

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	Nº DNI

Jurado 2	Mg. Jorge Clavijo Correa	43697749
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	Mg. Claudia Llanos Vera	42230153
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

DEDICATORIA

Dedico la investigación de manera especial a mi mamá Linda por ser el principal cimiento en mi vida, a mis padres y hermanas por enseñarme las bases para ser una buena persona y a mi gata Púa por darme las ganas y fuerzas para seguir adelante con todos mis proyectos.

Flavia Marín

A Dios, a mis angelitos en el cielo Mariano y Victor, a mis angelitos en la tierra, Bruna y Juana, a mis papás y hermanos por siempre inspirarme a querer ser mejor cada día

Marycielo Sánchez

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a toda mi familia por siempre apoyarme, a mis padres por confiar en mí, por todo el sacrificio y esfuerzo por darme una buena educación, a mis hermanas por todo su apoyo y por siempre mantenernos juntas ante las adversidades y principalmente el mayor agradecimiento a mi mamá Linda por siempre motivarme a salir adelante y porque se que desde arriba estará muy orgullosa de todos mis logros.

Flavia Marín

En primer lugar, quiero darle las gracias a Dios, a mis angelitos en el cielo Víctor y Mariano, quienes siempre quisieron verme obtener mi título profesional y que, aunque hoy no estén aquí en cuerpo, siempre están en mi mente y corazón. También, le doy las gracias infinitas por su apoyo a mis abuelitas, Bruna y Juana, a mis padres y hermanos, a mis maestros por enseñarme todo lo que sé y a todos quienes fueron parte de mi proceso de desarrollo y aprendizaje en la vida.

Marycielo Sánchez

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.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

Durante el año 2019 llegó al mundo la Covid-19, una enfermedad infecciosa provocada por el virus SARS-CoV-2, el cual brotó en la ciudad china de Wuhan hasta terminar por volverse una pandemia mundial. La cual daría inicio en el Perú en el año 2020. Debido a todo lo acontecido, se dieron nuevas normativas y prohibiciones en las distintas ciudades del país. Además, muchos puestos de trabajo y áreas laborales se vieron afectadas con esta pandemia. Sin contar, con el gran número de pérdidas humanas que dejó esta enfermedad. Según el Ministerio de Salud (MINSA) al 2022 en el país hemos tenido 216,309 fallecidos por esta enfermedad.

Tras ello, los trabajadores en primera línea fueron los encargados de llevar este reto, para proteger y salvaguardar así nuestra sociedad desde las distintas áreas laborales, entre ellos se tenía a la Policía Nacional del Perú (PNP). Ellos fueron quienes se encargaron de velar porque las normativas propuestas por el presidente de dicho periodo fueran cumplidas y adicionalmente a ello, la institución se apoyaba en sus redes sociales (fan page de Facebook), para mandar distintos mensajes a la población a través del uso de memes. Es preciso, por ello, analizar el contenido propuesto por la PNP a través de esta comunicación de memes, dado que según lo observado esta fue una de sus principales formas de comunicación y a la vez la que más les funcionó, pues esto se ve reflejado en la interacción que cada meme publicado logra obtener en comparación con los otros tipos de publicación, durante este periodo de tiempo.

Esta investigación propone describir la estrategia que la PNP ha aplicado en el uso

de memes en su fan page de Facebook tras el periodo de la Covid-19. Los memes son un contenido diverso el cual se puede encontrar a nivel mundial en diferentes contextos, idiomas, imágenes o simplemente textos dentro de fotografías, se sabe que marcas con presencia a nivel mundial están tomando en cuenta distintos memes (fotos y videos) dentro de su plan estratégico en redes sociales, ya que cuando uno de ellos logra la viralización es probable que sea un éxito y que el mensaje en dicho contenido vaya a tener relevancia.

Para mencionar el trabajo sobre memes, en primer lugar, se consignaron algunas investigaciones que han servido de antecedentes para este estudio. En ese sentido, Cortazar (2014) en la revista “Imágenes rumorales, memes y selfies: Elementos comunes y significados. Iztapalapa. Revista de ciencias sociales y humanidades” centra su investigación en el significado y valor que aportan los contenidos como los memes y selfies que circulan en internet teniendo fuentes de origen variadas; además, son un nuevo vehículo mediante el cual circulan los rumores y las leyendas urbanas, constituyen un comentario sobre la actualidad y son una forma de presentación de sí. En su elaboración se destaca la creatividad y el poder de intervención que tienen ahora los usuarios, potenciada gracias a la facilidad de las tecnologías digitales, tanto en su hechura como en su difusión, pero ante todo destaca la versatilidad del lenguaje iconográfico desplegado por la gente.

Cornetero, Delgado y Gómez (2018) en la ciudad de Lima, en su tesis para obtener el grado de licenciadas en Gestión Empresarial sustentaron sobre la Aplicación de estrategia de comunicación digital para la gestión de la imagen institucional de instituciones públicas: estudio de caso del fan page de la PNP durante el periodo 2015-2017. Desarrollaron una

investigación experimental con una población basada en los seguidores de la página oficial de la PNP. Las conclusiones de este análisis indicaron que la estrategia de comunicación aplicada se considera innovadora en el contexto de una institución pública debido a que se diferencia de los parámetros comúnmente establecidos en una institución del estado.

Por otro lado, Wiggins (2019) afirma que los memes no solo son portadores de contenido o replicadores de cultura, sino que también constituyen argumentos visuales que reflejan ciertas prácticas ideológicas.

En el caso de, Shifman (2014, p. 7-8) señaló que un meme es un grupo de unidades de contenido que incluye las tres dimensiones siguientes: contenido, forma y actitud. Según ella, los memes de la red son: a) un grupo de elementos digitales que comparten características comunes de contenido, forma y/o postura; b) que fueron creados con conciencia de los demás memes; y c) que fueron distribuidos, imitados y/o transformados a través de Internet por muchos usuarios. Este se produce en condiciones de competición y selección, lo que da lugar a la evolución y la construcción de muchas versiones y significados de los mensajes individuales.

Para brindar un contexto sobre los memes es preciso referir que el término fue introducido por primera vez por Richard Dawkins (1979) en su libro *The Selfish Gene* para denotar una entidad cultural capaz de expandirse y sobrevivir dentro de un sistema social-ecológico determinado. Entonces, así como los genes contienen información biológica sobre los seres vivos, los memes contienen información cultural (ideas, estereotipos, modas). En

ambos casos, la información se hereda, copia, cambia y transfiere.

