordaza?

Esta ley mordaza en las redes sociales no estoy de acuerdo, porque ellos no lo van a saber controlar y vuelvo a lo que te dije anteriormente no va a funcionar porque van a penalizar, van a castigar a ciudadanos comunes y corrientes y no van a castigar a los que se roban información del Estado.

Destituyen a gerente de Comunicaciones que se mofó de diputadas.

Por unanimidad, la Junta Directiva acordó este miércoles remover del cargo al jefe de Comunicaciones del Órgano Legislativo tras compartir un fotomontaje en redes sociales de dos diputadas.

Julia Gavarrete



Gerardo Hurtado, gerente comunicaciones de la Asamblea Legislativa.

El haber publicado, a inicios de esta semana, un fotomontaje de la familia Salgado en su cuenta personal de Twitter hizo que Gerardo Hurtado, hasta hoy gerente de Comunicaciones de la Asamblea Legislativa, fuese removido de su cargo.

Tras un acuerdo unánime alcanzado por la Junta Directiva se determinó que fue una “falta grave” que Hurtado compartiera en tono de burla una imagen en la que aparecen los rostros de los cinco integrantes de la familia Salgado, activos en la política salvadoreña.

La decisión se basó, específicamente a que en ella aparecían dos mujeres, cuya dignidad habría sido atacada dentro del fotomontaje.

En la imagen aparecen cinco personajes de la familia Salgado: Will Salgado, alcalde de San Miguel; Sandra Salgado, actual diputada por GANA; Gloria Gómez, diputada

suplente de Sandra Salgado; Numar Salgado, oficializado candidato a diputado por San Miguel bajo la bandera naranja; y Will Salgado Jr., candidato al Parlacen.

Hurtado publicó el fotomontaje acompañado del mensaje “Jajaja, la creatividad!!!”.



Captura del fotomontaje viralizado en internet.

“Es el Gerente de Comunicaciones (Gerardo Hurtado), que debe velar por el prestigio de la institución y de quienes laboramos”, aseguró el miembro de Junta Directiva, diputado Francisco Merino, del PCN, para quien el hecho de que fuese su cuenta personal no le daba lugar para reproducir el contenido.

Sandra Salgado agradeció el apoyo de todas las fracciones. El análisis de destitución dio inicio luego de que fuera presentada una carta en la que se pedía la remoción del cargo. La diputada suplente, Gloria Gómez, aseguró a Diario1 este martes que Hurtado debía responder por la publicación, ya que él estaba sabedor de las normativas internas.

“Hay que darle un escarmiento a los empleados y a la gente de afuera. Muchas veces los jóvenes, en tiempo de campaña, se emocionan y no les importa destruir la imagen en las redes sociales. Esto ayudaría a que los contrincantes y las personas que abusan de este tipo de difamación no lo hagan”, sostuvo.

En lugar de Hurtado, Ivette Morales asumió el cargo en la gerencia.