

UNIVERSIDAD JAIME BAUSATE Y MEZA
FACULTAD DE CIENCIAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL
Escuela Profesional de Periodismo



“La influencia de los memes periodísticos en la orientación electoral de los votantes del referéndum en San Juan de Lurigancho- caso: reforma constitucional del Perú”

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Para optar el Grado Académico de Bachiller en Periodismo

Presentado por:

Steffany Aracelly Arias Ayay

ASESOR(A):

Edwin Fernando Alarcón La Torre

LIMA – PERÚ

2019

ÍNDICE

CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
1.1 Descripción de la Realidad Problemática	4
1.2 Formulación del Problema	4
1.2.1 Problema General	4
1.2.2 Problemas Específicos	5
1.3 Objetivos	5
1.3.1 Objetivo General	5
1.3.2 Objetivos Específicos	5
1.4 Justificación e Importancia del Estudio	5
1.4.1 Justificación Teórica	6
1.4.2 Justificación Metodológica	6
1.4.3 Justificación Práctica	6
1.5 Limitaciones	7
1.6 Aportes de la Investigación	7
1.7 Delimitación del Problema	7
1.7.1 Delimitación Temporal	7
1.7.2 Delimitación Espacial	7
1.7.3 Delimitación Social	7
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	8
2.1 Marco Histórico	9
2.2 Antecedentes del problema	9
2.2.1 Antecedentes Internos	9
2.2.2 Antecedentes Externos	10
2.3 Marco Teórico	10
2.3.1 VI. Memes periodísticos	10
2.3.1.1 influencia	10
2.3.1.2 viral	10
2.3.1.3 subliminal	10
2.3.2 VD. Orientación electoral	11
2.3.2.1 ideología	11
2.3.2.2 social	11
2.3.2.3 cultural	11
2.4 Marco Conceptual	11
CAPÍTULO III METODOLOGÍA	12
3.1 Formulación de Hipótesis	13
3.1.1 Hipótesis General	13
3.1.2 Hipótesis Específicas	13
3.2 Variables	13
3.2.1 Definición conceptual	13
3.2.2 Definición Operacional	14
3.3 Tipo, nivel y diseño de la investigación	16
3.3.1 Tipo de la Investigación	16
3.3.2 Nivel de la Investigación	17
3.3.3 Diseño de Contrastación de Hipótesis	17
3.4 Población y muestra	17
3.4.1 Población	17
3.4.2 Muestra	17
3.4.3 Muestreo	17
3.5 Método de Investigación	17
3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	17
3.6.1 Técnicas	17
3.6.2 Instrumentos	17
3.7 Técnicas de procesamiento de datos	17
CAPÍTULO IV ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	18
4.1 Cronograma de actividades	19
4.2 Presupuesto y financiamiento	19
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	20
ANEXOS	22

Dedicatoria

Esta investigación se la dedico a mi motivo de seguir adelante, mi hija Gia. A mis abuelos y padres quienes han hecho hasta lo imposible por que logre mi primer objetivo.

Agradecimiento

Agradezco a mi familia, a mi alma mater y a mi maestro, Edwin Alarcón por la paciencia y el empeño en la enseñanza de la elaboración de esta investigación.

Presentación

Señores miembros del Jurado y lectores, presento a ustedes el trabajo de investigación cuyo título es *“La influencia de los memes periodísticos en la orientación electoral de los votantes del referéndum en San Juan de Lurigancho- caso: reforma constitucional del Perú”* describiendo los logros significativa de la misma, así como el comportamiento de los electores.

Cumpliendo con lo requerido por la “Universidad Jaime Bausate y Meza” para optar el grado académico de Bachiller en Periodismo, pongo a consideración el presente trabajo de investigación, en el cual describo la influencia de los memes periodísticos en la orientación electoral de un grupo importante de votantes.

Invoco al jurado examinador que tome en cuenta el aporte que se hace a la sociedad con esta investigación.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como propósito mostrar y dar a conocer el poder influenciador de un elemento que circula en las redes sociales denominado *memes*. En los últimos años, los memes han tomado un valor significativo ante la propuesta de nuevos medios para llegar a distintos usuarios y, sobre todo, calar en sus pensamientos y elecciones.

Este nuevo método influenciador se dio a conocer por aficionados moderadores de fan pages en la red social más grande de internet, Facebook. El movimiento se inició en el año 2012, dicha plataforma web es la más poderosa red social hasta el momento. En ese entonces, podíamos decir que no existía ningún otro fin excepto amenizar a los usuarios que contaban con una cuenta en Facebook.