Entonces, para un escritor, un meme sería crear contenido simple y repetitivo que otros puedan copiar e imitar fácilmente. Sin embargo, esta definición es debatida por autores como Jenkins, Ford y Green (2015) o Racioppe y Párraga (2020) quienes critican los conceptos de virus y viralización, ya que argumentan que están vinculados al concepto de receptores pasivos que son meros anfitriones y no agentes humanos del flujo de información.

Los memes tratan discursos que se representan de forma icónica mediante símbolos e imágenes con el objetivo de difundir pensamientos, sentimientos y emociones en la red. Además, hacen uso constante de lo cómico, su origen está lleno de ironía, por el contenido y la capacidad de transmitir emociones fuertes a una idea o pensamiento, tanto negativo como positivo. Por otro lado, la definición de meme de contenido o meme de Internet es una subcategoría de la definición de meme de Dawkins (1976), ya que incluye la idea de replicación de rasgos culturales a través de información, ideas o comportamientos que determinan nuestro comportamiento.

Carranza (2016), en su tesis “Más Allá De La Popularidad De Crudo Ecuador: Análisis De Sus Memes Y Comentarios” sostiene que el meme tiene relación con un discurso caracterizado de forma icónica a través de símbolos e imágenes con el propósito de difundir ideas, sentimientos y emociones de forma viralizada por la red. Particularmente expuestos de forma cómica, cargados de ironía y sátira en sus orígenes, guardando un gran parecido con la caricatura política debido al contenido y la capacidad de transmitir sentimientos

potentes, ya sean tanto negativos como positivos hacia una idea o pensamiento, manteniendo el carácter de rebeldía de quien lo origina. Siendo la definición de meme - contenido o meme de internet una subcategoría de la definición de meme planteada por Dawkins (1976), ya que se encuentra comprendido en la idea de replicación de rasgos culturales a través de información, ideas o conductas que definen nuestro comportamiento.

A continuación, se presentan las bases teóricas que sustentan la investigación sobre el análisis del uso de memes en el fan page de Facebook de la Policía Nacional del Perú durante la pandemia Covid-19.

Aquí se menciona algunas citas que fundamentan el uso de los memes, actualmente en las redes sociales como Facebook y la relevancia en su ejecución.

Sola-Morales (2020) señala que, en cuanto a los memes digitales o memes, que circulan en Internet, estos han sido definidos como unidades culturales, que son replicadas en las redes sociales o en cualquier medio virtual. (Pérez Salazar, Aguilar Edwards y Guillermo Archilla, 2014), en el cual amplifican su transmisión y expansión: pueden ganar influencia (Davison, 2012), adquirir un alcance global (Shifman; Thelwall, 2009) o viral (García-García, Gértudix-Barrio, 2011; González Hernández, Figueroa Daza y Meyer, 2019).

En el artículo Humor en tiempos de pandemia. Análisis de memes digitales sobre la COVID-19 de Sola-Morales se menciona la teoría del profesor de cultura virtual, Douglas

Rushkoff, el cual menciona que el hecho de que los memes se repliquen o no ha sido explorado debido a su capacidad de ser exitosos abduciendo su utilidad y alcance. Además, este suele relacionarse con una serie de factores tales como: coherencia, novedad, simplicidad, utilidad individual, notoriedad, expresividad, formalidad, infectividad, conformidad y utilidad colectiva.

De la misma manera, es importante indicar que las estrategias creativas de replicación van desde la imitación (repackaging) hasta la reedición (remix), en las que el contenido del meme se coloca en un contexto diferente o se adapta a una situación diferente (González Hernández, Figueroa Daza y Meyer, 2019).

“Hoy, el meme es tan importante como pudo haber sido en su momento el aviso de prensa. La ventaja es que el meme es como un comodín cultural: no importa en qué cultura estés, lo vas a poder decodificar y entender” (Suarez, 2018 p. 104).

En ese sentido, podemos decir que los memes son una gran herramienta para utilizarlo como contenido para brindar un mensaje ya que se puede adaptar para cualquier contexto y se entenderá muy bien.

Entendidos como unidades digitales de cultura que comparten características comunes y se difunden en línea a través de la imitación o la transformación (Shifman, 2014), los memes se han convertido en artefactos omnipresentes de la cultura digital contemporánea. Además, la pandemia de Covid-19 ha visto un aumento en la creación y

circulación de memes (Blair, 2020; Tiffany, 2020). En este contexto particular, marcado por la incertidumbre y los cambios profundos en nuestras rutinas sociales y profesionales, los memes pueden servir como una forma de afrontamiento, resistencia y conexión (Outley et al., 2020), al tiempo que restan importancia a situaciones absurdas (MacDonald, 2020).

Para Laurent, Glăveanu y Literat (2021) debido a su capacidad para articular valores de manera efectiva, los memes a menudo funcionan como "retórica política visual" (Huntington, 2016) y dan forma y reflejan nuestra imaginación política. De hecho, la investigación ha demostrado que los atributos de los memes exitosos incluyen la actualidad y la relevancia temática.

Le dijo a El Comercio Miguel Ugaz, director de contenidos de MU Marketing & Content Lab que los memes se han vuelto más notorios. Y aunque la mayoría siga minimizando su verdadero significado, estos seguirán siendo el reflejo de nuestra cultura y forma de pensar. En ambas teorías, con respecto a la variable de estudio del uso de memes, se ve reflejado como estos resultan aceptados por la sociedad de manera positiva y efectiva, pues cumplen la misión que las marcas quieren lograr al hacer uso de esta herramienta digital, esto porque los memes como se mencionó surgen de la misma conducta social de cada persona, su cultura, su actuar, etc.

Por otro lado, Lynch mencionó que las bromas y el humor (2002) “juegan un papel importante en determinar quiénes somos y cómo pensamos sobre nosotros mismos, y cómo interactuamos con los demás” (p. 425). Justamente, como concluye Sierra en su estudio de

caso de 2012 sobre memes y movilización social en España, «el humor es una manera de liberar las tensiones producidas por una situación difícil debida a una crisis mundial» (p. 631). Así, el humor a través de Internet (redes sociales y aplicaciones de telefonía móvil) emerge como una antítesis del miedo, medicina para el alma, y como una herramienta política de lucha y crítica social (Sola-Morales, 2020).

Para la división de los memes realizada en esta investigación se tomó como fuente el artículo de la Dra. Rosa Norstrom y el Dr. Pawel Sarna en la Revista Comunicar titulado Memes en internet en tiempos de confinamiento por Covid-19 en Polonia (2020). Ello debido a que la justificación de su uso es similar al objetivo de este trabajo pues ambas se desarrollan en el mismo contexto de pandemia, Covid-19.

Definimos las categorías temáticas sobre la base de una visión general inicial de los memes y los temas relacionados con la pandemia tratados en los principales medios de comunicación, ya que reconocimos que estos podían reflejarse en los memes (Norstrom y Sarna, 2021).

