

# Los memes de humor político en campaña electoral y su relación con el clima de opinión en Facebook

Céspedes, Ma. Eugenia

*Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Ecuador*

✉ maeugenia.cespedes.hid@gmail.com

ORCID ID: [0000-0001-5082-0670](https://orcid.org/0000-0001-5082-0670)

Documento recibido: 08 noviembre 2019  
Aprobado para publicación: 14 abril 2020

---

## Resumen

¿De qué manera los memes de humor político formaron parte del clima de opinión que existió en la red social Facebook durante la campaña electoral para los comicios presidenciales del 2017? Facebook, la red social con mayor número de visitas en el territorio ecuatoriano, proporciona hoy en día instrumentos para la interacción e intercambio de información, datos y mensajes. Como fuente para nuestro análisis se usarán los memes realizados por Crudo Ecuador para la campaña política de los comicios presidenciales del 2017. El objetivo del trabajo es de analizar la manera en que estos memes fueron un factor relevante en el desarrollo del clima de opinión, y conocer cuáles son los componentes clave para que un meme de humor político forme parte de la percepción del clima de opinión que surge dentro de la red social. Las hipótesis son tres: a) la percepción del clima de opinión que se produce en Facebook se refleja en la interacción y diálogo entre usuarios, la b) detalla que la Espiral del Silencio también se refleja en este espacio virtual, por último, c) el mensaje del meme no solo puede convertirse en una opinión dominante, sino que además se transforma en un argumento de los usuarios para defender una postura. Tras la implementación de un análisis de discurso basado en la propuesta socio-cognoscitiva multidisciplinaria de Teun Van Dijk, se comprueba que, como consecuencia de la viralización, los memes analizados sí formaron parte del clima de opinión que surge en la red social Facebook. Con base en la teoría de Noelle-Neumann, se verifica que dentro de la red social Facebook no se desarrolla una Espiral del Silencio, tampoco los usuarios modifican un criterio por miedo al rechazo, pero sí surgen corrientes de opinión y también se evidencia la presencia de núcleos duros.

## Palabras clave

Meme; Humor Político; Espiral del Silencio; Clima de Opinión; Facebook.

---

## Resumo

Como os memes de humor político fizeram parte do clima de opinião que existia na rede social Facebook durante a campanha eleitoral para as eleições presidenciais de 2017? O Facebook, a rede social com maior número de visitas no território equatoriano, hoje fornece instrumentos para a interação e troca de informações, dados e mensagens. Como fonte para nossa análise, os memes criados por Crudo Equador serão usados para a campanha política das eleições presidenciais de 2017. O objetivo do trabalho é analisar como esses memes foram um fator relevante no desenvolvimento do clima de opinião, e Saiba quais são os principais componentes para um meme de humor político fazer parte da percepção do clima de opinião que surge na rede social. Existem 3 hipóteses: a) a percepção do clima de opinião que ocorre no Facebook se reflete na interação e no diálogo entre os usuários; b) detalhes de que a Espiral do Silêncio também se reflete nesse espaço virtual; finalmente, c) A mensagem do meme não só pode se tornar uma opinião dominante, mas também se torna um argumento do usuário para defender uma posição. Após implementar uma análise do discurso baseada na proposta sócio-cognitiva multidisciplinar de Teun Van Dijk, verifica-se que, como consequência da viralização, os memes analisados fizeram parte do clima de opinião que surge na rede social Facebook. Com base na teoria de Noelle-Neumann, verifica-se que na rede social Facebook uma Espiral do Silêncio não se desenvolve, nem os usuários modificam um critério de medo de rejeição, mas surgem correntes de opinião e a presença também é evidente núcleo duro.

## Palavras-chave

Meme; Humor político; Espiral do Silêncio; Clima de Opinião; Facebook

## Abstract

How do political memes was part of the climate of opinion that existed on the social network Facebook during the electoral campaign for the 2017 presidential elections? Facebook, the social network with the highest number of visits in the Ecuadorian territory, today provides instruments for the interaction and exchange of information, data and messages. As a source for our analysis, we sill use the memes made by Crudo Ecuador for the political campaign of the 2017 presidential elections. The objective of the work is to analyze the way in which these memes were a relevant factor in the development of the climate of opinion, and to know what are the key components for a political humor meme to be part of the perception of the climate of opinion that arises within the social network. There are three hypotheses: a) the perception of the climate of opinion that occurs on Facebook is reflected in the interaction and dialogue between users, the second b) details that the Spiral of Silence is also reflected in this virtual space, finally, c) the The meme's message can not only become a dominant opinion, but it also becomes a user argument to defend a position. After implementing a discourse analysis based on Teun Van Dijk's multidisciplinary socio-cognitive proposal, it is verified that, as a consequence of the viralization, the memes analyzed did form part of the climate of opinion that arises on the social network Facebook. Based on the Noelle-Neumann theory, it is verified that within the social network Facebook a Spiral of Silence does not develop, neither do users modify a criterion for fear of rejection, but currents of opinion do arise and the presence is also evident hard core.

## Keywords

Meme; Political Humor; Spiral of Silence; Climate of Opinion; Facebook.

---

## Introducción

La presente investigación se refiere al humor político dentro de la red social Facebook. El humor político entendido como aquella herramienta de crítica política que, al ser trasladado al ambiente de las redes sociales, se transforma en un meme que genera reacciones diversas en las distintas variantes de usuarios existentes en la red. Tomando como principal exponente de esta derivación de la sátira política, se encuentra como fuente de análisis a los memes realizados por Crudo Ecuador para la campaña política de los comicios presidenciales del 2017. La investigación de este fenómeno se realiza por el interés de conocer cuáles son los componentes clave para que un meme de humor político forme parte de la percepción del clima de opinión que surge dentro de la red social en análisis.

Así, como parte del marco teórico se desarrolla un recorrido acerca de las posturas teóricas que se han generado en torno al humor, el humor político, la comprensión de lo que es un meme y el pensamiento de Noelle-Neumann en cuanto a sus estudios alrededor de la Espiral del Silencio y el desarrollo del clima de opinión. De esta manera, con base en esta comprensión teórica, surge la investigación bajo la interrogante: ¿De qué manera los memes de humor político forman parte del clima de opinión que existió en la red social Facebook durante la campaña electoral para los comicios presidenciales del 2017? Bajo un análisis de discurso basado en la propuesta socio-cognoscitiva multidisciplinaria de Teun Van Dijk, y algunos de sus aportes en cuanto al análisis crítico del discurso, el trabajo analiza veintidós memes desarrollados durante la campaña electoral del 2017, principalmente las interacciones y el debate generado en el apartado de comentarios de cada una de estas publicaciones.

## Marco teórico

En la actualidad los usuarios tecnológicos ponen en la mesa de debate la necesidad de problematizar las dinámicas que han surgido gracias al constante desarrollo tecnológico. De la mano de este, suscitan diferentes necesidades de comunicación, y surgen también nuevas modalidades de “participación independiente” (Contreras, 2013, pág. 119), siendo una de estas las redes sociales.

En inicio, es preciso señalar que la investigación planteada se enmarca en la perspectiva menos arriesgada, la visión utilitaria. En esta se comprende que Internet no es distinta a las decenas de innovaciones que se han presentado conforme avanza la sociedad y su cultura, ya que dependerá del individuo y de su propia marcha, los resultados que obtenga con ella. Pero, dentro de este enfoque lo que no se toma en cuenta es que el desarrollo de los individuos se encuentra en constante dependencia de su entorno, especialmente del ámbito político y económico en que se halle. Así, el contexto es una variable determinante para comprender el uso que cada persona dé a Internet, esta idea de la importancia que posee el contexto dentro de las investigaciones realizadas en ambientes digitales la comparte también Moreno Gálvez (2017).