El fenómeno de los memes influenciadores llegaría años después. En Perú podríamos decir que calaron en la política con mayor fuerza en las elecciones presidenciales del 2016 cuando cierto partido político fue puesto en el ojo público tras desenmascarar a los *trolls* que invadían las principales redes sociales. Aquellos *trolls* tenían la función y misión de crear memes sobre sus adversarios políticos con el propósito de desprestigiarlos y crearles una mala reputación.

El mismo caso se presentó entre los meses de Octubre- Diciembre del 2018, cuando se acercaban las votaciones del referéndum sobre la reforma constitucional del Perú, tema que se desarrollará a fondo en esta investigación.

Fue entonces cuando entró en tela de juicio la veracidad de muchos memes que rondaban por las redes sociales y las regulaciones que Facebook y Twitter debían tener en cuenta al permitir publicaciones públicas sobre políticos con falsa información.

Por tal motivo, la presente investigación analizará los resultados conductuales y críticos de todos los usuarios de Facebook participantes en las elecciones del referéndum sobre la reforma constitucional del Perú, de tal manera se obtendrá el consenso de verificación de la hipótesis que dice afirmar que los memes si influyen en las decisiones políticas de los votantes.

CAPÍTULO I

Problema de investigación

1.1 Descripción del problema

Este proyecto consiste en investigar si existió la influencia de los memes en los votantes del referéndum sobre la reforma constitucional del Perú en 2018 en los pobladores del distrito de San Juan de Lurigancho.

Este proyecto consiste en analizar la influencia que causan los memes viralizados a través de distintas plataformas digitales. Este proyecto consiste en examinar cómo influyen en las decisiones políticas el uso de los memes en las redes sociales.

En los últimos años la información netamente periodística se ha visto envuelta en una serie de cuestionamientos a raíz del fortuito crecimiento de la denominada “información viral”, cuya misión principal es poner en boca de todos un tema que suele pasar desapercibido ante la sociedad. Hoy en día existen cientos de formas de burlar un acto congresista o presidencial a través de los llamados “memes virales”.

Los memes nacieron en el año 2012 y tienen como misión la comicidad. Su evolución e introducción en la política tuvo gran acogida por parte de los usuarios, de tal manera que fue un video viral quien se encargó de informar a la ciudadanía sobre la elección más asertiva en el referéndum del 2018.

Podemos decir entonces que la viralización de la información cuenta con un gran poder influyente sobre los usuarios de la red social más popular en el mundo, y Perú no es la excepción, tal como lo ha demostrado con el paso de los años.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Cómo influyeron los memes periodísticos en la orientación electoral de los votantes del referéndum en San Juan de Lurigancho?

1.2.2 Problemas específicos

1. ¿Cómo influyeron los memes periodísticos a través de las redes sociales en el referéndum?
2. ¿Cómo se viralizaron los memes periodísticos compartidos en Facebook?
3. ¿Qué mensaje subliminal ocultaban los memes periodísticos sobre la reforma constitucional?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Analizar la influencia de los memes periodísticos en la orientación electoral de los votantes del referéndum en Lima Metropolitana

1.3.2 Objetivos específicos

1. Analizar cómo influyeron los memes periodísticos a través de las redes sociales en el referéndum.
2. Explicar cómo se viralizaron los memes periodísticos compartidos en Facebook.
3. Identificar qué mensaje subliminal ocultaban los memes periodísticos sobre la reforma constitucional.

1.4 Justificación de la investigación

Teórica

El presente estudio es viable y de suma importancia este beneficio porque aportará a la comunidad científica, periodística y social con la propuesta de una nueva teoría llamada “La memética o memología” el cual es una hipótesis de contenido mental basado en una analogía de la evolución darwiniana

Este proyecto de investigación aportará también con teorías sobre “propuesta de influencia viral” que buscará la veracidad y objetividad como bases fundamentales de la viralización de la información presentada por la prensa, proponiendo la evolución de nuevos criterios en

procesos informativos contrastados con el procedimiento de redacción para canales de información web escrita.

Metodológica

Mi investigación “La influencia de los memes en el referéndum sobre la reforma constitucional del Perú en el 2018” hallará la técnica o método para reconocer el sistema influenciador que será de vital importancia para entender el cómo calar en el pensamiento crítico a través de memes, respecto al ámbito político, puesto a que hemos presenciado en los últimos años las nuevas estrategias que se utilizan a través de las redes sociales.

Aportará a la comunidad científica y periodística con un nuevo enfoque metodológico de naturaleza social que consistirá en el análisis de estrategias periodísticas establecidas dentro de parámetros del periodismo e información. El aporte metodológico de la investigación pretende plantear nuevos métodos y procedimientos periodísticos relacionados a la viralización de memes periodísticos.