1.1 Temática de los memes

Para realizar esta observación se dividirá esta unidad temática en ítems que van alineados al contexto de investigación, los cuales son:

- Hace referencia a temas que las personas hacen en su tiempo libre
- Hace referencia a temas políticos
- Hace referencia a los servicios de la comunidad

- Hace referencia a temas relacionados con trabajo y estudio
- Hace referencia a temas de Estigma y exclusión

Estas propiedades de análisis fueron tomadas y seleccionadas según el objetivo de esta investigación del artículo de la Revista Comunicar, Memes en internet en tiempos de confinamiento por Covid-19 en Polonia de los autores Roza Norstrom y Pawel Sama (2020).

1.2 Prohibiciones y órdenes

Bajo el contexto de la pandemia Covid-19, en el Perú se establecieron distintas prohibiciones y órdenes a lo largo de este transcurso de tiempo, las cuales son base fundamental para esta investigación basada en el uso de memes. Por ello, aquí se mencionan los ítems a tomar en cuenta dentro de esta unidad temática.

- Expresa un mensaje con temas sobre Transporte público y cruce de fronteras.
- Expresa un mensaje con temas sobre la Cuarentena,
- Expresa un mensaje con temas sobre Prohibiciones de reuniones públicas.
- Expresa un mensaje con temas sobre El distanciamiento social
- Expresa un mensaje con temas sobre Orden de uso de mascarillas
- Otros.

1.3 Actores en los memes

En la relación entre texto e imagen, como articulación compositiva (Mimesis II), el meme coloca a la imagen como soporte de una circunstancia real y al texto como la interpretación libre y desafiante. En este sentido, los memes transgreden la realidad, la confrontan y colocan en una situación límite o extrema. Aquello que dicen (como ocurre con el albur y otros mecanismos de burla) es lo que tiende a callarse públicamente. La articulación retórica funciona en esta medida como un diálogo entre los gestos visibles del personaje y las acciones que enuncian literalmente los textos, apareciendo entre ambas dimensiones todo tipo de oposiciones, inversiones y desplazamientos. La retórica, por ello, es un acto de desplazamiento discursivo (Ortiz, 2021, p.7).

Según el estudio mencionado es importante resaltar cómo las imágenes seleccionadas para cada meme guardan relación con el texto que las acompaña, para así detonar un mensaje claro y de fácil comprensión/relación con las personas que consumen este contenido. Dicho ello y llevado al contexto en el que se encuentra esta investigación, se seleccionaron los actores más comunes en los memes, los cuales son:

- Utiliza referencias políticas.
- Utiliza al hombre común.
- Muestra imágenes de Policías.
- Colabora con una Celebridad.
- Utilizan imagen de algún animal.

- Utiliza un personaje de cine y literatura.
- Utiliza un personaje histórico.
- Otros.

1.4 Esquema narrativo

Para Ricoeur, es el viejo estagirita quien organiza el campo narrativo. Lo hace mediante una tensión entre drama y epopeya, así como enunciando el lugar privilegiado de la tragedia, vista como la máxima realización compositiva. Hoy podemos ver la novela contemporánea y moderna o a la historia no narrativa como nuevos paradigmas, tal como lo dice el propio Ricoeur. Es ahí donde la mimesis aparece como acto poético dado en la “referencia cruzada” (la experiencia temporal viva) en el relato de ficción e histórico. Una composición que tiene un sentido artístico (como poética), y que imita las acciones mediante un lenguaje métrico, rítmico. En la tragedia, a los ritmos se le añaden el espectáculo y el canto, enriqueciendo así toda la experiencia. Así, son seis partes las que constituyen la tragedia: Trama, caracteres, expresión, pensamiento, espectáculo y canto.

Esta ecuación completa separa claramente el “qué” (el objeto de la representación: la intriga, carácter o pensamiento), del “cómo” (el espectáculo), y del “medio” (la expresión y el canto), pero sitúa potencialmente a la acción como entidad separada de carácter y pensamiento. Es la acción la que juega el papel principal en el drama, que le “sirve de modelo” para construir el binomio drama-narración. Henry James, dice Ricoeur, pugna justamente por el derecho igual de la trama (acción), respecto del carácter (personaje). En este sentido, la perspectiva aristotélica sugiere, en varios de sus pasajes, que incluso la acción puede ser más importante que los personajes (Ortiz, 2021).

Como menciona el autor en estos puntos, existen diferentes esquemas narrativos y formas de expresarlos, y en esta investigación se analizarán los encontrados en los memes publicados en la fan page de Facebook de la Policía Nacional del Perú. La narrativa elegida a analizar se dividirá de la siguiente manera:

- Expresa un mensaje con carácter de Épica.
- Expresa un mensaje con contenido de Sátira.
- Expresa un mensaje de Comedia.
- Expresa un mensaje de Tragedia.
- Otros.

Tras lo explicado, la pregunta general de esta investigación es: ¿Cuál fue el uso de memes en el fan page de Facebook de la Policía Nacional del Perú durante la pandemia Covid-19?

El presente estudio cuenta con cuatro preguntas específicas. Las cuales versan sobre el reconocimiento de la temática, las prohibiciones y órdenes, los actores en los memes y el esquema narrativo de los memes en el fan page de Facebook de la Policía Nacional del Perú, durante la pandemia Covid-19. Estos temas se proponen a partir de la investigación de Roza y Pawel (2020)

- ¿Cuál fue la temática de los memes en el fan page de Facebook de la Policía Nacional del Perú durante la pandemia Covid-19?

- ¿Cuáles fueron las prohibiciones y órdenes presentes en los memes que se mostraron en el fan page de Facebook de la Policía Nacional del Perú durante la pandemia Covid-19?
- ¿Cuáles fueron los actores en los memes del fan page de Facebook de la Policía Nacional del Perú durante la pandemia Covid-19?
- ¿Cuál fue el esquema narrativo de los memes en el fan page de Facebook de la Policía Nacional del Perú durante la pandemia Covid-19?

Por otro lado, el objetivo general de esta investigación fue analizar el uso de memes en el fan page de la Policía Nacional del Perú durante la pandemia Covid-19.

