

Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO Ecuador  
Departamento de Estudios Internacionales y Comunicación  
Convocatoria 2016 – 2018

Tesis para obtener el título de maestría de Investigación en Comunicación y Opinión Pública

Análisis del clima de opinión generado en Facebook, y su relación con los memes de humor político. Caso: Campaña electoral para los comicios presidenciales del 2017

María Eugenia Céspedes Hidalgo

Asesora: Palmira Chavero

Lectores: Werner Vásquez y Andrea González

Quito, enero de 2020

## **Dedicatoria**

A mis padres por su apoyo incondicional.  
Por su cariño y aliento, por sus sonrisas y amor, a mi esposo y mi adorado hijo.

## Tabla de contenidos

Resumen .....	VIII
Agradecimientos.....	IX
Introducción .....	10
<b>Capítulo 1</b> .....	<b>13</b>
Marco Teórico .....	13
1. Primer acercamiento a las redes sociales: Internet.....	13
1.1 Redes sociales, qué son y para qué (nos) sirven .....	16
1.2 Desplazamiento hacia los nuevos usos y consumos de información: Facebook ...	22
2. Humor, enfoque teórico hacia el humor político.....	26
2.1 El humor político como elemento trasgresor .....	31
2.2 El meme como nuevo formato de humor político en redes sociales.....	34
3. La espiral del silencio, una teoría de Noelle Neumann.....	40
3.1 La espiral del silencio en la virtualidad .....	43
3.2 Clima de opinión, qué es y cómo se percibe en las redes sociales .....	48
<b>Capítulo 2</b> .....	<b>53</b>
Contexto .....	53
1. Ecuador en el año 2017, panorama socio económico para entender el comportamiento en las redes.....	53
1.1 Ruta electoral, elecciones 2017.....	56
1.2 Sobre los usos de Internet y redes sociales en Ecuador .....	60
2. Objeto de Estudio .....	68
2.1 Objetivos de investigación.....	69
2.2 Preguntas de investigación.....	69
2.3 Hipótesis .....	70
3. Del por qué investigar una nueva modalidad de humor político.....	70
<b>Capítulo 3</b> .....	<b>74</b>

Metodología y Hallazgos .....	74
1. Corpus .....	86
2. Resultados .....	87
<b>Capítulo 4</b> .....	131
Conclusiones .....	131
Anexos.....	139
Anexo 1 – Matriz de Análisis .....	139
Anexo 2 – Material analizado: memes .....	148
Anexo 3 – Meme sobre la opinión ciudadana .....	154
<b>Lista de referencias</b> .....	155

## Ilustraciones

### Figuras

Figura 2.1. Evolución del Empleo Bruto en Ecuador 2007 - 2017 .....	53
Figura 2.2. Evolución Desempleo en Ecuador 2007 - 2017.....	54
Figura 2.3. Crecimiento PIB Ecuador 2007 - Proyección al 2017.....	55
Figura 2.4. Acceso a Internet en Ecuador - por área .....	61
Figura 2.5. Razones uso de Internet en Ecuador - Por área.....	62
Figura 2.6. Uso de Internet en Ecuador - por edades .....	63
Figura 2.7. Fuente de noticias políticas.....	64
Figura 2.8. Uso de redes sociales en Ecuador .....	65
Figura 2.9. Uso de redes sociales en Ecuador - porcentaje nacional.....	66
Figura 2.10. Uso de redes sociales en Ecuador .....	67
Figura 2.11. Frecuencia uso de Internet en Ecuador .....	68
Figura 2.12. Analfabetismo digital en Ecuador.....	72
Figura 3.13. Meme Que nos roben todo menos la esperanza.....	90
Figura 3.14. Meme Claro que regresarás, pero con la Interpol .....	91
Figura 3.15. Meme Científicos de Yachay.....	92
Figura 3.16. Meme Yo ni muerta votaría .....	94
Figura 3.17. Ahora revísale en los techos .....	99
Figura 3.18. O le falta plata en la cuenta.....	99
Figura 3.19. Meme Supongamos que somos más .....	100
Figura 3.20. Comentario gráfico del usuario M.D.V.E.....	103
Figura 3.21. Meme 10 años antes - 10 años después .....	104
Figura 3.22. Comentario gráfico de la usuaria R.V.....	105
Figura 3.23. Meme José Serrano denuncia inconsistencias .....	114
Figura 3.24. Meme Compra de palcos .....	114
Figura 3.25. Meme Gracias Cynthia .....	116
Figura 3.26. Meme Mientras tanto Lenín y Glas .....	117
Figura 3.27. Meme Charlas motivacionales.....	117
Figura 3.28. Meme Rafael Correa ayer – Rafael Correa hoy.....	117
Figura 3.29. Meme Elecciones con - sin fraude.....	117
Figura 3.30. Meme Supongamos que me vienen a lanzar lo que doné .....	118

