

Trabajo Integrado Final – Internet I

- **Cada grupo deberá seleccionar una problemática, eje, tema o tendencia que esté circulando actualmente en Internet, redes sociales o el ecosistema digital, y que consideren relevante para ustedes como futuros diseñadores digitales. Fundamenten por qué lo eligieron y presenten un microanálisis con ejemplos reales del entorno digital. La exposición debe durar entre 5 y 6 minutos por grupo.**

- Puede ser algo que les genere curiosidad, inquietud, interés profesional o debate social.

- La clave: ¿por qué este tema importa hoy en la cultura digital?

- Realizar una exposición breve, clara y fundamentada, que explique: ¿Qué tema eligieron?, ¿Por qué es significativo para el campo del diseño e Internet?, ¿Qué lectura crítica o aporte personal pueden hacer sobre ese tema?

Posibles ejes/temas (orientativos, no obligatorios):

1. Identidad digital / marca personal
2. Inteligencia artificial y creatividad
3. Privacidad, datos y huella digital
4. Cultura de influencers / microinfluencers
5. Diseño y accesibilidad
6. Tendencias en contenidos (Reels, TikTok, formatos emergentes)
- 7. Virales, memes y narrativa digital**
8. Filtros, estética y performatividad
9. Fake news, verificación, infoxicación
10. Plataformas, comunidad y participación

- ***Formatos posibles de la presentación: Son libres de elegir uno o varios.***
- ***IMPORTANTE: No se evalúa el diseño final sino la claridad, coherencia y sentido del tema elegido.***

Tiempo total de exposición:

- ***5 a 6 minutos por grupo + 1 minuto de preguntas breves.***

Tema: Virales, memes y narrativa digital

1. ¿Qué tema elegimos?

Elegimos hablar sobre los virales, los memes y la narrativa digital, porque son uno de los fenómenos más representativos de la cultura de Internet actual.

Los memes y los contenidos virales funcionan como una nueva forma de comunicación colectiva, donde el humor, la ironía o la crítica se condensan en imágenes, videos o frases que se comparten masivamente.

2. ¿Por qué es significativo para el campo del diseño e Internet?

Desde el punto de vista del diseño digital, los memes y los virales son herramientas que condensan muchas de las dinámicas visuales y culturales de Internet:

combinan imagen, texto y contexto social en piezas de comunicación muy breves; apelan a emociones inmediatas (risa, identificación, sorpresa); y se diseñan —muchas veces de manera intuitiva— con una claridad visual y narrativa que permite su rápida difusión.

Para los diseñadores digitales, entender cómo funciona un meme o un viral significa entender cómo se construye la atención en la red.

Los contenidos virales muestran cómo el diseño se cruza con la psicología, la cultura pop y el algoritmo.

Por ejemplo, un buen diseñador digital puede usar las lógicas de los memes para crear campañas más orgánicas, o para generar participación comunitaria en torno a una marca o causa.

3. La evolución de los memes y su influencia en el mundo moderno

Los memes surgieron con la llegada de Internet como una forma simple de compartir ideas y humor. Al principio, en los años 2000, eran imágenes con texto, como el “Success Kid” o “Doge”, que se difundían en foros y redes como 9GAG o Facebook. Con el tiempo, fueron cambiando junto con las plataformas: en la era de Instagram y TikTok, los memes se volvieron más visuales, rápidos y adaptados a los algoritmos. Hoy en día, no solo sirven para hacer reír, sino también para opinar sobre política, cultura o actualidad; por ejemplo, la canción del candidato a presidente Nicolás del caño, se usó para comentar eventos políticos en clave humorística.

En el mundo moderno, los memes son una forma de comunicación masiva: pueden influir en opiniones, viralizar causas sociales o incluso convertirse en herramientas publicitarias. Las marcas, los artistas y los políticos los usan para conectar con el público joven, demostrando que el meme ya no es solo una broma de Internet, sino un lenguaje cultural global.

<https://youtu.be/SRATfPuSRwY?si=N9t526bnK-5zJeBB>

4. Lectura crítica / aporte personal

Creemos que los memes y los virales son más que simples chistes: son formas contemporáneas de narrar.

A través de ellos, la gente participa activamente en la cultura digital, reinterpretando mensajes, modificando imágenes y generando significados colectivos.

El diseñador digital no puede ignorar ese lenguaje:

debe entender su valor simbólico,

su potencial comunicativo,

y también su riesgo, ya que un contenido puede viralizarse por razones negativas o distorsionar información (como ocurre con los deepfakes o memes descontextualizados).

En definitiva, los virales y los memes muestran cómo Internet transformó el acto de diseñar: ahora diseñamos no solo para comunicar, sino para ser compartidos, remezclados y reinterpretados por miles de usuarios.

5. Conclusión

Hablar de memes y virales es hablar de cómo la cultura digital crea relatos colectivos.

Para los diseñadores digitales, analizar este fenómeno significa aprender a leer las reglas invisibles de la viralidad:

qué hace que algo se comparta, se transforme y se convierta en parte del lenguaje cotidiano de Internet.

6. Preguntas

¿El hecho de que algo se vuelva viral implica necesariamente que sea significativo o valioso?

¿Por qué ciertos contenidos se vuelven virales y otros, con igual o mejor calidad, no lo hacen?

¿Hasta qué punto la viralidad depende del diseño y hasta qué punto del algoritmo o del contexto social?

¿Los memes son una herramienta de comunicación democrática o una forma más de reproducir estereotipos y discursos?

¿Qué rol juega la ironía en la cultura digital actual? ¿Es una forma de expresión o una barrera para el pensamiento crítico?