Ahora, al hablar de las corrientes de estudio generadas en lo que se refiere a redes sociales, la comprensión del usuario de estas plataformas ha sido otra de las vertientes más exploradas. Así, dentro de esta línea investigativa destacan los millennials, también denominados generación Y o nativos digitales<sup>1</sup>. Este término sociológico acuñado en el año 2000 por Howe y Strauss propone definir a la franja poblacional nacida entre los años 1981 y 1993 cuya fuerte influencia del posmodernismo ha impactado su estilo de vida, incluso manifes-

---

<sup>1</sup> Término acuñado por Prensky en el 2001 y que hace referencia a las personas nacidas dentro de lo que se conoce como era digital, es decir, a partir de 1980. Una generación que además “moldea su propia identidad en la red” (Álvaro & Rubio, 2017, págs. 10-11).

tándose en su consumismo extremo (Taylor, 2005). Estos usuarios millennial diferencian claramente los posibles usos en redes, los hallazgos investigativos detallan cómo los jóvenes otorgan distintos usos y dinámicas a cada red social: entretenimiento, relaciones personales o para informarse. Es en este último uso donde destaca la red social Facebook, y el entramado relacional que se suscita entre los usuarios y las referencias que utilizan estos para informarse, pues dentro de su esquema los medios y los espacios de comunicación tradicionales se han desplazado.

Son estos espacios, las redes sociales, las que dentro del concepto que propone Orihuela (2008), se contemplan como espacios virtuales para construir la identidad. Este concepto permite comprender que dentro de este nuevo escenario el individuo puede generar nuevas relaciones sociales o desarrollarlas; además de que, como señala el autor, le es posible seleccionar la información de acuerdo a sus intereses. A este concepto se debe añadir la postura que se ha tomado frente al análisis de redes, la necesidad de vincular el estudio del entorno social. Así, una definición más apropiada conceptualiza a las redes sociales como espacios virtuales que, en respuesta al entorno en el que se desenvuelve el individuo, permiten la construcción de la identidad individual de los usuarios. Es decir, las redes sociales son mediadoras de la construcción de la identidad virtual individual.

### Humor, enfoque teórico hacia el humor político

Tratar de otorgar una definición que distinga y separe las delgadas líneas existentes entre cada uno de estos términos resulta complicado, y con el fin de no generar confusión entre los múltiples trabajos y propuestas teóricas desarrolladas acerca de esta diferenciación, se propone tomar similar postura a la que presenta Willibald Ruch (1998), autor que especifica que el término humor es un “umbrella-term” (Ruch, 1998, pág. 6), un concepto general que refiere a todos aquellos fenómenos que se relacionan con la hilaridad.

Sobre el humor existen tres categorías tradicionales expuestas tanto por Várnagy (2016) como por Theofylakti (2016): la teoría de la superioridad, la teoría de la descarga y la teoría de la incongruencia. Para la primera el humor es la expresión de los sentimientos de superioridad que un individuo posee sobre otro; la teoría de la descarga propone que el humor refleja el alivio, o el sentimiento de liberación frente a aquello que lo constriñe -esta teoría se basa en el trabajo realizado por Freud (1905)-; finalmente, la teoría de la incongruencia se centra en la idea de que el humor es la relación entre dos ideas -conceptos o situaciones- dispares entre sí.

Otra división, y que encaja de mejor manera con la investigación, es realizada por Berger (1997). Una primera categoría es el humor como divertimento, ese humor inofensivo e inocente; el segundo es el humor de ingenio, en esta prima el juego intelectual; finalmente se encuentra el humor con propósito agresivo, que abarca desde agresiones físicas -disfrazadas de travesuras-, representaciones visuales o actos verbales en las cuales su objetivo es denigrar. El autor ante esto propone algo interesante, y es que el hecho de que este tipo de chistes sean considerados reprobables, refuerza su atractivo.

Para entender de mejor manera el proceso de interiorización que se genera sobre un tipo de lenguaje o discurso que recepta el individuo desde su entorno y que posteriormente puede resultar en el humor como una de las múltiples variantes posibles de respuesta ante un estímulo, se toma la explicación acerca del proceso de codificación/decodificación que realiza Stuart Hall (1980). Para este autor, una vez efectuado cualquier proceso comunicativo, el lenguaje o discurso debe ser traducido -modificado nuevamente- en prácticas sociales

---

<sup>2</sup> Mayor información sobre esta investigación se halla en el trabajo “Las TIC en la participación política de los jóvenes”, de Álvaro y Rubio (2017).

para que el circuito resulte completo y efectivo. De no existir una apropiación de esa "significación" no se puede hablar de que exista "consumo", si la significación no está articulada en la práctica, no tiene efecto (Hall, 1980).

Ahora, en lo que se refiere a humor político, este hace referencia a una forma clásica de comentario social que busca molestar y divertir de manera simultánea, una práctica que es tan vieja como la misma política (Várnagy, 2016). Al hablar sobre este tipo de humor se plantea utilizar aquellos recursos que brindan los mensajes existentes en la realidad política, sus escándalos, sus frases célebres, sus incongruencias y por supuesto, sus decepciones. Posterior a la interiorización de la información y la mixtura que se genera con los sentimientos y realidades individuales durante el proceso de decodificación, la sociedad es capaz de procesarlas y representarla exponiendo una opinión, generalmente el pensamiento que resulta de este proceso es la crítica a través de herramientas lúdicas e ingeniosas que permita no solo burlarse de la desagradable realidad que germinó esa idea, sino en cierta medida presentarla de manera más digerible, tomando en cuenta que el humor facilita en ocasiones asimilar escenarios difíciles.

Para Schutz (1977), el humor político se expone como una respuesta liberadora de tensión que surge ante el malestar social y político que se percibe. Y, desde una postura que vincula los rasgos optimistas y pesimistas, Kuipers detalla que el humor contribuye al establecimiento del orden social al poseer elementos de cohesión, control y descarga, pero al mismo tiempo se convierte en la expresión de un conflicto, pues incita a la "resistencia, insultando, ridiculizando o satirizando a otros" (Kuipers 2008, 367)<sup>3</sup>. Es así que, el humor también puede ser considerado un arma, una forma de ataque y un medio de defensa (Speier, 1998).

Ante esta exposición teórica, la investigación se propone tomar al humor como una forma de práctica socio-cultural que responde a una realidad confrontativa que fomenta la creación de espacios críticos. Así, gracias a los nuevos espacios y herramientas que han devenido de Internet, uno de los nuevos escenarios en los que se ha posicionado el humor es en las redes sociales. Por ello es preciso tomar en cuenta el aporte de los memes, imágenes que han sido una propuesta contestataria frente a la política nacional.

## El meme como nuevo formato de humor político en redes sociales

Como casi en todos los estudios realizados acerca de esta temática, es necesario mencionar que el término meme fue propuesto por Richard Dawkins (1976), basándose en la raíz griega de la palabra mímeme, que significa "pensamos" y una palabra que, según el autor, semejara el sonido de la palabra gen, su propuesta fue tomar la palabra meme, que de igual manera se relaciona con la palabra memoria. Este nuevo término busca comprender la transmisión de ideas realizando una comparación con el proceso biológico por el que los genes se propagan.

Los memes son además considerados patrones o ideas replicados (Danung & Holloway A., 2008) a través de la interrelación de "información cultural" transmitida por medio de la selección, la infección y la replicación (Lankshear & Knobel, 2008, pág. 212) que permiten moldear directamente la mentalidad y las formas significativas de comportamiento y accionar social (Lankshear, Knobel, Bigum, & Peters, 2007); este proceso de intercambio se transmite de mente a mente a través de la imitación (Blackmore, 2000). Es así que, el meme se entenderá entonces como una información cultural capaz de "viralizarse". Sobre esta peculiar forma de difusión, Chamorro (2014) señala que cuando un contenido en Internet se difunde de manera exponencial, se le denomina viralización, esto a modo de metáfora surgida a partir del comportamiento que posee un virus.