Figura 3.31. Meme Primera dama.....	119
Figura 3.32. Meme Supongamos que aparece un majadero.....	119
Figura 3.33. Meme Resultados elecciones 2017 .....	119
Figura 3.34. Corrientes de opinión en “O le falta plata en la cuenta”.....	122
Figura 3.35. Corrientes de opinión en “Que nos roben todo... menos la esperanza” .....	123
Figura 3.36. Meme Cuando comenzó la campaña .....	128
Figura 3.37. Comentario de la usuaria D.B.....	128
Figura 3.38. Comentario de la usuaria K.G.....	129
Figura 3.39. Comentario del usuario C.D. ....	129

-----

## Tablas

Tabla 1.1. Factores que determinan el éxito de un meme .....	37
Tabla 1.2. Taxonomía de los memes según Da Cunha .....	38
Tabla 2.3. Proyecciones del Crecimiento Económico 2017 - Ecuador .....	55
Tabla 3.4. Listado de páginas de humor político .....	86
Tabla 3.5. Temática de los medios como componente de los memes.....	96
Tabla 3.6. Cuadrado ideológico, principales resultados.....	98
Tabla 3.7. Uso de la red social Facebook por edad.....	124

## **Declaración de cesión de derecho de publicación de la tesis**

Yo, María Eugenia Céspedes Hidalgo, autora de la tesis titulada “Análisis del clima de opinión generado en Facebook, y su relación con los memes de humor político. Caso: Campaña electoral para los comicios presidenciales del 2017”, declaro que la obra es de mi exclusiva autoría, y que la he elaborado para obtener el título de maestría de investigación en Comunicación y Opinión Pública concedido por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO Ecuador.

Cedo a la FLACSO Ecuador los derechos exclusivos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación de la misma, bajo la licencia Creative Commons 3.0 Ecuador (CC BY-NC-ND 3.0 EC), para que esta universidad la publique en su repositorio institucional, siempre y cuando el objetivo no sea obtener un beneficio económico.

Quito, enero 2020.



---

**María Eugenia Céspedes Hidalgo**

## **Resumen**

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. En ella confluyen la emisión de fuentes mediáticas, usuarios en los que se encarna una persona y, aquellas páginas que representan a organizaciones, nutriendo a la página de innumerables contenidos diarios que resultan en una diversidad de reacciones, tanto en los usuarios como en las páginas institucionales.

Es así que, de la mano de esta modalidad de acceso a la información los individuos han modificado los usos que le otorgan a la red social, por ello nace el interés por realizar la presente investigación, que parte de tres hipótesis. La primera señala que la percepción del clima de opinión que se produce en Facebook se refleja en la interacción y diálogo entre usuarios. La segunda detalla que la espiral del silencio también se refleja en este espacio virtual. Por último, se plantea la hipótesis de que el mensaje del meme no solo puede convertirse en una opinión dominante, sino que además es transformado en un argumento de los usuarios para defender una postura.

Entonces, a partir de 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?, se realiza la selección de veintidós imágenes de humor político a través de las cuales se plantea el objetivo de analizar la manera en que estos memes fueron un factor relevante en el desarrollo del clima de opinión. Para ello, la investigación se propone estudiar las imágenes/meme de la página Crudo Ecuador, página que cuenta con el mayor número de seguidores.

Tras la implementación de la metodología de análisis de discurso se comprueba finalmente que los memes de humor político de la página Crudo Ecuador sí forman parte del clima de opinión que surge en la red social Facebook, esto como consecuencia de la viralización. A esto se suma que, con base en la teoría de Noelle-Neumann, se llega a verificar 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.