Práctica

El trabajo práctico que mi trabajo ofrecerá será mutuo entre la sociedad y la comunidad periodística/comunicativa. En los medios de prensa se podrán adoptar las regulaciones que mi trabajo recoge y de este modo, podrá integrar o incorporar estas sugerencias a su manual de estilos, difundiendo así esta valiosa información. De no ser así, y en el peor del caso, al no haber reacción de los medios periodísticos, mi trabajo podrá servir como referencia para establecer o crear nuevas políticas públicas que prevengan información sin credibilidad viralizándose a través de las redes sociales.

Los aportes de carácter práctico que se presentarán en mi trabajo de investigación estarán enfocados en un objetivo de estudio social con atención en la sociedad peruana consumidora de periódicos. Este aporte pretenderá encontrar sistemas de carácter pragmático como material para una organización ordenada en el procedimiento de la elaboración informativa peruana.

1.5 Delimitaciones de la investigación

Temporal

La investigación sobre la influencia de los memes en el referéndum sobre la reforma constitucional del Perú en el 2018 tendrá espacio entre los meses octubre, noviembre y diciembre del respectivo año 2018, meses en los cuáles los memes empezaron a viralizarse a través de distintas redes sociales y a tomar una posición considerable respecto a la toma de decisiones políticas.

Espacial

La investigación sobre la influencia de los memes en el referéndum sobre la reforma constitucional del Perú en el 2018 abarca a personas de toda índole de clase social siempre y cuando hayan ejercido su derecho de votación y hayan sido de alguna manera influenciadas a través de distintos medios-sociales o comunicacionales- de los memes.

Social

Las unidades de análisis serán los votantes del referéndum de la reforma constitucional del 2018 del distrito de San Juan de Lurigancho que expresen los resultados de todos los individuos de una determinada población.

CAPÍTULO II

Marco Teórico

2.1 Marco histórico

Refiriéndonos al origen

“De Castañeda Maldonado, A. (2017). Expresión popular en el espacio virtual: Estudio de los memes de internet como manifestación de la realidad peruana y sus situaciones desde la Teoría del Signo de Charles S. Peirce y la Teoría Memética de Richard Dawkins.

Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/1042>”

En su evolución y desarrollo

“De García Arroyo, L. (2015). #Enredados: las redes sociales más allá de los memes.

Recuperado de

https://books.google.com.pe/books/about/Enredados.html?id=edyRAQAACAAJ&redir_esc=y”

En el contexto actual

“De Evangelina Aguilar, A. (2017). ¿Quién dijo que los memes eran ingenuos?: memecracia en El Salvador. Recuperado de

<https://books.google.com.pe/books?id=6IF7tgEACAAJ&dq=los+memes&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjlveb5jY3mAhUxo1kKHmYAfiQ6AEINDAC>”

2.2 Antecedentes de la investigación

2.2.1 Antecedentes internos

- De López Salazar. Los “memes de Internet” como estrategia de comunicación publicitaria de la marca Cua – Cua en Facebook. Recuperado de <https://bit.ly/2VjJ1OE>
- De Salinas Camones, G. (2018). Redes sociales en las campañas políticas en los jóvenes del distrito Caleta de Carquin – 2018. Recuperado de <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/UNJFSC/2681>
- Taboada Méndez, E. (2015). Estrategias de campaña desplegadas en las redes sociales por los candidatos Wilfredo Ocorima y Edwin Donayre, en el contexto del proceso electoral regional 2014 en Ayacucho. Recuperado de <http://repositorio.unsch.edu.pe/handle/UNSCH/1820>

2.2.2 Antecedentes externos

- De Caizaluisa Tapia, E. (2017). Los memes como herramienta de comunicación alternativa: análisis desde la perspectiva semiótica. Recuperado de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/3929/1/T-UTC-0422.pdf>
- Álvaro Gutiérrez, J. (2019). El uso estratégico del meme en comunicación política. Recuperado de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/170229/TESIS-memes.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Chamorro Bernal, J. (2014). Viralización de contenidos y memes en internet. Recuperado de <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/132534>

2.3 Marco teórico

2.3.1 Bases teóricas de la variable independiente “Memes periodísticos”

- Concepto
 - Rodríguez Torrel, R. (2018). Los memes de la pareja presidencial: un discurso satírico, Lima, Perú. Recuperado de <http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/352343>
- Características
 - Dimensiones
 - INFLUENCIA
 - Muñoz Villar, C. (2014). El meme como evolución de los medios de expresión social. Recuperado de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/129749/El%20meme%20como%20evoluci%C3%B3n%20de%20los%20medios%20de%20expresi%C3%B3n%20social.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
 - VIRAL
 - Pulido Hilares, R (2017) *Marketing viral en las plataformas virtuales de los bar-restaurantes del Centro Histórico de Cusco – 2017*. (Tesis de titulación). Recuperado de <http://repositorio.uandina.edu.pe/handle/UAC/1699>
 - SUBLIMINAL
 - Solaligue Jara, M (2017) *Mensajes subliminales en los noticieros televisivos nacionales e incremento de la inseguridad ciudadana en delitos comunes, región de puno – 2017*. Recuperado de <https://revistas.uancv.edu.pe/index.php/RCIA/article/view/315>