Así mismo se formularon los siguientes objetivos específicos:

- Analizar la temática de los memes en el fan page de Facebook de la Policía Nacional del Perú durante la pandemia Covid-19.
- Analizar las prohibiciones y órdenes que se mostraron en los memes en el fan page de Facebook de la Policía Nacional del Perú durante la pandemia Covid-19
- Analizar los actores en los memes del fan page de Facebook de la Policía Nacional del Perú durante la pandemia Covid-19.
- Analizar el esquema narrativo de los memes en el fan page de Facebook de la Policía Nacional del Perú durante la pandemia Covid-19.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

Para esta investigación se ha tomado en cuenta un marco metodológico que intenta responder a las preguntas de investigación mencionadas. Como ya se nombró, el objetivo de la pregunta general fue analizar el uso de memes en el fan page de Facebook de la Policía Nacional del Perú, durante la pandemia Covid-19. Fue necesario analizar el las publicaciones que presentaba la PNP a través de sus redes sociales, en este caso los memes en el período de pandemia, pues así podríamos darnos cuenta de que tantos contenidos (memes) se publicaron con la temática del Covid-19 y su prevención, la manera de comunicación, los actores que se utilizaron y el esquema narrativo utilizado.

Con este fin, se propuso para la investigación un enfoque de estudio cualitativo, un alcance descriptivo, un diseño no experimental, la técnica de observación y como instrumento fichas de observación.

Según Azuero (2018) El propósito principal de la investigación por proyectos es obtener conocimiento mediante la solución de los problemas definidos al inicio de la investigación, los cuales generalmente se expresan en preguntas y objetivos de investigación de tal manera que el investigador tiene que tomar varias decisiones para enfocarse. y encontrar una solución al problema.

La población analizada en este estudio estuvo conformada por 100 memes pertenecientes a la fan page de Facebook de la Policía Nacional del Perú entre enero de 2020 y agosto de 2022. Para ello, analizamos todos los tiempos de publicación en la página de fans de Facebook de la PNP durante el período mencionado, por lo que encontramos que

muchos de ellos eran memes según el tipo de mensaje, la imagen utilizada y el contexto en el que se utilizó. . Entonces pudimos contar 100 memes con los que hicimos esta investigación.

En cuanto a la técnica de muestreo utilizada, destacamos que debido al volumen de publicaciones se utilizó una muestra censal. Para un análisis más profundo, considere un análisis completo de la población. Tal como lo define Claros (2017) que en este tipo de estudio “la muestra censal supone la obtención de datos de todas las unidades del universo acerca de las cuestiones, bloques, que constituyen el objeto del censo”. Según este concepto, podemos definir nuestra población como un censo porque tenemos 100 unidades, todos memes, contabilizadas entre enero de 2020 y agosto de 2022.

Se aplicó un diseño de estudio de caso lo que permitió analizar los memes a través de la técnica de observación. Al principio definimos una lista de cuatro categorías principales del uso de memes, divididas en subcategorías que ayudaron a aclarar el alcance de cada una de ellas. Según Nordstrom y Pawel (2021) las categorías y subcategorías se describen en detalle en los resultados. Después de definir las categorías, realizamos un análisis de contenido de los memes para determinar cuál de los temas era el más dominante. Esto forma parte de la primera pregunta de investigación específica. También seguimos con las otras categorías como prohibiciones y órdenes, donde podemos identificar qué mensajes expresa de manera preventiva, seguimos con actores en los memes, dónde precisamos y definimos dentro de los ítems, los distintos personajes utilizados dentro de cada meme y finalmente el esquema narrativo para identificar la manera de comunicación de dicho meme.

El instrumento que se emplea en la investigación es la ficha de observación la cual se define como “herramienta que registra información detallada sobre lugares, personas, etc. como parte de una investigación” (Troya, s.f.).

Es así, que este instrumento nos permitió evaluar el contenido de la fan page en Facebook de la Policía Nacional del Perú.

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.

FICHA DE OBSERVACIÓN					
El uso de memes en el fanpage de Facebook de la Policía Nacional del Perú, durante la pandemia COVID-19					
FANPAGE DE LA POLICIA NACIONAL DEL PERÚ					
Fecha de publicación					
Link del fanpage					
Variable	Unidad temática	Ítems	Sí	No	Observaciones
Uso de memes	Temática de los memes	Hace referencia a temas que las personas hacen en su tiempo libre			
		Hace referencia a temas políticos			
		Hace referencia a los servicios de la comunidad			
		Hace referencia a temas relacionados con trabajo y estudio			
		Hace referencia a temas de Estigma y exclusión			
	Prohibiciones y órdenes	Expresa un mensaje con temas sobre Transporte público y cruce de fronteras			
		Expresa un mensaje con temas sobre la Cuarentena			
		Expresa un mensaje con temas sobre Prohibiciones de reuniones públicas			
		Expresa un mensaje con temas sobre El distanciamiento social			
		Expresa un mensaje con temas sobre Orden de uso de mascarillas			
	Actores en los memes	Utiliza referencias Políticas			
		Utiliza a Hombre común			
		Muestra imágenes de Policías			
		Colabora con una Celebridad			
		Utilizan imagen de algun Animal			
		Utiliza un Personaje de cine y la literatura			
	Esquema narrativo	Utiliza un Personajes históricos			
		Expresa un mensaje con carácter de Épica			
		Expresa un mensaje con contenido de Sátira			
		Expresa un mensaje de Comedia			
		Expresa un mensaje de Tragedia			

Nota. La tabla muestra la variable junto con cuatro unidades temáticas y cada una con sus respectivos ítems. Teniendo como referencia principal el estudio en Polonia “Memes de Internet en tiempos de confinamiento por Covid-19 en Polonia” (Norstrom y Pawel, 2021).

CAPÍTULO III. RESULTADOS

Como se mencionó en los apartados precedentes, para obtener los resultados hallados en esta investigación se utilizó como instrumento una ficha de observación, dando como resultado final 100 fichas (una por cada meme analizado).

Esta ficha contó con cuatro temáticas, de las cuales salieron entre 5 a 8 ítems por cada una aproximadamente, las respuestas planteadas para estas fueron de SÍ, NO y observación. Posteriormente procedimos a obtener un porcentaje de los SI y NO encontrados y un análisis de las coincidencias entre las características de los memes.

Además, es importante mencionar que se observaron el total de los memes publicados por la Policía Nacional del Perú en su fan page de Facebook durante los años 2020, 2021 y 2022, tiempo declarado en el Perú como Estado de Emergencia por la Pandemia, contabilizando 100 memes en total. A continuación, presentaremos el resultado encontrado a modo de resumen.