## **Agradecimientos**

No puedo más que iniciar agradeciendo a todos aquellos maestros que ayudaron a fortalecer mis conocimientos y pensamiento crítico. A ustedes que se convirtieron en pilar fundamental de mi formación académica, personal y profesional, tanto en mi trayecto por la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central, como aquellos que me acompañaron en las aulas de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, en especial a Palmira Chavero por su invaluable apoyo y guía.

En segundo lugar, pero no menos importante, es preciso agradecer a mis padres por sus incontables esfuerzos en apoyar mis pasos; y a mi esposo y mi Mateo por siempre ser lo que sostiene mi vida. Gracias por su incondicionalidad y amor.

## **Introducción**

La presente investigación se refiere al tema del 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. Así, profundizar en el análisis sobre las actuales estructuras de interacción y las modalidades a través de las que los usuarios llegan a percibir un clima de opinión específico dentro de una herramienta de interacción virtual llama la atención debido a que las tradicionales estructuras de emisión de mensaje varían dentro de una red social, no solo debido al soporte tecnológico sino que además surge la interrogante de que si las actitudes de un individuo son distintas en la modalidad online.

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 los 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.

Así, en el capítulo 1 se desarrolla un recorrido acerca de las posturas teóricas que se han generado en torno a los usos de la tecnología y las redes sociales, el humor, el humor político, y el pensamiento de Noelle-Neumann. De esta manera, se inicia detallando las tres posturas principales a través de las que se estudia a la tecnología: la visión utópica, la realista o pesimista y la utilitaria; la investigación se enmarca dentro de una perspectiva utilitaria, pues concibe que todo depende del uso que se le otorgue a Internet, a esto se suma que dentro de esta concepción a Internet se lo considera como un medio más para generar participación e interacción promoviendo la garantía de acceso al espacio cibernético. Existen además dos visiones sobre las que se fundamenta el trabajo, la primera es la concepción de Castells

(2001a) en la que se comprende que es el comportamiento de las personas el que determina y modifica a Internet, y no viceversa; en cuanto a la segunda, se refiere al concepto propuesto por Orihuela (2008), pero tomando en cuenta la necesidad de vincular el estudio del contexto a cualquier análisis que se realice. Así, las redes sociales se convierten en espacios virtuales que, en respuesta al entorno en el que se desenvuelve el individuo, permiten la construcción de la identidad individual de los usuarios. Posteriormente se focaliza la investigación teórica en los debates acerca de la red social Facebook, tomando como exponentes principales a las autoras López y Ciuffoli (2012), quienes analizan las prácticas desarrolladas dentro de esta red social.

Como siguiente macro concepto de análisis, se propone exponer las principales visiones desde las que se plantea analizar el humor. Es así que, de la mano del autor Berger (1997) se clasifica al humor en tres categorías: como divertimento, como producto del ingenio y, con propósito agresivo. A esta división se suma la propuesta por Várnagy (2016) y Theofylakti (2016) pues sobre una de ellas, la teoría de la descarga, se basa el concepto del humor político. Así, vinculando los conceptos de Hodgart (1969), Schutz (1977) y Gullino (2017) se define al humor político como una respuesta liberadora de tensión que surge ante el malestar social y político. Posteriormente, centrando el estudio, se propone analizar todas las implicaciones teóricas que se han desarrollado sobre la categoría meme, imagen que se define como patrones o ideas replicados (Danung y Holloway A. 2008) a través de la interrelación de “información cultural” transmitida por medio de la selección, la infección y la replicación (Lankshear y Knobel 2008, 212) que permiten moldear directamente la mentalidad y las formas significativas de comportamiento y accionar social (Lankshear, Knobel y Bigum, y otros 2007); proceso de intercambio que se transmite de persona a persona a través de la imitación (Blackmore 2000).

Finalmente, el capítulo 1 se concentra en la teoría desarrollada por Noelle-Neumann. Como primer aspecto, se describe el proceso de 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. Bajo el mismo paraguas teórico de la autora, se define a la opinión pública como “las opiniones sobre temas controvertidos que se puede expresar en público sin aislarse” (Noelle-Neumann 1995, 89) y, se categoriza al clima de opinión como la estimación

que la gente realiza constantemente al intentar evaluar la fuerza de las opiniones contrapuestas sobre un tema determinado.