2.3.2 Bases teóricas de la variable dependiente “Orientación Electoral”

- Concepto
 - Ley Orgánica de Elecciones. (1997). Recuperado de <http://pdba.georgetown.edu/Electoral/Peru/leyelecciones.pdf>
- Características
 - Dimensiones
 - IDEOLOGÍA
 - Rivara de Tuesta, M (1991). Filosofía e ideología en el Perú y América Latina. Recuperado de <http://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/114458>
 - SOCIAL
 - Crisostomo Loya, A (2018). Inteligencias múltiples y estilos de aprendizaje en estudiantes del programa de estudio de ciencias sociales filosofía y psicología educativa UNDAC-Pasco 2018. Recuperado de <http://repositorio.undac.edu.pe/handle/undac/967>
 - CULTURA
 - Wieland Fernandini, J (2015) El impacto de la percepción de socialización en la cultura organizacional. Recuperado de <http://hdl.handle.net/11354/1468>

2.4 Marco conceptual

- Memes
- Periodismo
- Referéndum
- Reforma constitucional
- Votantes
- Política
- Influencia
- Internet
- Facebook
- Medios web

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Hipótesis de investigación

Hipótesis general

Los memes influyeron en la orientación electoral de los votantes del referéndum en Lima Metropolitana.

Hipótesis específicas

1. Los memes periodísticos influyeron en el referéndum a través de las redes sociales
2. Los memes periodísticos viralizados en Facebook influyeron en la orientación de los votantes del referéndum
3. Los memes periodísticos ocultaban mensajes subliminales sobre el referéndum.

3.2 Variables de investigación

3.2.1 Definición conceptual

VI: Memes periodísticos

Meme ha sido definido por la RAE como "imagen, video o texto, por lo general distorsionado con fines caricaturescos, que se difunde principalmente a través de internet".

El periodismo ha sido definido por la RAE como "Actividad profesional que consiste en la obtención, tratamiento, interpretación y difusión de informaciones a través de cualquier medio escrito, oral, visual o gráfico."

VD: Orientación Electoral

Orientación ha sido definido por la RAE como "Dar a alguien información o consejo en relación con un determinado fin."

Electoral ha sido definido por la RAE como "Perteneiente o relativo a los electores o a las elecciones."

3.2.2 Definición operacional



“La influencia de los memes periodísticos en la orientación electoral de los votantes del referéndum en San Juan de Lurigancho- caso: reforma constitucional del Perú”

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

(Para Instrumentos: cuestionarios cerrados/listas de cotejo/Test o pruebas estandarizadas)

VARIABLE X: MEMES PERIODÍSTICOS				
DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN	ÍNDICE
INFLUENCIA	interacción	¿Cree usted que los memes periodísticos influyen en la interacción de las personas?	1. Muy de acuerdo 2. De acuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4. En desacuerdo 5. Muy en desacuerdo	
	credibilidad	¿Cree usted que la credibilidad de los memes periodísticos influye en las personas?		
	proximidad	¿Cree usted que la proximidad del tema de un meme periodístico influye en el consumo de los usuarios?		
VIRAL	continuidad	¿Cree usted que un meme periodístico debe ser continuo para convertirse en viral?		
	novedad	¿Cree usted que un meme periodístico viral debe ser novedoso?		
	accesible	¿Cree usted que un meme periodístico debe ser accesible para todos los usuarios para convertirse en viral?		
SUBLIMINAL	trasfondo	¿Cree usted que la mayoría de memes periodísticos contienen un trasfondo subliminal?		
	interpretativo	¿Cree usted que los memes periodísticos		

		subliminales son de carácter interpretativo?		
	imperceptible	¿Cree usted que los memes periodísticos subliminales tienen contenido imperceptible para el usuario?		

VARIABLE Y: ORIENTACIÓN ELECTORAL				
DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA/RANGO/FRECUENCIA	ÍNDICE
IDEOLOGÍA	creencias	¿Cree usted que las creencias ideológicas predominan en la orientación electoral?		
	costumbres	¿Cree usted que la orientación electoral de las personas se debe a sus costumbres ideológicas?		
	opinión	¿Cree usted que las opiniones sobre la ideología trascienden en la orientación electoral de un votante?		
SOCIAL	comunitario	¿Cree usted que las comunidades rigen su orientación electoral por la mayoría social?		
	colectivo	¿Cree usted que los colectivos políticos influyen socialmente en la orientación electoral?		
	general	¿Cree usted que la sociedad en general orienta su voto electoral a través de la		

		búsqueda de información?		
CULTURA	erudición	¿Cree usted que poseemos cultura erudita y la aplicamos en la orientación electoral?		
	educación	¿Cree usted que la educación enseña desde el colegio a cerca de la orientación electoral?		
	hábitos	¿Cree usted que la orientación electoral de los votantes se basa en sus hábitos culturales?		