3.1 El uso de memes en la PNP

Como resultado del análisis del uso de memes en el fan page de Facebook de la Policía Nacional del Perú, durante la pandemia Covid-19 se obtuvo que la institución publicó un total de 100 memes durante los años 2020, 2021 y agosto del 2022. En cuanto a la temática de los memes se halló que estos se encontraban centrados en su mayoría en acciones cotidianas que las personas suelen hacer en su tiempo libre. Por otro lado, en la unidad de prohibiciones y órdenes se encontró que la Policía Nacional del Perú

crea contenido en base a los problemas que atraviesa la sociedad peruana como la delincuencia, acoso, estafa, bullying, accidentes de tránsito, violencia y medidas preventivas del Covid-19. Además, en cuanto a los principales actores de los memes, se encuentra principalmente al hombre común como imagen y también mencionado como texto. Y como esquema narrativo tenemos que los memes en mayor porcentaje son presentados como sátira y comedia, pero contienen en este un mensaje reflexivo o de concientización.

Para esta investigación se desarrollaron cuatro categorías o unidades temáticas, iniciamos definiéndolas. Sin embargo, no se encontraron fuentes que vayan acorde al contexto y objetivo desarrollado en este trabajo que nos ayude a definir las unidades temáticas de los memes y prohibiciones y órdenes.

3.2 Temática de los memes de la PNP durante la pandemia

Como primer objetivo específico de esta investigación se analizó la temática de los memes en el fan page de Facebook de la Policía Nacional del Perú, durante la pandemia Covid-19, la cual se dividió en seis ítems: Hace referencia a temas que las personas hacen en su tiempo libre, hace referencia a temas políticos, hace referencia a los servicios de la comunidad, hace referencia a temas relacionados con trabajo y estudio, hace referencia a temas de estigma y exclusión y otros. De todo lo mencionado, como resultado de esta unidad temática se obtuvo que los memes publicados en la fan page de Facebook de la Policía Nacional del Perú se relacionan a las acciones que las personas suelen hacer en su tiempo libre como: Salir con amigos o familia, jugar fútbol, salir de fiesta, tomar fotos, realizar compras, entre otros.

Tabla 2

Temática de los memes

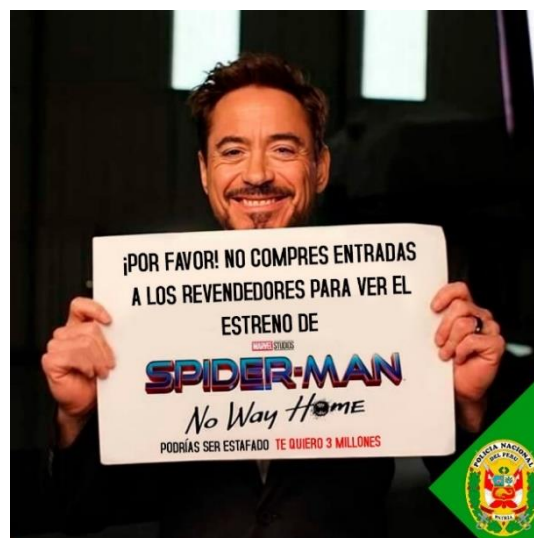
TEMÁTICA DE LOS MEMES			
Ítem 1	Opciones	Cantidad	Porcentaje

Hace referencia a temas que las personas hacen en su tiempo libre	Sí	46	46%
	No	54	54%
Ítem 2	Opciones	Cantidad	Porcentaje
Hace referencia a temas políticos	Sí	1	1%
	No	99	99%
Ítem 3	Opciones	Cantidad	Porcentaje
Hace referencia a los servicios de la comunidad	Sí	24	24%
	No	76	76%
Ítem 4	Opciones	Cantidad	Porcentaje
Hace referencia a temas relacionados con trabajo y estudio	Sí	4	4%
	No	96	96%
Ítem 5	Opciones	Cantidad	Porcentaje
Hace referencia a temas de Estigma y exclusión	Sí	5	5%
	No	95	95%
Ítem 6	Opciones	Cantidad	Porcentaje
Otros	Sí	67	67%
	No	33	33%

Nota: La tabla muestra los resultados de la unidad temática dividida en seis ítems. Teniendo como referencia principal el estudio en Polonia “Memes de Internet en tiempos de confinamiento por Covid-19 en Polonia” (Norstrom y Pawel, 2021).

Figura 1

Meme sobre prevención de estafas



Nota: Se analizaron las imágenes de la PNP entre los años 2020 y 2022 para poder identificar sobre qué tema refleja, si promueve alguna prohibición, que actores participan y con que esquema narrativo se expresa.

Figura 2

Meme sobre prevención de acciones de tránsito



Nota: Se analizaron las imágenes de la PNP entre los años 2020 y 2022 para poder identificar sobre qué tema refleja, si promueve alguna prohibición, que actores participan y con que esquema narrativo se expresa.

Lo que las personas hacen en sus tiempos libres.

Tabla 6

Nota: La tabla muestra la cantidad por cada opción de lo que las personas realizan en su tiempo libre.

TEMAS	CANTIDAD
Salir fines de semana	11
Estar en redes sociales	4
Asistir a eventos	6
Asistir a reuniones familiares	2
Juntarse con amigos a ver el partido	4
Jugar partido	4
Tomar bebidas alcohólicas	15
Total	46

En el ítem correspondiente en función a temas sobre servicios a la comunidad, se encontró que la Policía Nacional del Perú se expresa de manera preventiva y las categorías mencionadas con más frecuencia son las siguientes:

- Prevención de accidentes de tránsito
- Prevención a la comunidad sobre estafas digitales
- Informar a la comunidad sobre temas sobre el bullying
- Reforzar los cuidados antes el Covid-19
- Concientizar a la comunidad para que no jueguen con la línea de emergencia 105.

Figura 3

Meme sobre el distanciamiento social



Nota: Se analizaron las imágenes de la PNP entre los años 2020 y 2022 para poder identificar sobre qué tema refleja, si promueve alguna prohibición, que actores participan y con que esquema narrativo se expresa.

Figura 4

Meme sobre no jugar con la línea de la PNP



Nota: Se analizaron las imágenes de la PNP entre los años 2020 y 2022 para poder identificar sobre qué tema refleja, si promueve alguna prohibición, que actores participan y con que esquema narrativo se expresa.

Respecto al ítem relacionado con trabajo y estudio hemos podido identificar que la Policía Nacional del Perú no publica mucho contenido de estos temas, pero cuando saca alguna publicación relacionada, suelen ser de los siguientes temas:

- Bullying en los colegios
- Faltas laborales

Figura 5

Meme sobre la prevención del bullying



Nota: Se analizaron las imágenes de la PNP entre los años 2020 y 2022 para poder identificar sobre qué tema refleja, si promueve alguna prohibición, que actores participan y con que esquema narrativo se expresa.

Figura 6

Meme sobre la asistencia laboral

12, febrero de 2020

MEMO INFORMATIVO

Atención a todo el personal

Se les informa de la manera más atenta que trabajador que se ausente o pida permiso para salir más temprano, presentando un descanso médico adulterado **este viernes 14 de febrero**, pasará unos cuantos años en la cárcel.