En el capítulo 2 se detalla el estado en el que Ecuador se encuentra frente a los usos tecnológicos, con un foco principal en las cifras que apuntan a la red social en estudio y, el panorama económico-político de la nación. Además, se incluyen también dentro de este apartado la pregunta bajo la cual se desencadena la investigación, y es: ¿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? Asimismo, se detallan los objetivos, preguntas e hipótesis planteadas.

Al finalizar, en el capítulo 3 se explica la metodología utilizada y los hallazgos que devienen de la investigación realizada.

## Capítulo 1

### Marco Teórico

#### 1. Primer acercamiento a las redes sociales: Internet

En la actualidad los usuarios tecnológicos ponen en la mesa de debate la necesidad de problematizar y teorizar 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, 119), siendo una de estas, las redes sociales. Desde su apareamiento en 1962, bajo las investigaciones realizadas por ARPA (Agencia del Ministerio Estadounidense de Defensa), Internet y las nuevas herramientas que trajo consigo han modificado drásticamente las dinámicas de interacción y comunicación entre personas. Ahora los individuos tienen un nuevo papel e incluso han cambiado su denominación, se han convertido en usuarios, quienes han otorgado distintas utilidades a Internet, implementándolo para un sinnúmero de aspectos que hoy en día resultan cotidianos e indispensables, como el acceso a la información, interacción e incluso el accionar y movilización política. Cabe señalar que, si bien la presente investigación no se enfoca en el uso de Internet y redes sociales como agentes de movilización social, es necesario especificar que el campo de investigación acerca de las redes se ha enfocado en gran medida en el papel que juega esta nueva herramienta a la hora de fomentar la movilización y participación social, autores como Castells (2012), Norris (2015), Shirky (2008), Álvaro y Rubio (2017) o Fernández P. (2012) desarrollan este tipo de estudios.

Así, desde una perspectiva optimista, Internet se percibe como elemento que fomenta el acceso a la información y la participación, como una fuerza democrática que promueve el debate, el acceso a la información y la transformación de la apatía y el cinismo de la ciudadanía (Ainsworth, Hardy y Harley 2005). Algunos autores que se hallan dentro de esta perspectiva son Colombo (2006), Putnam (2000), Rheingold (2000) y Neumann (2002). Desde una postura contraria, algunos teóricos como Cortés [2012?] y Yang (2003) afirman que esta herramienta más bien puede “aumentar las posibilidades de vigilancia y control gubernamental, lo que conlleva a la ampliación de la brecha que existe entre poderosos y débiles” (Ainsworth, Hardy y Harley 2005), o bien que a través de estos nuevos canales se puede perfilar un aparato de dominio que emite mensajes manipuladores de los grupos de poder político y económico hacia los ciudadanos, ahora a través de Internet (Winner 2003).

De manera general, cuando se estudia la relación entre tecnología y sociedad, estos dos extremos se hacen presentes bajo dos categorías ampliamente difundidas, la optimista o tecnofílica y la pesimista o tecnofóbica. Para la primera, la tecnología es una amiga (Marí Sáez 2002), es el medio y la solución para el desarrollo humano (Santana 1997); de manera contraria, para la visión tecnofóbica la tecnología destruye la vida social, creando una cultura carente de moral (Marí Sáez 2002) y deshumanizada (Santana 1997).

Por su parte, Hall M. (1999) propone una variante a esta clasificación y afirma que la comunidad académica se encuentra dividida en tres posturas cuando se trata de analizar la herramienta Internet: la utópica, la realista o pesimista y la utilitaria. La utópica se enfoca en la posibilidad que brinda Internet de extender la esfera pública y actuar como una fuerza democrática que activa la participación y amplía la información (Menéndez 2011); algunos autores que comparten esta visión son: Castells (2001a), Rheingold (2000), Lim (2002) y Chadwick (2003). Así, en sintonía con esta perspectiva, Núñez-Gómez, García-Guardia y Hermida-Ayala (2012) señalan que otra de las ventajas que brinda Internet es que permite una interacción tanto sincrónica como asincrónica, además de que facilita la libertad de interacción entre sujetos de diversas procedencias socioculturales, socioeconómicas, étnicas y con diversos tipos de criterios ideológicos, permitiendo finalmente “hacer realidad y construir realidad social” (98).