---

<sup>3</sup>Cita tomada del texto "Proletarios de todos los países... ¡Perdonadnos!", escrito por Várnagy (2016).

De esta manera, se trabaja con los memes como una expresión cultural y un mecanismo moderno de comunicación en un nivel virtual y masivo. Así, más allá de bromas o imágenes graciosas, hoy por hoy los memes son también considerados signos en los que se construyen sentidos, lo que da lugar a comunidades que se relacionan entre sí sobre la base de estos referentes o "funciones expresivas comunes" (Pérez, Aguilar, & Guillermo, 2014, pág. 88). Por ello se propone investigar los memes con el fin de comprender el clima de opinión bajo la mirada de las redes sociales, y de manera específica, en Facebook.

### **La espiral del silencio, una teoría de Noelle Neumann**

La propuesta de clima de opinión que se desarrolla dentro del presente estudio se basa en el material teórico e investigativo desarrollado por Noelle-Neumann en torno a su teoría denominada la Espiral del Silencio. Un fenómeno en el que la opinión de las personas que expresan abiertamente sus ideas se incrementa conforme los individuos las expresen de manera pública, con la confianza suficiente como para defenderla en el espacio público. Del otro lado, y de manera descendente, se encontrarán las opiniones de quienes se sienten inhibidos de hacerlas o no posean la confianza requerida -por temor al rechazo o problemas de autoestima- para poder ser expresadas frente al público, lo que provoca que la opinión que tiene un apoyo expresamente formulado sea en apariencia más fuerte de lo que es en realidad (Noelle-Neumann, 1995). Al finalizar el proceso, aquellas opiniones no expresadas se debilitarán poco a poco hasta finalmente extinguirse, mientras que las opiniones que se han dicho con total apertura serán las que se consoliden dentro de la conciencia pública, señala su autora. Es preciso detallar que, como consecuencia de ese miedo, el individuo trata de captar corrientes de opinión y, como resultado de ese cálculo (cuasi estadístico) de las corrientes de opinión, se ven afectadas las opiniones que se expresan y las que se mantienen ocultas (Dittus, 2005).

Dentro de esta propuesta teórica existe un sector minoritario que se convierte en aspecto relevante al cual denomina "núcleo duro", la autora encuentra que este pequeño sector desafía la amenaza del aislamiento (Noelle-Neumann, 1995, pág. 225). Sobre este segmento, se explica que el núcleo duro tiene la capacidad de encapsularse completamente cuando se encuentra en público con desconocidos, puesto que sus miembros tienen la convicción de que el futuro les dará la razón, por ello se "envalentonan" (277).

Este fenómeno, al ser estudiado dentro de un ambiente real, supone que los individuos deben verse de modo frontal, deben sustentar sus criterios frente a los demás, deben tratar de controlar las reacciones que reflejen nerviosismo o inseguridad pero, en la virtualidad, un espacio en el que el cara a cara se derrumba y es posible incluso, como señala Orihuela (2008), construir una identidad individual distinta a la que se percibe en el offline, este mismo fenómeno varía gracias a las modificaciones contextuales y espacio-temporales, ahora el usuario tiene el control.

Noelle-Neumann al hacer una lectura sobre este proceso, señala que será uno de los dos criterios el que obtenga la victoria en cuanto a la colocación de un tema dentro de la opinión pública, pero esto gracias a la colaboración que prestan los medios, análisis que aporta Luhmann. Continuando con la visión luhmanniana, los memes que se generan en la red social Facebook pueden ser extrapolados como aquellas "opiniones minoritarias", opiniones que son tomadas en cuenta solamente porque su contenido se inclina hacia la espectacularización y el conflicto (Luhmann, 2000, pág. 129). De tal manera que la opinión pública que emerge en el escenario de la red social será la opinión que tenga apoyo, y no solamente el apoyo que se proclama al expresar esta opinión de manera abierta y que responde, como se ha explicado, al ciclo de la Espiral del Silencio; sino que además el apoyo mediático será trascendental en cuanto a que la opinión pública responde a los intereses mediáticos.

Es necesario además detallar que los intereses mediáticos no son los únicos que existen en juego durante la generación de la opinión pública en Facebook, también se puede apreciar que los memes responden a intereses individuales, y en las redes sociales pueden encontrarse como fan page de actores representativos. Sin embargo, serán los medios de comunicación -justamente a través de sus fan page- los que conduzcan a que un mensaje (meme) ingrese o no a formar parte de la opinión pública, con lo que el sistema de medios de comunicación de masas mantiene su reproducción a través de la autopoiesis, ahora en el espacio virtual.

## Clima de opinión, qué es y cómo se percibe en las redes sociales

Con base en la investigación realizada por Noelle-Neumann, se detalla que tras analizar la disponibilidad que presentan las personas al responder ¿qué piensa la mayoría de la gente?, Noelle-Neumann concibe que los individuos son capaces de percibir el clima de opinión que los rodea. Después de observar la existencia de esta disposición, la autora concluye que el clima de opinión es la estimación que la gente realiza constantemente al intentar evaluar la fuerza de las opiniones contrapuestas sobre un tema determinado (Noelle-Neumann, 1995). Es así que, el clima de opinión se convierte en un sector, un pedazo de la opinión pública, que es permisible de análisis al poder abarcar una concentrada parte del macro proceso de formación de la opinión pública. En otras palabras, ese cúmulo de ideas que las personas han llegado a identificar dentro de una porción de tiempo y espacio específicos permite a los individuos identificar las percepciones que lo rodean y realizar sus propias predicciones, decisiones.

El clima de opinión, al permitir percibir las diversas opiniones desarrolladas en el interior de la opinión pública, favorece la estabilización social y legitimación de un discurso. Este proceso lamentablemente se inclina hacia las opiniones que mayor peso posean, de manera general, las opiniones fuertes responden a los grupos de poder tradicionales, por lo que el clima de opinión también se convierte en el reflejo de esa integración social en la que la ciudadanía nuevamente se queda sin opciones ya que, al percibir la tendencia en cuanto a las fuerzas de opinión que lo rodean, debe responder a favor de esta predisposición en el caso de que su fin sea la aceptación social. Tras esta reflexión, en lo que respecta a la percepción del clima de opinión en redes sociales, y en específico en la red Facebook, se busca verificar si en realidad estos espacios virtuales se manejan como una extensión de la vida offline, y si de acuerdo a lo que detalla Castells (2001), la sociedad es la que modela Internet y no a la inversa.

## Metodología

La investigación plantea analizar los posibles componentes del clima de opinión que se propician en Facebook durante la campaña electoral para las elecciones presidenciales de Ecuador en 2017, esto con base en los comentarios, reacciones y componentes gráficos que surgieron dentro de los memes. Así, la investigación parte de la idea de que en la actualidad, el temor al rechazo que plantea Noelle-Neumann se traslada a una nueva esfera: las redes sociales, e introducidos en esta nueva plataforma se encuentra además una peculiar forma de expresión llamada memes.

La investigación se propone responder la siguiente interrogante: ¿De qué manera los memes de humor político forman parte del clima de opinión que existió en la red social Facebook durante la campaña electoral para los comicios presidenciales del 2017? A esta pregunta se suman tres más que acompañan de manera complementaria el proceso investigativo, y son: ¿Cómo los comentarios, los compartir y las reacciones que se producen a partir del meme, se integran dentro de la percepción del clima de opinión en la red social Facebook?, ¿la

teoría de la Espiral del Silencio también se refleja en la red social Facebook? y, ¿cómo puede un meme formar parte del clima de opinión que se genera en Facebook?.