Saludos cordiales



Nota: Se analizaron las imágenes de la PNP entre los años 2020 y 2022 para poder identificar sobre qué tema refleja, si promueve alguna prohibición, que actores participan y con que esquema narrativo se expresa.

3.3 Las prohibiciones y órdenes en los memes de la PNP durante la pandemia

Como segundo objetivo específico de este trabajo se analizaron las prohibiciones y órdenes que se mostraron en el fan page de Facebook de la Policía Nacional del Perú, durante la pandemia Covid-19, esta se dividió en seis ítems: Expresa un mensaje con temas sobre transporte y cruce de fronteras, expresa un mensaje con temas sobre la cuarentena, expresa un mensaje con temas sobre prohibiciones de reuniones públicas, expresa un mensaje con temas sobre el distanciamiento social, expresa un mensaje con temas sobre orden de uso de mascarillas y otros. De esta observación obtuvimos que la Policía Nacional del Perú creó contenido relacionado a las medidas sanitarias del Covid-19 pero además se encontró que publicaron un gran número de memes relacionados a temas de prevención de accidentes automovilísticos, sobre todo, entre el 2021 y 2022.

Tabla 3

Prohibiciones y órdenes

PROHIBICIONES Y ÓRDENES			
Ítem 1	Opciones	Cantidad	Porcentaje
Expresa un mensaje con temas sobre transporte y cruce de fronteras	Sí	16	16%
	No	84	84%
Ítem 2	Opciones	Cantidad	Porcentaje
Expresa un mensaje con temas sobre la cuarentena	Sí	32	32%
	No	68	68%
Ítem 3	Opciones	Cantidad	Porcentaje
Expresa un mensaje con temas sobre prohibiciones de reuniones públicas	Sí	19	19%
	No	81	81%
Ítem 4	Opciones	Cantidad	Porcentaje
Expresa un mensaje con temas sobre el distanciamiento social	Sí	15	15%
	No	85	85%
Ítem 5	Opciones	Cantidad	Porcentaje
Expresa un mensaje con temas sobre orden de uso de mascarillas	Sí	5	5%
	No	95	95%
Ítem 6	Opciones	Cantidad	Porcentaje
Otros	Sí	51	51%
	No	49	49%

Nota: La tabla muestra los resultados de la unidad temática dividida en seis ítems. Teniendo como referencia principal el estudio en Polonia “Memes de Internet en tiempos de confinamiento por Covid-19 en Polonia” (Norstrom y Pawel, 2021).

Figura 7
Meme sobre la prevención de accidentes de tránsito



Nota: Se analizaron las imágenes de la PNP entre los años 2020 y 2022 para poder identificar sobre qué tema refleja, si promueve alguna prohibición, que actores participan y con que esquema narrativo se expresa.

Figura 8
Meme sobre la prevención de accidentes de tránsito



Nota: Se analizaron las imágenes de la PNP entre los años 2020 y 2022 para poder identificar sobre qué tema refleja, si promueve alguna prohibición, que actores participan y con que esquema narrativo se expresa.

3.3 Los actores en los memes de la PNP durante la pandemia

El tercer objetivo específico de la presente investigación fue analizar los actores en los memes del fan page de Facebook de la Policía Nacional del Perú, durante la pandemia Covid-19. Esta unidad temática contó con ocho ítems: Utiliza referencias políticas, utiliza a hombre común, muestra imágenes de policías, colabora con una celebridad, utilizan imagen de algún animal, utiliza un personaje de cine y la literatura, utiliza personajes históricos y otros. De este ítem se observó que los posts realizados por la Policía Nacional del Perú tienen como personaje principal al hombre común, el cual no se encuentra solo en imágenes sino se menciona a través de textos, además se notó que la PNP aprovecha los momentos de coyuntura para crear memes con actores que en ese momento son tendencia como:

- Spiderman.
- Goku.
- Futbolistas peruanos.
- Johnny Depp.
- Iron Man.
- La muñeca de los juegos del Calamar, entre otros.

Tabla 4

Actores en los memes

ACTORES EN LOS MEMES			
Ítem 1	Opciones	Cantidad	Porcentaje
Utiliza referencias Políticas	Sí	2	2%
	No	98	98%
Ítem 2	Opciones	Cantidad	Porcentaje
Utiliza a Hombre común	Sí	29	29%
	No	71	71%
Ítem 3	Opciones	Cantidad	Porcentaje
Muestra imágenes de Policías	Sí	7	7%

	Opciones	Cantidad	Porcentaje
	No	93	93%
Ítem 4			
Colabora con una Celebridad	Sí	17	17%
	No	83	83%
Ítem 5			
Utilizan imagen de algún Animal	Sí	13	13%
	No	87	87%
Ítem 6			
Utiliza un Personaje de cine y la literatura	Sí	24	24%
	No	76	76%
Ítem 7			
Utiliza Personajes históricos	Sí	0	0%
	No	100	100%
Ítem 8			
Otros	Sí	38	38%
	No	62	62%

Nota: La tabla muestra los resultados de la unidad temática dividida en ocho ítems. Teniendo como referencia principal el estudio en Polonia “Memes de Internet en tiempos de confinamiento por Covid-19 en Polonia” (Norstrom y Pawel, 2021).

Figura 9

Meme sobre prevención de accidentes de transito



Nota: Se analizaron las imágenes de la PNP entre los años 2020 y 2022 para poder identificar sobre qué tema refleja, si promueve alguna prohibición, que actores participan y con qué esquema narrativo se expresa

Figura 10

Meme sobre la prevención de estafas sobre entradas



Nota: Se analizaron las imágenes de la PNP entre los años 2020 y 2022 para poder identificar sobre qué tema refleja, si promueve alguna prohibición, que actores participan y con que esquema narrativo se expresa.

3.4 El esquema narrativo de los memes de la PNP durante la pandemia

El cuarto y último objetivo específico de esta observación fue analizar el esquema narrativo de los memes en el fan page de Facebook de la Policía Nacional del Perú, durante la pandemia Covid-19. Esta unidad temática se dividió en cinco ítems: Expresa un mensaje con carácter de épica, expresa un mensaje con contenido de sátira, expresa un mensaje de comedia, expresa un mensaje de tragedia y otros. Entre los hallazgos más resaltantes se encontró que la PNP hace mucho uso de la sátira y la comedia como esquema narrativo en sus memes, ya sea a través del texto o la imagen, a estos les dan un giro dramático el cual viene acompañado de un mensaje reflexivo y de análisis con el fin de regular las conductas de los ciudadanos y su concientización.