3.3 Tipo, nivel y diseño de investigación

El **Tipo de investigación** por las características del proyecto será aplicada porque tratará de clasificar teorías similares y referenciales con la investigación desde otra perspectiva, considerando pruebas relacionadas con el problema desde una dimensión social y periodística con formas de solucionar el problema concreto e identificado.

Asimismo, la exposición de cada variable propuesta se debe definir describiendo detalles de contenido periodístico que se identifiquen con la realidad periodística profesional dentro de un comportamiento social.

El **Diseño de investigación** será no experimental – transversal porque se realizará el estudio de la investigación en un solo momento, sin manipular las variables, observando el fenómeno tal y como se da en su contexto natural para después analizarlo.

3.4 Población y muestra

Población

La población estará constituida por todos los votantes del referéndum sobre la reforma constitucional del año 2018 que radiquen en el distrito de San Juan de Lurigancho, este conjunto de unidades de análisis se determinó porque es una población estratégica de consumo del contenido emitido en las redes sociales.

Muestra

La muestra será una proporción de la población determinada mediante técnicas estadísticas.

Muestreo

El muestreo corresponderá a una evaluación de muestra no probabilística por conveniencia conformado por 10 unidades de análisis pertenecientes a la prueba piloto.

3.5 Métodos de investigación

El método de estudio donde se ubica mi investigación es inductiva porque se origina de teorías particulares halladas en el evento político del referéndum sobre la reforma constitucional, con contenidos periodísticos con tendencia a sátira (memes periodísticos).

3.6 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Técnica

Las técnicas para la investigación será la encuesta porque esta me ayudará a comprobar la hipótesis desde el argumento sistemático del procesador de datos “software SPSS versión 22 para Windows”.

Instrumento

El instrumento aplicado será un cuestionario. Las preguntas que comprende este instrumento son politómicas - cerradas. Los cuestionarios son herramientas que facilitaran la corroboración de validez y confiabilidad y sirven para estandarizar los datos para su posterior análisis estadístico

CAPÍTULO IV
ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

CAPÍTULO IV
ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

4.1. Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	Meses						
	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Planteo del tema del proyecto de investigación							
Indagación y recopilación de información general sobre el proyecto							
Elaboración del proyecto							
Aprobación del proyecto							
Recolección de datos							
Procesamiento y análisis de datos							
Análisis y discusión de resultados							
Culminar el Informe Final							
Presentación de la Tesis							
Sustentación de Tesis							

4.2. Presupuesto y financiamiento

PARTIDA /ACTIVIDAD	CANTIDAD	INVERSIÓN EN SOLES (S/.)
Material de Escritorio	1	500
Impresión y correcciones	100	50
Anillados o espiralados	1	12
Transporte o movilidad	105 días	300
Fotocopias	200	20
Trabajo de campo, encuesta	10	2
Empastado	1	20
TOTAL		874