Dentro de la investigación, se pretende además conocer si, como creen las miradas optimistas, en los espacios de redes sociales es posible generar canales de comunicación entre la ciudadanía y los políticos, lo que resultaría en la concepción de Facebook como una "fuerza democrática" (Ainsworth, Hardy, & Harley, 2005, pág. 121) o, si más bien los resultados reflejan que Internet, al ser un medio más de comunicación, también se convierte en un canal en el que se manifiestan los intereses manipuladores de los poderes tradicionales, político y económico (Winner, 2003).

Por otra parte, es necesario señalar la importancia de introducir este tipo de investigaciones debido a que tradicionalmente, una de las críticas que se realiza a los trabajos investigativos realizados en América Latina ha sido no tomar en cuenta factores como la brecha digital al momento de realizar sus estudios (Arcila & Calderín, 2015). Sobre esto, de acuerdo a los datos obtenidos en el informe Tecnologías de la información y comunicaciones ENEMDU-TIC 2017, en Ecuador existe una evidente brecha digital en lo que se refiere al acceso a Internet. Así, para ese año el área urbana alcanza un 46,1% de acceso, mientras que en las áreas rurales la inserción de esta herramienta alcanza a penas el 16,6% ([INEC], 2017). Existe la posibilidad de que la brecha se haya reducido, debido a programas de gobierno como los Infocentros o, principalmente, a la necesidad actual que poseen los ciudadanos en cuanto a acceso a la información, pero no se poseen datos actualizados.

Por otra parte, en cuanto a la metodología, el Análisis de Discurso que se aplica en esta investigación se basa principalmente en el desarrollo teórico de Teun Van Dijk. Su teoría permite analizar las relaciones existentes entre la política, la ideología y el discurso formuladas a partir de una teoría, como él señala, socio-cognoscitiva multidisciplinaria. Para el autor, existen modelos mentales que controlan el contenido de un discurso, asimismo pueden controlar las interacciones y otras prácticas sociales. Es así que, de la mano de esta metodología se busca examinar los memes de humor político con el fin de verificar el desarrollo de un clima de opinión alrededor del discurso ideológico proporcionado por los memes, para ello se selecciona a la página con mayor número de seguidores que emite este tipo de imágenes, y es Crudo Ecuador con más de 700 mil seguidores.

La metodología de investigación parte con la creación de una matriz en la que converjan cada una de las categorías de análisis de la situación política de un meme de acuerdo al Análisis de Discurso de Van Dijk, a continuación, se incorporan características de su Análisis Crítico de Discurso con el fin de integrar el estudio del poder y sus relaciones dentro del desarrollo de un discurso. Para la investigación es además necesario incluir el cuadro ideológico desarrollado por este mismo autor, para conocer la polarización del discurso, en este caso, del meme. Posteriormente se integra la categoría Tipos de Humor, en la que se utiliza los aportes de Berger (1997), Várnagy (2016) y Theofylakti (2016). A estos se suma una categoría más en la que convergen cuatro autores: Freud (1905), Schutz (1977), Várnagy (2016) y Theofylakti (2016), para quienes el humor es un sentimiento de alivio; es preciso señalar que esta variable se replica dentro del análisis de los comentarios. Posteriormente se añade la variable Temática, basada en las ideas de Luhmann (2000) y su comprensión acerca de la influencia que genera la presencia de los medios, en este caso, se analiza el tema planteado por los medios y su relación con la composición del meme.

En este punto, se vincula Noelle-Neumann dentro de tres variables de análisis. La primera para analizar al meme dentro del Clima de Opinión con el fin de conocer a qué responde la generación de ese meme y, las dos siguientes inmersas en una subcategoría que se enfoca en el análisis de los comentarios dentro del meme: Cambios - Presión social en el clima de opinión y Expresión pública y debate. La primera busca conocer si existe alguna presión de manera implícita, o no; y la segunda categoría permite analizar el fenómeno de la Espiral



del Silencio y el desarrollo de un clima de opinión.

Posteriormente se añaden variables como Institucionalidad-Poder, que se basa en las ideas de Watts (2006) para conocer la visibilidad y fortalecimiento de una idea por la posición de influir. La variable Selección-Selectividad/descarte de la información percibida, se basa en dos autores, Castells (2012) que manifiesta que los individuos seleccionan para generar un texto propio, y en Stuart Hall (1980) para comprender que cada individuo decodifica de acuerdo a sus intereses. También se incorpora la variable Generación con el fin de analizar si existe alguna diferencia en el uso de acuerdo a la edad, se retoma además dentro del análisis de los comentarios una variable de Van Dijk: Estructuras Ideológicas Subyacentes.

Finalmente, la variable Reciprocidad Intención-Recepción para analizar los comentarios, se basa en los postulados de Theofylakti (2016), en los que se detalla la existencia de una relación entre la función transgresora del humor y la capacidad de recepción que poseen los usuarios para poner una idea en entredicho.

## Resultados

### Situación Política

Dentro de esta categoría se analiza al actor político y su gestualidad. Así, dentro de esta variable se encuentra que los memes de humor político desarrollados por Crudo Ecuador durante el periodo investigado, critican principalmente a los miembros de Alianza País (AP), es así que como protagonistas se encuentran: Lenín Moreno, Jorge Glas, Rafael Correa, Anne Malherbe Gosseline -esposa de Correa- y José Serrano. Todos ellos, caracterizados como actores que se encuentran a favor de Rafael Correa, cabe señalar que este último en mención ha sido el que mayor número de veces ha protagonizado las imágenes meme, siempre con un doble propósito, generar humor y crítica.

Esta postura ha llevado a la página a recibir varias críticas, pues sus seguidores, según los comentarios, detallan que esta página aseveraba ser imparcial y ahora ha tomado la postura de atacar a través de memes solamente al gobierno de Correa. Así, dentro del análisis de la página, es a primera vista perceptible el interés de Crudo Ecuador en criticar a la bancada del Movimiento AP a través del poder discursivo que ha obtenido por medio de su página de Facebook. Frente a esto, Crudo Ecuador nunca acepta estas aseveraciones realizadas por sus usuarios, a esto se suma que también existen comentarios que defienden la postura de la página y afirman que el administrador de Crudo Ecuador es libre de emitir su criterio dado que no tiene obligación de mantener la imparcialidad al realizar una crítica humorística de la política ecuatoriana, esto último se ha evidenciado dentro de los comentarios realizados en distintos memes.

Comentarios que critican a Crudo Ecuador:

D.F. "¡Oye! ¿Qué vas a hacer ahora que tu patrón -Guillermo Lasso- no puede dar explicaciones de lo que le acontece? Saca pues algún meme de aquello, ¿O es que para eso no tienes creatividad?"

Comentarios que apoyan a Crudo Ecuador:

C.E. "Y que tiene de malo que tenga una página total es el tiempo del man y si no mal recuerdo todavía tenemos "derecho a la libre expresión""

Respuesta de Crudo Ecuador:

Q. M. "Crudo Ecuador x gusto te amargas si sabes q va a ganar la verde 35"

Crudo Ecuador: "yo veo que el que está amargado es otro"

A través de estos comentarios se refleja que el clima de opinión dentro de la red social sí se alimenta de los comentarios y los memes. Pues dentro de ellos ya se encuentra un foco de crítica, es decir, se puede apreciar que las tendencias (corrientes de opinión) de aquellos que están a favor o en contra ya se centran en unos protagonistas específicos. En otras palabras, los criterios de opinión bajo los que se desarrolla el debate ya se encuentran delimitados por el protagonista al que se ataca o defiende, y todo esto no como producto de un intercambio de criterios cara a cara, sino que a través de la virtualidad los usuarios deciden vincularse al debate y formar parte de este clima de opinión.