Tabla 5

Esquema narrativo

ESQUEMA NARRATIVO			
Ítem 1	Opciones	Cantidad	Porcentaje
Expresa un mensaje con carácter de Épica	Sí	7	7%

	Opciones	Cantidad	Porcentaje
	No	93	93%
Ítem 2			
Expresa un mensaje con contenido de Sátira	Sí	53	53%
	No	47	47%
Ítem 3			
Expresa un mensaje de Comedia	Sí	75	75%
	No	25	25%
Ítem 4			
Expresa un mensaje de Tragedia	Sí	27	27%
	No	73	73%
Ítem 5			
Otros	Sí	5	5%
	No	95	95%

Nota: La tabla muestra los resultados de la unidad temática dividida en ocho ítems. Teniendo como referencia principal el estudio en Polonia “Memes de Internet en tiempos de confinamiento por Covid-19 en Polonia” (Norstrom y Pawel, 2021).

Figura 11

Meme sobre prevención de accidentes de tránsito



Nota: Se analizaron las imágenes de la PNP entre los años 2020 y 2022 para poder identificar sobre qué tema refleja, si promueve alguna prohibición, que actores participan y con que esquema narrativo se expresa.

Figura 12

Meme sobre prevención de accidentes de tránsito

Así te ves
“Cuando no usas el puente peatonal”



Adiós Capitán Jack Sparrow

Nota: Se analizaron las imágenes de la PNP entre los años 2020 y 2022 para poder identificar sobre qué tema refleja, si promueve alguna prohibición, que actores participan y con que esquema narrativo se expresa.

CPÍTULO IV DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1 Discusión

Después de una investigación detallada y un análisis de los resultados, es posible responder preguntas generales y preguntas específicas planteadas en el trabajo.

En este sentido, se confirmaron las suposiciones hechas durante la investigación y generalmente concluyeron en que el meme de internet se presenta como estrategia contenida de Facebook de la Policía Nacional del Perú, durante la pandemia Covid-19 a través de la temática de los memes, las prohibiciones y órdenes, actores de los memes y el esquema narrativo. La presente investigación lleva por título “El uso de memes en el fan page de Facebook de la Policía Nacional del Perú, durante la pandemia Covid-19” y el objetivo principal es analizar el uso de memes en el fan page de Facebook de la Policía Nacional del Perú, durante la pandemia Covid-19, para poder comprobar si se presentaron las dimensiones planteadas. Por lo cual, el enfoque de la investigación es cualitativo hermenéutica.

Luego del análisis correspondiente, los resultados obtenidos concluyeron que los memes publicados en la fan page de Facebook de la Policía Nacional del Perú durante la pandemia Covid-19, contienen distintas temáticas en su uso donde la mayoría correspondía a lo que las personas suelen hacer en su tiempo libre, y además se encontraron nuevos ítems como el de prevención del acoso, accidentes de tráfico, delincuencia, estaba y más.

Este hallazgo nos lleva a estar de acuerdo con la teoría de Wiggins (2019), quien dice que los memes no son sólo portadores de contenido o replicadores de cultura, sino también son argumentos visuales que reflejan ciertas prácticas ideológicas.

Lo mencionado se ve reflejado en la forma en que los memes publicados por La Policía Nacional del Perú son presentados en su fan page, inspirándose en la cultura peruana y los problemas que esta atraviesa para crear su contenido.

En cuanto a las prohibiciones y órdenes que se encontraron representados en los memes de la fan page de la Policía Nacional del Perú, durante la pandemia Covid-19, luego de un análisis detallado podemos concluir que no todos los memes publicados en este periodo de tiempo contienen prohibiciones y órdenes relacionadas a la pandemia, sino que también se hallaron un gran número de prohibiciones y órdenes referentes a la prevención de accidentes automovilísticos, violencia, delincuencia y más.

Con referencia a la unidad temática de actores en los memes, podemos concluir que según la imagen que aparece en los memes es un soporte y complemento del mismo. Ante ello, coincidimos con la teoría de Mimesis II (Ricoeur), que menciona que el meme coloca a la imagen como soporte de una circunstancia real y al texto como la interpretación libre y desafiante. Esto lo podemos ver reflejado en los resultados donde se muestra que la imagen de un policía, actor, celebridad o caricatura refuerza el mensaje que la Policía Nacional del Perú quiere transmitir.

Con referencia a la última unidad temática de esquema narrativo coincidimos que la sátira predomina en esta dimensión, esto lo refleja el número de memes encontrados con este esquema narrativo.

Carranza (2016) insistió en que "los memes de Internet tienen cierta intención tanto en texto como en imágenes a través de la sátira y la comparación" (p. 157).

Esta cita concuerda y tiene relación con esta investigación ya que la mayoría de los memes realizados en la fan page de la Policía Nacional del Perú contienen el reflejo de hechos cotidianos realizados por los ciudadanos peruanos, comparándolos y expresándose a modo de sátira.

A continuación, presentaremos las tablas en donde se reflejan los resultados mencionados por cada objetivo analizado en esta investigación:

Tabla 2

Temática de los memes

TEMÁTICA DE LOS MEMES			
Ítem 1	Opciones	Cantidad	Porcentaje
Hace referencia a temas que las personas hacen en su tiempo libre	Sí	46	46%
	No	54	54%
Ítem 2	Opciones	Cantidad	Porcentaje
Hace referencia a temas políticos	Sí	1	1%
	No	99	99%
Ítem 3	Opciones	Cantidad	Porcentaje
Hace referencia a los servicios de la comunidad	Sí	24	24%
	No	76	76%
Ítem 4	Opciones	Cantidad	Porcentaje
Hace referencia a temas relacionados con trabajo y estudio	Sí	4	4%
	No	96	96%
Ítem 5	Opciones	Cantidad	Porcentaje
Hace referencia a temas de Estigma y exclusión	Sí	5	5%
	No	95	95%
Ítem 6	Opciones	Cantidad	Porcentaje
Otros	Sí	67	67%
	No	33	33%

Nota: La tabla muestra los resultados de la unidad temática dividida en seis ítems. Teniendo como referencia principal el estudio en Polonia “Memes de Internet en tiempos de confinamiento por Covid-19 en Polonia” (Norstrom y Pawel, 2021).