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- “De Castañeda Maldonado, A. (2017). Expresión popular en el espacio virtual: Estudio de los memes de internet como manifestación de la realidad peruana y sus situaciones desde la Teoría del Signo de Charles S. Peirce y la Teoría Memética de Richard Dawkins. Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/1042>”
- “De García Arroyo, L. (2015). #Enredados: las redes sociales más allá de los memes. Recuperado de https://books.google.com.pe/books/about/Enredados.html?id=edyRAQAACAAJ&redir_esc=y”
- “De Evangelina Aguilar, A. (2017). ¿Quién dijo que los memes eran ingenuos?: memecracia en El Salvador. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=6IF7tgEACAAJ&dq=los+memes&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjIveb5jY3mAhUxo1kKHmYAfiQ6AEINDAC>”
- De López Salazar, L. (2017). Los “memes de Internet” como estrategia de comunicación publicitaria de la marca Cua – Cua en Facebook. Recuperado de <https://bit.ly/2Vj1OE>
- De Salinas Camones, G. (2018). Redes sociales en las campañas políticas en los jóvenes del distrito Caleta de Carquin – 2018. Recuperado de <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/UNJFSC/2681>
- Taboada Méndez, E. (2015). Estrategias de campaña desplegadas en las redes sociales por los candidatos Wilfredo Ocorima y Edwin Donayre, en el contexto del proceso electoral regional 2014 en Ayacucho. Recuperado de <http://repositorio.unsch.edu.pe/handle/UNSCH/1820>
- De Caizaluisa Tapia, E. (2017). Los memes como herramienta de comunicación alternativa: análisis desde la perspectiva semiótica. Recuperado de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/3929/1/T-UTC-0422.pdf>
- Álvaro Gutiérrez, J. (2019). El uso estratégico del meme en comunicación política. Recuperado de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/170229/TESIS-memes.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Chamorro Bernal, J. (2014). Viralización de contenidos y memes en internet. Recuperado de <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/132534>
- o Rodríguez Torrel, R. (2018). Los memes de la pareja presidencial: un discurso satírico, Lima, Perú. Recuperado de <http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/352343>
- Muñoz Villar, C. (2014). El meme como evolución de los medios de expresión social. Recuperado de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/129749/El%20meme%20como%20evoluci%C3%B3n%20de%20los%20medios%20de%20expresi%C3%B3n%20social.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Pulido Hilares, R (2017) Marketing viral en las plataformas virtuales de los bar-restaurantes del Centro Histórico de Cusco – 2017. (Tesis de titulación). Recuperado de <http://repositorio.uandina.edu.pe/handle/UAC/1699>
- Solaligue Jara, M (2017) Mensajes subliminales en los noticieros televisivos nacionales e incremento de la inseguridad ciudadana en delitos comunes, región de puno – 2017. Recuperado de <https://revistas.uancv.edu.pe/index.php/RCIA/article/view/315>
- Ley Orgánica de Elecciones. (1997). Recuperado de <http://pdba.georgetown.edu/Electoral/Peru/leyelecciones.pdf>
- Rivara de Tuesta, M (1991). Filosofía e ideología en el Perú y América Latina. Recuperado de <http://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/114458>
- Crisostomo Loya, A (2018). Inteligencias múltiples y estilos de aprendizaje en estudiantes del programa de estudio de ciencias sociales filosofía y psicología educativa UNDAC-Pasco 2018. Recuperado de <http://repositorio.undac.edu.pe/handle/undac/967>
- Wieland Fernandini, J (2015) El impacto de la percepción de socialización en la cultura organizacional. Recuperado de <http://hdl.handle.net/11354/1468>

ANEXOS

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia



Matriz de consistencia (Cuantitativo)

"La influencia de los memes periodísticos en la orientación electoral de los votantes del referéndum en San Juan de Lurigancho- caso: reforma constitucional del Perú"

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN
¿Cómo influyeron los memes periodísticos en la orientación electoral de los votantes del referéndum en San Juan de Lurigancho?	Analizar la influencia de los memes periodísticos en la orientación electoral de los votantes del referéndum en San Juan de Lurigancho.	Los memes influyeron en la orientación electoral de los votantes del referéndum en San Juan de Lurigancho.	VI: Memes periodísticos	<ul style="list-style-type: none"> Influencia Viral subliminal 	A.- MÉTODO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Inductivo Diseño: No experimental Enfoque: Cuantitativo Tipo: Investigación aplicada
1. ¿Cómo influyeron los memes periodísticos a través de las redes sociales en el referéndum? 2. ¿Cómo se viralizaron los memes periodísticos compartidos en Facebook? 3. ¿Qué mensaje subliminal ocultaban los memes periodísticos sobre la reforma constitucional?	Analizar cómo influyeron los memes periodísticos a través de las redes sociales en el referéndum Explicar cómo se viralizaron los memes periodísticos compartidos en Facebook Identificar qué mensaje subliminal ocultaban los memes periodísticos sobre la reforma constitucional	Los memes periodísticos influyeron en el referéndum a través de las redes sociales Los memes periodísticos viralizados en Facebook influyeron en la orientación de los votantes del referéndum Los memes periodísticos ocultaban mensajes subliminales sobre el referéndum.	VD: orientación electoral	<ul style="list-style-type: none"> ideología social cultura 	Nivel: descriptivo Diseño: no experimental Del tipo teórico transversal B.- POBLACION Y MUESTRA: Población: Los votantes del referéndum en San Juan de Lurigancho. Muestreo: No probabilístico Muestra: C. TÉCNICA E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS: Técnica: Encuesta Instrumento: Encuesta. D.- PROCESAMIENTO DE ANÁLISIS DE DATOS: Software SPSS-22 para Windows.



CUESTIONARIO

“LA INFLUENCIA DE LOS MEMES PERIODÍSTICOS EN LA ORIENTACIÓN ELECTORAL DE LOS VOTANTES DEL REFERÉNDUM EN LIMA METROPOLITANA- CASO: REFORMA CONSTITUCIONAL DEL PERÚ”

Instrucciones:

El presente cuestionario, forma parte de un trabajo de investigación en el cual se explora aspectos relacionados a la influencia que tuvieron las imágenes de memes sobre la decisión de voto político en el caso del referéndum de la reforma constitucional 2018. La información recopilada es estrictamente confidencial y sus resultados serán observados únicamente con fines académicos.