## Clima de opinión

Se percibe que cada uno de los memes ha tenido una buena recepción en el clima de opinión de redes sociales, pues el número de veces en el que una imagen meme de Crudo Ecuador ha sido compartida supera al número de veces en que imágenes similares -de otras páginas de humor político- han sido compartidas. Bajo esta idea, la gran acogida que poseen los memes permite deducir que el humor es un camino que invita a la crítica política de una manera más sencilla, pues una imagen con frases cortas es más fácil de comprender y poner en circulación.

**Figura 1. Meme 10 años antes - 10 años después**



Fuente: Publicaciones del muro de Crudo Ecuador, 15-02-2017.

Un ejemplo de ello se refleja al comparar el meme 10 años antes – 10 años después (fig. 1), con una publicación de la página que obtiene el segundo lugar dentro del listado comparativo de número de seguidores de las páginas de humor político, El Mercico. Para la misma fecha, esta página publica una fotografía que muestra multitud de personas durante el cierre de campaña de Lenín Moreno. Esta publicación ha sido compartida 112 veces, mientras que la imagen meme de Crudo Ecuador se comparte 24 mil veces. Esta gran acogida, que convierte a Crudo Ecuador en un actor representativo, provoca que los memes se integren a la opinión pública de Facebook gracias a su difusión, es decir, esa mayor visibilidad les brinda a los memes mayores posibilidades de formar parte de la opinión pública. Por otra parte, el meme también se integra a la opinión pública como fruto del debate entre usuarios ya que el proceso de viralización, reflejado en el alto número de veces en que una imagen meme ha sido compartida, manifiesta que los usuarios son los que colocan a la información del meme dentro de la opinión pública.

A esta característica en la que prima la viralización para la composición de un clima de opinión, se suma el análisis que resulta de los aportes de Noelle-Neumann. Desde su teoría, se refleja que los comentarios sí responden a su concepto de opinión pública pues los comentarios emitidos se realizan en público y sin temor al rechazo. Si bien en muchos de los casos se incluyen palabras agresivas, este componente enfatiza la idea de que los usuarios emiten sus criterios sin temor a la exclusión. Es así que, al realizar un enfoque sobre la manera en que los usuarios perciben el clima de opinión de acuerdo a Noelle-Neumann, el meme es una parte fundamental de este ya que los usuarios inician su proceso de diálogo a través de la información que este les brinda, pero adicionalmente se suman características de ese entorno fuera del meme en el que los medios también poseen influencia, por ello que existan comentarios que aborden el tema del desempleo (ejemplo del usuario D.G. líneas abajo), pese a que eso no lo ha sugerido el meme. Asimismo, el clima de opinión que poseen los individuos les permite alejarse de estas dos influencias y centrarse en sus conocimientos propios, pues algunos de los usuarios deciden generar debate acerca de algún tema que conocen, por ejemplo, el usuario que debaten sobre la extracción petrolera (fig. 2). Entonces, se visibiliza que estos tres posibles escenarios de influencia coexisten en el clima de opinión que se genera en la red social.

Ejemplo de un comentario que responde a la temática planteada por los medios:

D.G. "No generaron trabajo en 10 años y lo van a hacer ahora. El nivel de desempleo subió y los inversionistas que podrían haber generado más plazas de empleo se fueron o ni siquiera llegaron gracias a las tontas leyes que pusieron"

Ejemplo de cómo dentro del meme se expone un comentario que responde a los conocimientos individuales que posee el usuario.

R.V. (Realiza un comentario con una imagen)

*Figura 2. Comentario gráfico de la usuaria R.V.*



Fuente: Comentarios en la página del perfil de Crudo Ecuador, 15-02-2017.

Para ampliar esta explicación, se puede verificar que los medios de comunicación se vuelven una parte integral del clima de opinión que surge dentro de la red social Facebook, evidenciándose al momento en que Crudo Ecuador toma imágenes e información que han sido publicadas por los medios de comunicación privados para la realización de sus memes, un ejemplo de ello es:

*Figura 3. Meme Científicos de Yachay*



Fuente: Publicaciones del muro de Crudo Ecuador, 13-01-2017.

La entrevista en Contacto Directo, del canal Ecuavisa, realizada a Lenín Moreno el 12 de enero de 2017 es utilizada para crear el meme Científicos de Yachay (fig. 3). Con este ejemplo, es posible dar cuenta de que la presencia mediática interviene dentro de lo que es la composición del humor crítico de Crudo Ecuador, integrándose de esta manera en el clima de opinión que se desarrolla dentro de la red social a través de los memes, a esto se suma que la presencia de los medios también es perceptible dentro de la composición de los comentarios que realizan los usuarios. Es además necesario detallar que, dentro de esta integración entre medios y humor crítico, no se encuentra un contraste, es decir, dentro del página Crudo Ecuador existe un mensaje único en el que se promueve la crítica y el ataque al partido oficialista, AP. El clima de opinión en la red, entonces, se encuentra bombardeado por una unidireccionalidad que encamina a los usuarios que visitan esta página a inclinarse hacia una visión crítica contra Correa.

## Espiral del Silencio

Uno de los hallazgos más importantes es que no se encuentran usuarios que hayan modificado su opinión por la presión de los comentarios de otros usuarios, o al menos no lo han hecho público dentro de la red social en análisis. Es decir, no se comprueba la teoría de la Espiral del Silencio de Noelle Neumann, pero esta teoría permite tener un acercamiento hacia la comprensión de los motivos que poseen los usuarios para no rendirse ante la presión de sus atacantes. Así, en esta plataforma social los comentarios y argumentos se mantienen hasta cierto momento en el que -se presume- el usuario decide omitir las agresiones escritas, que en la mayoría de los casos contienen adjetivos groseros e insultos, y por ello no realizan otro comentario que continúe la discusión, probablemente para evitar continuar recibiendo ataques o controversias. Entonces, se sospecha que el usuario evita seguir comentando con el fin de frenar los insultos, ataques, o confrontaciones que recibe -lo cual puede ser una señal de su temor al rechazo o más bien, de evitar el rechazo-, o también existe la posibilidad de que comente solamente cuando se sienta respaldado, lo cual desencadena en el surgimiento de corrientes de opinión.

Un ejemplo de este fenómeno se desarrolla en los comentarios al interior del meme Que nos roben todo... menos la esperanza.

E. F. "Pues sí, nos robaron todo, a algunos hasta la esperanza."

J. R. L. M. "<https://www.facebook.com/.../a.10406.../1209386329140639/...>"

E. F. "J. R. L. M., eso excusa el robo de este gobierno? No vengas a querer tapar el sol con un dedo, es más, \*\*\*"

E. F. "Crudo Ecuador hágase ver"

O. M. L. "Pero al menos critica a los más corruptos. Claro está que las ratas más pequeñas se merecen su pedrazo de vez en cuando. A decir verdad, el canguil fue presionado por las ratas mayores del concejo municipal esos que juraron ser borregos para siempre. La culpa del canguil es ser corrupto, cobarde, y aliado de los APestosos a corrupción."