Tabla 3

Prohibiciones y órdenes

PROHIBICIONES Y ÓRDENES			
Ítem 1	Opciones	Cantidad	Porcentaje
Expresa un mensaje con temas sobre transporte y cruce de fronteras	Sí	16	16%
	No	84	84%
Ítem 2	Opciones	Cantidad	Porcentaje
Expresa un mensaje con temas sobre la cuarentena	Sí	32	32%
	No	68	68%
Ítem 3	Opciones	Cantidad	Porcentaje
Expresa un mensaje con temas sobre prohibiciones de reuniones públicas	Sí	19	19%
	No	81	81%
Ítem 4	Opciones	Cantidad	Porcentaje
Expresa un mensaje con temas sobre el distanciamiento social	Sí	15	15%
	No	85	85%
Ítem 5	Opciones	Cantidad	Porcentaje
Expresa un mensaje con temas sobre orden de uso de mascarillas	Sí	5	5%
	No	95	95%
Ítem 6	Opciones	Cantidad	Porcentaje
Otros	Sí	51	51%
	No	49	49%

Nota: La tabla muestra los resultados de la unidad temática dividida en seis ítems. Teniendo como referencia principal el estudio en Polonia “Memes de Internet en tiempos de confinamiento por Covid-19 en Polonia” (Norstrom y Pawel, 2021).

Tabla 4

Actores en los memes

ACTORES EN LOS MEMES			
Ítem 1	Opciones	Cantidad	Porcentaje
Utiliza referencias Políticas	Sí	2	2%
	No	98	98%
Ítem 2	Opciones	Cantidad	Porcentaje
Utiliza a Hombre común	Sí	29	29%
	No	71	71%
Ítem 3	Opciones	Cantidad	Porcentaje
Muestra imágenes de Policías	Sí	7	7%
	No	93	93%
Ítem 4	Opciones	Cantidad	Porcentaje
Colabora con una Celebridad	Sí	17	17%
	No	83	83%
Ítem 5	Opciones	Cantidad	Porcentaje
Utilizan imagen de algún Animal	Sí	13	13%
	No	87	87%
Ítem 6	Opciones	Cantidad	Porcentaje
Utiliza un Personaje de cine y la literatura	Sí	24	24%
	No	76	76%
Ítem 7	Opciones	Cantidad	Porcentaje
Utiliza Personajes históricos	Sí	0	0%
	No	100	100%
Ítem 8	Opciones	Cantidad	Porcentaje
Otros	Sí	38	38%
	No	62	62%

Nota: La tabla muestra los resultados de la unidad temática dividida en ocho ítems. Teniendo como referencia principal el estudio en Polonia “Memes de Internet en tiempos de confinamiento por Covid-19 en Polonia” (Norstrom y Pawel, 2021).

Tabla 5

Esquema narrativo

ESQUEMA NARRATIVO			
Ítem 1	Opciones	Cantidad	Porcentaje
Expresa un mensaje con carácter de Épica	Sí	7	7%
	No	93	93%
Ítem 2	Opciones	Cantidad	Porcentaje
Expresa un mensaje con contenido de Sátira	Sí	53	53%
	No	47	47%
Ítem 3	Opciones	Cantidad	Porcentaje
Expresa un mensaje de Comedia	Sí	75	75%
	No	25	25%
Ítem 4	Opciones	Cantidad	Porcentaje
Expresa un mensaje de Tragedia	Sí	27	27%
	No	73	73%
Ítem 5	Opciones	Cantidad	Porcentaje
Otros	Sí	5	5%
	No	95	95%

Nota: La tabla muestra los resultados de la unidad temática dividida en ocho ítems. Teniendo como referencia principal el estudio en Polonia “Memes de Internet en tiempos de confinamiento por Covid-19 en Polonia” (Norstrom y Pawel, 2021).

4.2 Conclusiones

En base al objetivo general se concluye que este contenido no solo se enfocó en el contexto principal (coronavirus) que el país atravesaba en ese momento, sino que también se realizaron publicaciones relacionadas a las problemáticas de la ciudadanía peruana con el fin de concientizar y prevenir a la sociedad ante los actos de los cuales hacen mención en cada meme.

Con respecto a la temática de los memes, estos, en su mayoría son relacionados a lo que las personas suelen hacer en su tiempo libre como salir con amigos, realizar compras digitales, jugar, entre otras acciones cotidianas. Además, existe otra gran parte cuya temática es preventiva y menciona entre ellas a los accidentes de tránsito, robos, estafas, cuidados del Covid-19 y demás. Este hallazgo nos permite concluir que los memes tienen como base el comportamiento de la sociedad el cual se ve reflejado en insights para así ser proyectados en este tipo de contenido que la PNP decidió emplear acompañado de frases o imágenes que lleven a las personas a tomar conciencia sobre sus actos.

En relación con la temática de prohibiciones y órdenes, llegamos a la conclusión de que los memes utilizados en la fan page de la PNP no solo exponen mensajes de los cuidados que los ciudadanos debían tomar en época de cuarentena, como el toque de queda, la prohibición de fiestas o reuniones sociales y demás, sino que también mencionan temas coyunturales como el manejar en estado de ebriedad, el acoso sexual, las estafas, entre otras realidades que la sociedad peruana atraviesa día a día. Esto refleja que los memes no solo pueden llegar a tocar temas cómicos o causar gracia, sino que tienen un trasfondo que es el de concientizar a la sociedad.

En cuanto a los actores utilizados en los memes, podemos concluir que la PNP le da una gran importancia a lo que se viene utilizando en las redes sociales, tendencias, a todo lo viral que puede surgir a raíz de alguna película, canción o acontecimiento social. Esto, con el fin de desarrollar el meme y contextualizar según el mensaje que quieran publicar para así poder elegir algún protagonista como algún actor de una película conocida y en tendencia, un personaje animado o incluso un meme ya viralizado.

Es así que pueden llegar a su comunidad de una forma más amigable y entendible para ellos pues es el contexto bajo en el que ese momento se encuentran.

En cuanto a la unidad temática del esquema narrativo, se llegó a la conclusión de que los memes publicados en la fan page de Facebook de la Policía Nacional de Perú se basan principalmente en hacer uso de la sátira y comedia, ya sea mediante imágenes o texto, pero donde se evidencia que estos siempre vienen acompañados de un mensaje de concientización en base a las diferentes problemáticas por los cuales atraviesa la ciudadanía peruana. Además, es importante recalcar que esta temática de la sátira es una de las principales características que acompaña o define a un meme.

Finalmente, con todo ello como premisa, es posible afirmar que la Policía Nacional del Perú durante la pandemia Covid-19, entre el mes de enero del 2020 al mes de agosto del 2022, cumplen con la dimensión mencionada y evaluada en esta investigación, además de las unidades temáticas que nos permitieron identificar los temas más utilizados durante este periodo, las prohibiciones más mencionadas, los actores en los memes y el esquema narrativo con el que se trabajan los memes en su mayoría. Adicionalmente, todo lo mencionado puede ser usado como referencia para otras marcas que decidan aplicar esta estrategia publicitaria digital para volverse más virales y empatizar con su comunidad.

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>