La encuesta es anónima y se requiere la veracidad en sus respuestas. Para tal efecto usted podrá marcar la alternativa correspondiente con un “X” o con un aspa, Considerando la siguiente escala:

-

1. Muy de acuerdo	2. De acuerdo	3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4. En desacuerdo	5. Muy en desacuerdo
-------------------	---------------	-----------------------------------	------------------	----------------------

I. DATOS GENERALES

1. Edad:

2. Sexo:

a. Femenino

b. masculino.

5. ¿Suele observar memes vinculados a la política en las redes sociales?

a. si

b. no

N°	MEMES PERIODISTICOS	1	2	3	4	5
1	¿Cree usted que los memes periodísticos influyen en la interacción de las personas?					
2	¿Cree usted que la credibilidad de los memes periodísticos influye en las personas?					
3	¿Cree usted que la proximidad del tema de un meme periodístico influye en el consumo de los usuarios?					
4	¿Cree usted que un meme periodístico debe ser continuo para convertirse en viral?					
5	¿Cree usted que un meme periodístico viral debe ser novedoso ?					
6	¿Cree usted que un meme periodístico debe ser accesible para todos los usuarios para convertirse en viral?					
7	¿Cree usted que la mayoría de memes periodísticos contienen un trasfondo subliminal?					
8	¿Cree usted que los memes periodísticos subliminales son de carácter interpretativo ?					
9	¿Cree usted que los memes periodísticos subliminales tienen contenido imperceptible para el usuario?					
VD	ORIENTACIÓN ELECTORAL	1	2	3	4	5
1	¿Cree usted que las creencias ideológicas predominan en la orientación electoral?					
2	¿Cree usted que la orientación electoral de las personas se debe a sus costumbres ideológicas?					
3	¿Cree usted que las opiniones sobre la ideología trascienden en la orientación electoral de un votante?					
4	¿Cree usted que las comunidades rigen su orientación electoral por la mayoría social?					
5	¿Cree usted que los colectivos políticos influyen socialmente en la orientación electoral?					
6	¿Cree usted que la sociedad general orienta su voto electoral a través de la búsqueda de información?					
7	¿Cree usted que poseemos cultura erudita y la aplicamos en la orientación electoral?					
8	¿Cree usted que la educación enseña desde el colegio a cerca de la orientación electoral?					
9	¿Cree usted que la orientación electoral de los votantes se basa en sus hábitos culturales?					

Muchas gracias

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. DATOS GENERALES

- 1.1.- Apellido y nombres del experto: Larrivière Rojas Gisela Cecilia
 1.2.- Cargo e institución donde labora: Docente, UIBM
 1.3.- Grado académico: Maestría registro colegio profesional
 1.4.- Nombre de instrumento y motivo de evaluación: Cuestionario
 1.5.- Autor de instrumento: Steffany Arias Ayay
 1.6.- Instrucciones: Luego de analizar el instrumento y cotejar la investigación con la matriz de consistencia de la presente, le solicitamos que, en base a su criterio y experiencia profesional, valide dicho instrumento para su aplicación.

Nota: Para cada criterio considere la escala de 1 a 5 donde:

1.-Muy poco	2.-Poco	3.-Regular	4.-Aceptable	5.-Muy aceptable
-------------	---------	------------	--------------	------------------

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: CRITERIOS		PUNTUACIÓN				
		1	2	3	4	5
1.- Claridad	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado.					✓
2.- Objetividad	El instrumento evidencia recojo de datos observables.				✓	
3.- Actualidad	El instrumento se adecua a los criterios científicos y tecnológicos.				✓	
4.- Organización	El instrumento tiene una organización lógica.					✓
5.- Suficiente	Son suficientes en cantidad y calidad los elementos que conforman el instrumento.					✓
6.- Intencionalidad	Es adecuado para el estudio de la influencia de los memes periodísticos en la orientación electoral de los votantes del referéndum de la reforma constitucional del Perú					✓
7.- Consistencia	Se basa en aspectos teóricos científicos de las ciencias de la comunicación y del periodismo.					✓
8.- Coherencia	Existe coherencia y relación de los ítems, indicadores, las dimensiones y las variables.					✓
9.- Metodología	La estrategia responde al propósito de la problemática de la investigación					✓
10.- Pertinencia	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.					✓
Total parcial					8	40
Total						48

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Instrumento válido para su aplicación.