E. F. "Puede que sea otro ladrón, pero los correístas tratan de tapar su corrupción echándole la culpa a otros, la cosa es que en ningún caso ellos (Correa y pandilla) son los corruptos"

E. F. "Y la gente \*\*\* tiene esa mentalidad "como siempre nos han robado..." Gente \*\*\*"

J. R. L. M. "E. F. matracaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaa!!!!!!!"

E. F. "Como decía, gente \*\*\*"

J. R. L. M. "E. F. Crudo Ecuador es un cobarde, otro vendido de la oligarquía !! jamás dará la cara !!!!!!"

E. F. "cuéntame más... tenemos carreteras... el pasado no volverá, el primo se fue solo a una boda... sigue sigue"

E. F. "Si no le gusta Crudo Ecuador, vaya a esas fan page que le pasan \*\*\* al que sabemos, vaya y gane sus sánduches por allá, acá solo obtendrá insultos por animal"

O. M. L. "Parece que a los borregos les pagan por cada insulto. Un borrego anda diciendo que el Crudo está vendido a la oligarquía... la pregunta es: ¿la nueva o la vieja oligarquía? Que especifique porque la nueva oligarquía de los APestosos a corrupción tiene en sus filas oligarcas de la vieja partidocracia, lo ha confirmado el propio Correa, al declararse políticamente culpable, y a los social cristianos financieramente autores. Es decir, mientras los social cristianos roban, los APestosos les cubren la retirada política y jurídicamente hablando"

F. "Es que solo repiten lo que el dueño del circo dice, no tienen mente propia, no se dan cuenta de la realidad"

En este intercambio escrito se puede evidenciar que el usuario J. R. L. M. responde y mantiene su postura, hasta cierto momento en el que tras recibir comentarios contrarios a sus ideas y que buscan atacarlo, el usuario decide no volver a dar respuesta, y de esta manera evitar el conflicto y los ataques que recibe.

Es necesario retomar un tema que se expuso con anterioridad, las corrientes de opinión. Dentro de los comentarios estas surgen claramente definidas. Así, en el desarrollo de un debate surge una cadena de comentarios que aplauden el accionar de Crudo Ecuador y sus críticas, posteriormente aparece una cadena de comentarios que refutan este accionar. Este ciclo se repite alrededor de cada meme analizado pues dentro del clima de

opinión que ha generado la imagen de humor político se desarrollan de manera interna estas corrientes de opinión que demuestran no solo el fuerte interés político que surge en este espacio específico, sino que además refleja que ambos, los partidarios de Correa y los opositores apoyan secuencialmente a quienes tienen una opinión similar, dando a conocer que existen tendencias claramente formadas.

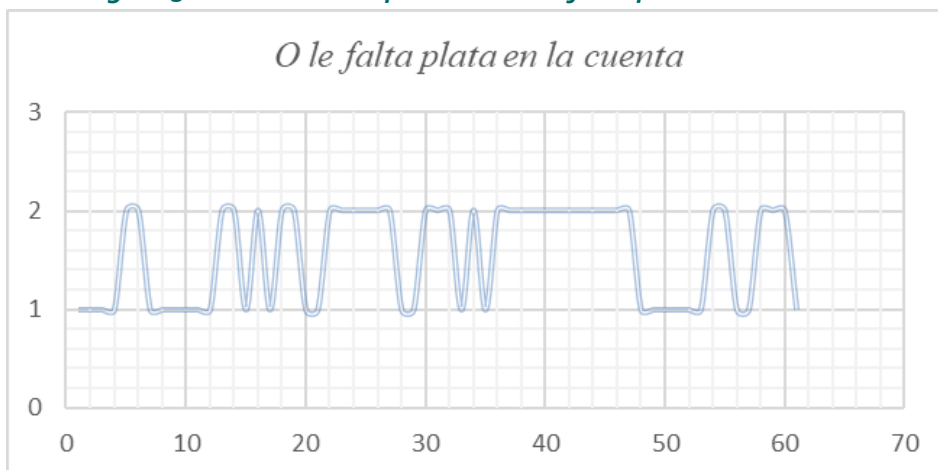
**Figura 4. O le falta plata en la cuenta**



Fuente: Publicaciones del muro de Crudo Ecuador, 13-03-2017.

Un ejemplo de esta sucesión de corrientes de opinión se analiza dentro del meme O le falta plata en la cuenta (fig. 4). Para ello se categoriza con el valor 1 a los comentarios que se muestran de acuerdo con el mensaje de Crudo Ecuador, o que demuestran ser de usuarios opositores al régimen de Correa; mientras que el valor 2 se otorga a los comentarios que evidencian un favoritismo hacia Correa y Glas, o que critican las ideas de Crudo Ecuador. Así, la siguiente gráfica muestra cómo los comentarios fluctúan entre opositores y partidarios, demostrando la generación de corrientes estables en cuatro momentos.

**Figura 5. Corrientes de opinión en "O le falta plata en la cuenta"**



Fuente: Elaboración propia, 2019.

Así, en la figura 5 se reflejan en línea recta los momentos en los que una corriente de opinión se mantiene, es decir, partidarios de una misma idea comentan de manera seguida para afianzar esa postura o incluyen argumentos que ratifican una idea. Como consecuencia, se refleja que en tres momentos se mantiene la corriente de opinión que es opositora a Correa o que manifiesta su aprobación a Crudo Ecuador (valor 1). Pero, la tendencia que apoya a Correa, o que se encuentra en contra de Crudo (valor 2) se proyecta con un mayor número de comentarios que sostienen el mismo pensamiento, por ello que su línea sea más larga, reflejando una ma-

yor estabilidad en esta corriente de opinión generada dentro de la secuencia de comentarios de la imagen-meme.

## Conclusiones

Bajo la confirmación de que son los usuarios los que le otorgan los usos a Facebook, y no al contrario, se concluye que el nacimiento de los memes surge bajo la búsqueda por satisfacer las necesidades de una parte de la sociedad que requiere información dinámica, inmediata, participativa, entretenida y de fácil acceso. Es así que, tras considerar que han sido los individuos, usuarios, quienes crean los nuevos paradigmas de uso y cambio de Internet, se obtiene la lectura de que gracias a esta concepción es que nacen nuevas modalidades de humor político. Suscitadas a partir de una necesidad de información crítica más inmediata que los ahora en un uso decreciente medios impresos, y que además permitieran expresar e interactuar con esa información para poder también satisfacer la necesidad de participación y crítica, sin olvidar la necesidad de desahogo.

Por otra parte, Facebook sí se convierte en una herramienta que facilita la participación democrática, pero de manera parcial. Pues a pesar de que permite que cualquier individuo pueda participar sin restricción alguna y de manera libre, es necesario tomar en cuenta que se encuentran excluidos aquellos sectores sociales empobrecidos, que debido a la escasez de recursos financieros no puede acceder a este tipo de participación. Es importante en este punto recordar que de acuerdo con el informe Tecnologías de la Información y Comunicación - ENEMDU 2017 el índice de inserción de Internet a nivel nacional es de apenas el 37,2%, cifra que demuestran el escaso acceso tecnológico. Si bien es cierto, el gobierno ha realizado fuertes esfuerzos para ampliar el uso de herramientas tecnológicas y, gracias a los Infocentros algunas de las parroquias lejanas pueden tener un acercamiento a los medios digitales, pero esta labor no garantiza que los ciudadanos puedan acceder o si quiera conocer Facebook, o sus múltiples usos. Entonces, Internet cumple también con la visión pesimista pues en Ecuador aún se desarrolla una segregación poblacional que no permite un acceso verdaderamente democrático que involucre a todos.

En lo que se refiere al uso individualizado, sí existe una influencia tanto mediática como de las propias corrientes de opinión. Así, los comentarios evidencian que los medios de comunicación se vuelven partícipes en la formación de un clima de opinión, pues se convierten incluso en los argumentos de verdad de una opinión. Los múltiples usuarios, mientras generan una corriente de opinión con sus criterios, también influyen en el uso de los otros usuarios, es decir, dentro de los comentarios se suscita una cadena en la que dependerá de los comentarios antecesores lo que resulte en los posteriores, generando una influencia que modifica los usos individuales de cada usuario. A esto se suma que los altos niveles de participación reflejados en el interior de la sección comentarios evidencian que los usuarios responden ante una práctica socio-cultural entablada en el interior de redes sociales en la que el humor permite otorgar mayor visibilidad a una idea. Esto va de la mano con que la imagen de humor político tipo meme posibilita fomentar el pensamiento crítico dentro de los usuarios, pues la imagen dentro del formato de humor se vuelve más llamativa, por lo que la idea de crítica o inconformidad que emita el meme permitirá a su vez una mayor participación.

