

FACULTAD DE COMUNICACIONES

Carrera de **COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD**

“EL USO DE MEMES EN EL FANPAGE DE FACEBOOK
DE LA POLICÍA NACIONAL DEL PERÚ DURANTE LA
PANDEMIA COVID-19”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Comunicación y Publicidad

Autoras:

Anita Flavia Hillary Marin Tinoco
Marycielo Marcela Sanchez Ugarte

Asesor:

Mg. Daniel Jacobo Morales
<https://orcid.org/0000-0003-1393-1042>

Lima - Perú

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	Mg. Jean Pierre Gálvez Castañeda	45143983
	Nombre y Apellidos	N° DNI

Jurado 2	Mg. Jorge Clavijo Correa	43697749
	Nombre y Apellidos	N° DNI

Jurado 3	Mg. Claudia Llanos Vera	42230153
	Nombre y Apellidos	N° DNI

Tabla de contenidos

JURADO EVALUADOR	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
Tabla de contenidos.....	5
ÍNDICE DE TABLAS.....	7
RESUMEN.....	8
ABSTRACT	9
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	10
1.1 Temática de los memes.....	17
1.2 Prohibiciones y órdenes.....	18
1.3 Actores en los memes.....	19
1.4 Esquema narrativo	20
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	23
Tabla 1.....	26
CAPÍTULO III. RESULTADOS	27
3.2 Temática de los memes de la PNP durante la pandemia.....	28
Tabla 2.....	28
<i>Temática de los memes</i>	28
Tabla 6.....	30
3.3 Las prohibiciones y órdenes en los memes de la PNP durante la pandemia	34
Tabla 3.....	34
3.3 Los actores en los memes de la PNP durante la pandemia	36
3.4 El esquema narrativo de los memes de la PNP durante la pandemia	38
Tabla 5.....	38

CPÍTULO IV DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	41
4.1 Discusión.....	41
Tabla 2.....	43
<i>Temática de los memes</i>	43
Tabla 3.....	44
Tabla 4.....	45
Tabla 5.....	46
4.2 Conclusiones.....	46
REFERENCIAS	49

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Ficha de observación para el análisis del uso de memes en el fan page de Facebook de la Policía Nacional del PERU durante la pandemia Covid-19	26
Tabla 2 Temática de los memes	28
Tabla 3 Prohibiciones y órdenes.....	34
Tabla 4 Actores en los memes.....	36
Tabla 5 Esquema narrativo	38
Tabla 6 Lo que las personas hacen en sus tiempos libres.....	30

RESUMEN

El estudio realizado analiza el uso de memes en el fan page de Facebook de la Policía Nacional del Perú durante la pandemia Covid-19. Para ello se empleó una metodología cualitativa, apoyada por la técnica de la observación de 100 memes publicados en la fan page de Facebook de la Policía Nacional entre enero del 2020 y agosto del 2022. La investigación evidencia que los memes publicados en la fan page de Facebook de la Policía Nacional del Perú durante pandemia Covid-19 no solo están relacionados al coronavirus sino que también presentan mensajes que tienen como contexto situaciones o problemas que los ciudadanos peruanos atraviesan en su día a día, entre ellos, la inseguridad ciudadana, el acoso, los accidentes de tránsito y más. Todo este contenido se publica a manera de prevención para concientizar a la sociedad y prepararla ante dichos actos.

Palabras claves: Memes, redes sociales, fan page, unidades temáticas, Facebook.

ABSTRACT

The study carried out analyzes the use of memes on the Facebook fan page of the National Police of Peru during the Covid-19 pandemic. For this, a qualitative methodology was used, supported by the technique of observing 100 memes published on the Facebook fan page of the National Police between January 2020 and August 2022. The investigation shows that the memes published on the fan page of Facebook of the National Police of Peru during the Covid-19 pandemic are not only related to the coronavirus but also present messages that have as a context situations or problems that Peruvian citizens go through on a daily basis, including citizen insecurity, harassment, traffic accidents and more. All this content is published as a preventive measure to raise awareness in society and prepare it for such acts.

Keywords: Memes, social media, fan page, Facebook.

NOTA

El contenido de la investigación no se encuentra disponible en **acceso abierto**, por determinación de los propios autores amparados en el Texto Integrado del Reglamento RENATI, artículo 12.

REFERENCIAS

- López Salazar, L. T. (2017). *Los "memes de internet" como estrategia de comunicación publicitaria de la marca cua-cua en Facebook (Bachiller)*. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Cornetero Sánchez, Y., Delgado Rojas, B., & Gómez Limaylla, S. (2018). *Aplicación de estrategia de comunicación digital para la gestión de la imagen institucional de instituciones públicas: estudio del Fan page de la PNP durante el período 2015-2017 (Bachiller)*. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Juárez Sanabria, Y. (2018). *El uso de las redes sociales en las empresas: caso fan page de Dardo Comunicaciones de Marketing (Bachiller)*. Universidad de Piura.
- Menacho Girón, N. (2018). *Narrativa transmedia y mundos transmediales: una propuesta metodológica para análisis de un ecosistema mediático, caso civil war (Bachiller)*. Universidad de Piura.
- Herrera Medina, N. R. (2017). *Influencia del marketing digital en la rentabilidad económica de MYPES de Lima Norte en el segmento de fabricación y comercialización de muebles de madera (Bachiller)*. Universidad San Ignacio de Loyola.
- Azuero Azuero, Á. E. (2018, octubre 13). *Significatividad del marco metodológico en el desarrollo de proyectos de investigación. KOINONIA, IV(8), 18.*
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7062667>
- Norstrom R. y Sarna P. (2021) . *Memes de Internet en tiempos de confinamiento por Covid-19 en Polonia. Revista Comunicar,67.*

<https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=67&articulo=67-2021-06>

Laurent, Glăveanu y Literat (2021). *Memes de Internet como historias parciales: identificación de narrativas políticas en los memes de coronavirus*. Sage Journals,7.

<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2056305121988932>

Sola-Morales, S (2020). *Humor en tiempos de pandemia. Análisis de memes digitales sobre la COVID-19*. ZER, 25(49). <https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/49938/21817-86535-1-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Azuero Azuero, Á. E. (2018, octubre 13). *Significatividad del marco metodológico en el desarrollo de proyectos de investigación*. KOINONIA, IV(8), 18.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7062667>

Ortiz, J. (2021). *Memes y posmimesis en las redes. La imagen-texto interactive en el espacio político*. Universidad Autónoma Metropolitana.

<http://mm1revista.azc.uam.mx/index.php/mm1/article/view/33>