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 4.8

Puntuación

11-20	No válido, reformular
21-30	No válido, modificar
31-40	Válido, mejorar
41-50	Válido, aplicar

Gisela Larrivière R
Firma del Experto

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. DATOS GENERALES

- 1.1.- Apellido y nombres del experto: Reyes Bernuy, Karina Patzi
 1.2.- Cargo e institución donde labora: Docente / Universidad Jaime Bausate y Meza
 1.3.- Grado académico: Maestra registro colegio profesional CPP 113359
 1.4.- Nombre de instrumento y motivo de evaluación:.....
 1.5.- Autor de instrumento: Steffany Aracelly Arias Ayay
 1.6.- Instrucciones: Luego de analizar el instrumento y cotejar la investigación con la matriz de consistencia de la presente, le solicitamos que, en base a su criterio y experiencia profesional, valide dicho instrumento para su aplicación.
 Nota: Para cada criterio considere la escala de 1 a 5 donde:

1.-Muy poco	2.-Poco	3.-Regular	4.-Aceptable	5.-Muy aceptable
-------------	---------	------------	--------------	------------------

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:	CRITERIOS	PUNTUACIÓN				
		1	2	3	4	5
1.- Claridad	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado.				X	
2.- Objetividad	El instrumento evidencia recojo de datos observables.				X	
3.- Actualidad	El instrumento se adecua a los criterios científicos y tecnológicos.				X	
4.- Organización	El instrumento tiene una organización lógica.				X	
5.- Suficiente	Son suficientes en cantidad y calidad los elementos que conforman el instrumento.				X	
6.- Intencionalidad	Es adecuado para el estudio de la influencia de los memes periodísticos en la orientación electoral de los votantes del referéndum de la reforma constitucional del Perú				X	
7.- Consistencia	Se basa en aspectos teóricos científicos de las ciencias de la comunicación y del periodismo.				X	
8.- Coherencia	Existe coherencia y relación de los ítems, indicadores, las dimensiones y las variables.			X		
9.- Metodología	La estrategia responde al propósito de la problemática de la investigación				X	
10.- Pertinencia	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.				X	
	Total parcial			3	3	
	Total					

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Criterios aceptables para su validación

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 39

Puntuación

11-20	No válido, reformular
21-30	No válido, modificar
31-40	Válido, mejorar
41-50	Válido, aplicar



Firma del Experto

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. DATOS GENERALES

- 1.1.- Apellido y nombres del experto: Aguilar Rubicando Juan Carlos
 1.2.- Cargo e institución donde labora: Docente Universidad Bausate y Meza
 1.3.- Grado académico: Magister registro colegio profesional 0542
 1.4.- Nombre de instrumento y motivo de evaluación: Questión
 1.5.- Autor de instrumento: Steffany Aracelly Arias Ayay
 1.6.- Instrucciones: Luego de analizar el instrumento y cotejar la investigación con la matriz de consistencia de la presente, le solicitamos que, en base a su criterio y experiencia profesional, valide dicho instrumento para su aplicación.

Nota: Para cada criterio considere la escala de 1 a 5 donde:

1.-Muy poco	2.-Poco	3.-Regular	4.-Aceptable	5.-Muy aceptable
-------------	---------	------------	--------------	------------------

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: CRITERIOS		PUNTUACIÓN				
		1	2	3	4	5
1.- Claridad	Está formulado el instrumento con un lenguaje apropiado.					X
2.- Objetividad	El instrumento evidencia recojo de datos observables.					X
3.- Actualidad	El instrumento se adecua a los criterios científicos y tecnológicos.					X
4.- Organización	El instrumento tiene una organización lógica.					X
5.- Suficiente	Son suficientes en cantidad y calidad los elementos que conforman el instrumento.					X
6.- Intencionalidad	Es adecuado para el estudio de la influencia de los memes periodísticos en la orientación electoral de los votantes del referéndum de la reforma constitucional del Perú					X
7.- Consistencia	Se basa en aspectos teóricos científicos de las ciencias de la comunicación y del periodismo.				X	
8.- Coherencia	Existe coherencia y relación de los ítems, indicadores, las dimensiones y las variables.				X	
9.- Metodología	La estrategia responde al propósito de la problemática de la investigación					X
10.- Pertinencia	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.					X
Total parcial						
Total						

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Es aplicable para el desarrollo del proyecto de investigación.

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 4.8

Puntuación

11-20	No válido, reformular
21-30	No válido, modificar
31-40	Válido, mejorar
41-50	Válido, aplicar


Firma del Experto

Anexo 4: Prueba de confiabilidad y validez del instrumento

RESULTADOS EVALUACION JUICIO DE EXPERTOS

EXPERTO	PUNTAJE	OPINIÓN
1. Larriviere Rojas Giselle	48	Válido, aplicar
2. Reyes Bernuy, Karina Patzi	39	Válido, mejorar
3. Aguilar Culquicondor, Juan Carlos	48	Válido, aplicar
	45	Válido, aplicar