En respuesta a la pregunta que origina la investigación, los memes de humor político forman parte del clima de opinión que existió en la red social Facebook durante la campaña electoral para los comicios presidenciales del 2017, a través de la viralización, proceso que resulta de la amplia acogida que obtienen en redes. Este "estar de acuerdo con el mensaje" deriva a su vez en la acción de compartir y comentar, estas dos acciones generadas por cada usuario permiten otorgar mayor visibilidad a la publicación, y gracias a esta gran difusión es




que la imagen-meme puede incorporarse dentro del clima de opinión, pues cada comentario y compartir resulta en una consecuente cadena de comentarios y comparticiones posteriores que son producidas por el círculo social que cada usuario de Facebook posee.

En cuanto a las interrogantes específicas, la primera propone conocer cómo los comentarios, los compartir y las reacciones que se producen a partir del meme, se integran en la percepción del clima de opinión. Entonces, de acuerdo con la información obtenida, la respuesta es sí, las reacciones, comentarios y compartir sí facilitan la integración de la idea del meme en el clima de opinión, pues estas acciones son las que visibilizan o no un tema través de la viralización, a esto se suma que las tres opciones reflejan la opinión ciudadana dentro del clima de opinión de Facebook. En cuanto al cómo, se halla que mientras las reacciones permiten tener un reflejo sencillo y práctico del criterio del usuario, los comentarios son los que permiten generar el debate y la controversia, además de posibilitar la criticidad. Por otra parte, es la acción de compartir la que multiplica la difusión del mensaje y promueve la viralización gracias a la circulación del mensaje del meme a través del muro de cada usuario.

La segunda pregunta específica busca confirmar si la teoría de la Espiral del Silencio se refleja en la red social. Ante esta cuestión, se obtiene dentro de los resultados que si bien la teoría no se comprueba pues dentro del desarrollo investigativo no se encuentra que alguien modifique su opinión debido a la presión, la teoría sí permite entender lo que es la presencia de los núcleos duros, y las acciones que toma un usuario para no otorgar respuestas en medio de un ataque. Así, se concluye que aquellos usuarios no responden debido a que prefieren evitar o continuar el conflicto. En este punto surge una variante en cuanto a lo que detalla Noelle-Neumann, pues la autora señala que las expresiones de opinión son ahogadas debido al temor al rechazo o la falta de confianza y dentro de la investigación se encuentra que en el espacio virtual esto responde a la búsqueda por evitar el conflicto.

La tercera pregunta, sobre cómo puede influir un meme en el clima de opinión en Facebook, la investigación permite comprender que el meme, utilizando el camino del humor para promover su viralización, se convierte en un componente visual con carga ideológica que se adhiere a la opinión individual gracias a su fácil receptividad y acogida, lo que conlleva a que el mensaje pueda incluirse fácilmente como una idea con tintes de crítica política, sin por ello vincularse a una opinión política seria que pudiera desatar mayores controversias con el círculo social de un usuario. Entonces, el meme influye como una fuente más de información, pero de fácil recepción, comprensión y circulación, que los usuarios utilizan para formar su opinión y divulgarla de una manera atenuada.

Para finalizar, si bien de esta investigación surgen más interrogantes como el conocer de qué manera este clima de opinión virtual se refleja o se relaciona con el clima offline, o cómo los medios de comunicación enmarcan sus contenidos durante un proceso electoral, y las posibles variantes entre la metodología de análisis tradicional contrastada en el ambiente virtual, la verdad es que todas las investigaciones deben proponerse relacionar el contexto determinado con el objeto de estudio ya que las actuales dinámicas con certeza se modificarán en las escenas futuras. Lo interesante será conocer qué tanto estas difieren de las futuras culturas virtuales ya que será un reflejo de las modificaciones sociales y la transformación de necesidades. A esto se suma que es prioritario analizar las diferencias establecidas entre la actual acogida de Facebook, tomando en cuenta el nivel de inserción tecnológica, y las de la generación millennial y Z (1994-2010) que, en algunos años, serán las que produzcan nuevos mecanismos de interacción y propuestas de investigación. 

## Referencias

- Ainsworth, S., Hardy, C., & Harley, B. (2005). "Online consultation". *Revista Management Communication Quarterly*, 9(1): 120-145.
- Álvaro, M., & Rubio, R. (2017). *Las TIC en la participación política de los jóvenes*. Madrid: Instituto de la Juventud. Disponible en Web: <http://www.injuve.es/observatorio/infotecnologia/las-tic-en-la-participacion-politica-de-los-jovenes>
- Arcila, C., & Calderín, M. (2015). *Comunicación digital, redes y procesos. Balance de la investigación en América Latina*. En C. Bolaño (coordinado por), D. Crovi Druetta, & G. Cimadevilla (Edits.), *La contribución de América Latina al campo de la comunicación. Historia, enfoques teóricos, epistemológicos y tendencias de la investigación* (págs. 361-375). Buenos Aires: Prometeo Libros.
- Berger, P. (1997). *Risa redentora: La dimensión cómica de la experiencia humana*. Barcelona: La Campana.
- Blackmore, S. (2000). *La máquina de los memes*. Barcelona: Paidós.
- Castells, M. (2001). "Internet y la sociedad red". *Revista La Factoría*. Disponible en Web: <https://revistalafactoria.org/articulos/2018/6/4/internet-y-la-sociedad-red>
- Castells, M. (2012). "El poder en la era de las redes sociales". *Revista Nexos*. Disponible en Web: <https://www.nexos.com.mx/?p=14970>
- Chamorro, J. A. (2014). *Viralización de contenidos y memes en Internet*. Santiago de Chile: Universidad de Chile.
- Contreras, F. (2013). *La colaboración en la esfera pública digital*. En F. Sierra, *Ciudadanía, Tecnología y Cultura: Nodos conceptuales para pensar la nueva mediación digital* (págs. 119-149). Barcelona: Gedisa.
- Danung, J., & Holloway A., L. (2008). "All your media are belong to us: an analysis of the cultural connotations of the internet meme". *Revista Literature, Culture and Digital Media* (17). Disponible en Web: [www.bth.danung.com/danung\\_rschedoc](http://www.bth.danung.com/danung_rschedoc)
- Dawkins, R. (1976). *The Selfish Gene*. Nueva York: Oxford University Press.
- Dittus, R. (2005). "La opinión pública y los imaginarios sociales: hacia una redefinición de la espiral del silencio". *Revista Athenea Digital*(7), 61-76.
- Freud, S. (1905). *El chiste y su relación con lo inconsciente*. En *Obras completas Sigmund Freud. Vol 8 (J. Strachey, Trad.)*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Hall, S. (1980). *Codificar/decodificar*. En R. & Birmingham, *Culture, Media, Language. Working Papers in Cultural*. Londres: Unwin Hyman Ltd.
- Howe, N., & Strauss, W. (2000). *Millennials Rising: the next great generation*. New York: Vintage Books.
- INEC, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2017). *Tecnologías de la información y comunicaciones ENEMDU-TIC 2017*. Disponible en web: [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/2017/Tics%202017\\_270718.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2017/Tics%202017_270718.pdf)

- Lankshear, C., & Knobel, M. (2008). *Nuevos alfabetismos. Su práctica cotidiana y el aprendizaje en el aula*. Madrid: Morata.
- Lankshear, C., Knobel, M., Bigum, C., & Peters, M. (2007). Online memes, affinities, and cultural production. En M. Knobel, C. Lankshear, C. Bigum, & M. Peters (Edits.), *A new literacies sampler* (págs. 199-277). Nueva York: Peter Lang.
- Luhmann, N. (2000). *La realidad de los medios de masas*. Barcelona: Universidad Iberoamericana.
- Moreno Gálvez, J. (2017). *La emergencia de la ciudadanía digital en el espacio público*. Quito.
- Noelle-Neumann, E. (1995). *La espiral del silencio: opinión pública nuestra piel social*. Buenos Aires: Paidós.
- Orihuela, J. (octubre de 2008). "Internet: la hora de las redes sociales". *Revista Nueva revista*(119), 57-62. Disponible en Web: <https://www.nuevarevista.net/destacados/internet-la-hora-de-las-redes-sociales/>
- Pérez, G., Aguilar, A., & Guillermo, M. (2014). "El meme en internet. Usos sociales, reinterpretación y significados, a partir de Harlem Shake". *Revista Argumentos*, 79-100.
- Ruch, W. (1998). Introduction. En V. Raskin (ed), & W. Ruch (ed), *The sense of humor. Explorations of a personality characteristic* (págs. 3-14). Berlín: Mouton de Gruyter.
- Schutz, C. (1977). *Political humor. From Aristophanes to Sam Ervin*. New Jersey: Associated University Presses.
- Speier, H. (1998). Wit and politics: an essay on power and laughter. *The American Journal of Sociology*, 103(5), 1352-1401.
- Taylor, M. L. (2005). "Generation NeXt: today's postmodern student-meeting, teaching, and serving". A Collection of Papers on Self-Study and Institutional Improvement. Disponible en Web: [https://taylorprograms.com/wp-content/uploads/2018/11/Gen\\_NeXt\\_article\\_HLC\\_05.pdf](https://taylorprograms.com/wp-content/uploads/2018/11/Gen_NeXt_article_HLC_05.pdf)
- Theofylakti, Z. (2016). Tesis doctoral *Humor y discurso político: El humor como recurso de opinión y crítica en la prensa contemporánea griega y española*. Universitat Pompeu Fabra. Departament de Comunicació.
- Várnagy, T. (2016). "Proletarios de todos los países... ¡Perdonados!". Buenos Aires: Eudeba.
- Watts, D. (2006). *Seis grados de separación. La ciencia de las redes en la era del acceso*. Barcelona: Paidós.
- Winner, L. (2003). "Internet y los sueños de una renovación democrática". *Revista Isegoría*, 28, 55-71. Disponible en Web: <http://isegoria.revistas.csic.es/index.php/isegoria/article/view/506/506>

## Sobre la autora/ About the author

María Eugenia Céspedes. Docente tutora de la carrera de Comunicación Social, modalidad En Línea, de la Universidad Central del Ecuador (UCE). Comunicadora Social con énfasis en Comunicación Organización, maestrando en Comunicación y Opinión Pública en la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO - Ecuador).

## URL estable documento/stable URL

<http://www.gigapp.org>

El Grupo de Investigación en Gobierno, Administración y Políticas Públicas (GIGAPP) es una iniciativa impulsada por académicos, investigadores y profesores Iberoamericanos, cuyo principal propósito es contribuir al debate y la generación de nuevos conceptos, enfoques y marcos de análisis en las áreas de gobierno, gestión y políticas públicas, fomentando la creación de espacio de intercambio y colaboración permanente, y facilitando la construcción de redes y proyectos conjuntos sobre la base de actividades de docencia, investigación, asistencia técnica y extensión.

Las áreas de trabajo que constituyen los ejes principales del GIGAPP son:

1. Gobierno, instituciones y comportamiento político
2. Administración Pública
3. Políticas Públicas

### Información de Contacto

Asociación GIGAPP.

[ewp@gigapp.org](mailto:ewp@gigapp.org)

- |  |   |  |   |
|--|---|--|---|
| <b>Herrera, Jackeline</b>                                      | Cuestiones políticas y relacionales en la nueva esfera pública virtual: cibernilitancia y ciberdemocracia en Ecuador (2020-166 págs. 492-516)                                       | <b>Meruvia, Gonzalo; Ramírez, Alejandro</b>                              | Encuadres noticiosos del proceso electoral boliviano. Un análisis sobre los candidatos presidenciales (2020-174 págs. 642-666)                          |
| <b>Paredes, María Fernanda</b>                                 | ¿Qué esperan los millennials de los políticos en redes sociales y cómo llamar su atención? (2020-167 págs. 517-528)   | <b>Rentería, José Fernando</b>   | Redes sociales y las nuevas rutinas en la producción de contenidos informativos en el periodismo deportivo (2020-175 págs. 667-687)                     |
| <b>Navas, Albertina</b>  | Nayib Bukele, ¿el presidente más cool en Twitter o el nuevo populista-millennial? (2020-168 págs. 529-552)  | <b>Ortiz, Lizbeth; Cabrera, Sofía</b>                                    | Construcción simbólica de memes en Facebook: el caso de los equipos de fútbol serie A de la provincia del Guayas en 2017activo (2020-176 págs. 688-700) |
| <b>Brito, Adriana Sofía</b>                                    | Disputando la opinión pública digital: #ConMisHijosNoTeMetas y los colectivos LGBTI en Ecuador (2020-169 págs. 553-570)   | <b>Escobar, Paulina</b>  | La crónica en medios digitales a partir del relato experiencial: Una mirada a La Barra Espaciadora (2020-177 págs. 701-715)                             |
| <b>Elizalde, Rocío Margoth</b>                                 | Discutir la política en red social virtual durante las campañas: el rol de los perfiles de Twitter, la polarización de la opinión pública y contextos fake (2020-170 págs. 571-585) | <b>Ávalos, María Belén; Culqui, Ana Magali; Erazo, Miriam Elizabeth</b>  | Medios tradicionales vs medios digitales: impacto de la sociedad digital en los hábitos de consumo de jóvenes universitarios (2020-178 págs. 716-729)   |
| <b>Céspedes, Ma. Eugenia</b>                                   | Los memes de humor político en campaña electoral y su relación con el clima de opinión en Facebook (2020-171 págs. 586-605)   | <b>Vásquez, Werner</b>   | Impacto de la pobreza en el uso de las TIC en la población en edad escolar entre 5 y 14 años en el Ecuador (2020-179 págs. 730-743)                     |
| <b>Yépez-Reyes, Verónica Riera, Wilma; González, Alejandra</b> | Subjetividad política en Twitter: elecciones a la Alcaldía de Quito 2019 (2020-172 págs. 606-622)   | <b>Quinde Barcia, Belén; Mosquera, Marlene; Vázquez, Andrea</b>          | Brecha Digital en Adultos Mayores: Accesibilidad Tecnológica y Redes Sociales (2020-180 págs. 744-757)  |
| <b>Vásconez, Gabriel</b>                                       | Una carrera con ganador inesperado: espiral del silencio y la campaña a la alcaldía de Quito 2019 (2020-173 págs. 623-641)  | <b>Cóndor, Diego David; Vinuesa, M. Carolina; Ayuy, Josselyn Vanessa</b> | Brecha digital: conectividad y equipamiento en instituciones de educación fiscal en Ecuador (2020-181 págs. 758-770)                                    |
|  |   | <b>López-López, Paulo; Maneiro Crespo, Elba; Puentes-Rivera, Iván</b>    | Comunicación Política y agenda digital: debates on-line y off-line en las elecciones brasileñas del año 2018 (2020-182 págs. 771-785)                   |