La visión realista/pesimista refuta la primera perspectiva señalando que las masas empobrecidas e iletradas tienen limitaciones para acceder a las complejas TIC (Menéndez 2011, 86), dentro de esta visión se encuentran: Kampen y Snijkers (2003), Kraemer y Dutton (1979), Peled (2001); Chen, Boase y Wellman (2002), Ebo (1998), Streck (1997) y Yang (2003). Autores como Eco también se posicionan de manera crítica frente a Internet, este autor declara en una de sus entrevistas que “Internet no selecciona la información... Todo llega allí sin jerarquía. La inmensa cantidad de cosas que circula es peor que la falta de información. El exceso de información provoca amnesia. El exceso de información es malo” (Eco 2011). Inmerso también en esta visión pesimista Morozov (2012) afirma que la tecnología perpetúa a las élites dominantes y amplía las desigualdades de acceso a internet, es decir, no es un agente democratizante.

Finalmente, la línea utilitaria es optimista, pero no utópica pues reconoce que Internet puede ser utilizada con propósitos positivos o negativos -como cualquier otra tecnología-, además da cuenta de que Internet posee la capacidad de promover formas de democracia participativa otorgando nuevos canales para la información, interacción y comunicación entre los ciudadanos y sus representantes a través de una variedad de espacios virtuales, y resalta la capacidad de producción autónoma que surge dentro de este espacio, por ello la importancia de garantizar el acceso al espacio cibernético como una vía alternativa para ganar autonomía y capacidad de poder por parte de quienes son marginales en los sistemas políticos existentes (Menéndez 2011). Algunos autores que se instalan dentro de esta visión son: Steyaert (2000), Resnick (1997) y Loader (1997).

Igarza (2009) también se percibe dentro de una posición utilitaria pues afirma que las tecnologías actuales demuestran que las sociedades contemporáneas tienen la posibilidad de adaptarse rápidamente, y “apropiarse significativamente del útil tecnológico” (122) debido a que invita a nuevas facilidades para el desarrollo de la comunicación; incluso el autor afirma que la Sociedad de la Información ha evolucionado a una Sociedad de la Comunicación gracias a Internet y los procesos de globalización. Para Igarza (2009) Internet además se convierte en un elemento transformador pues manifiesta que al introducir a las personas dentro de un ambiente de consumo de contenidos, esto también transforma la recepción, el acceso, producción y difusión de contenidos. Entonces, el usuario a través de Internet es el que se encuentra inmerso en la transformación de dinámicas, aunque para el autor, esto se deba al vínculo con el consumismo que se suma a las prácticas que trae consigo Internet.

Frente a la división planteada por Hall M., la presente investigación se enmarca en la perspectiva menos arriesgada, la utilitaria, pues 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 le dé cada persona a Internet, esta idea acerca de la importancia que posee el contexto dentro de las investigaciones realizadas en ambientes digitales la comparte también Moreno Gálvez (2017).

### **1.1 Redes sociales, qué son y para qué (nos) sirven**

Castells manifiesta que Internet sí modifica las prácticas cotidianas, para el autor Internet es un instrumento que desarrolla, pero no modifica los comportamientos. Su perspectiva enfatiza la posibilidad de que los comportamientos de las personas sean las que lleguen a apropiarse de Internet. “Esto no significa que Internet no sea importante, quiere decir que no es Internet lo que cambia el comportamiento, sino que es el comportamiento el que cambia Internet” (Castells 2001a, 7)<sup>1</sup>.

Bajo esta comprensión, la llegada de Internet no es la que debe ser considerada como el acontecimiento que ha roto paradigmas, sino al contrario, son las personas las que, bajo nuevas dinámicas y con su permanente propensión al cambio, logran utilizar Internet de acuerdo a nuevos fines, para satisfacer sus necesidades de acuerdo a los cambios que se presenten en el acontecer social y político que los rodea. Es decir, utilizar a Internet como una herramienta, como un mecanismo más de adaptación al cambio.

Una de las nuevas dinámicas que surge con Internet fue el desarrollo de redes sociales, plataformas virtuales que permiten conectar a miles de individuos atravesando incluso las barreras geográficas. Esto ya sucedió con la llegada de Internet, pero las redes sociales dispararon estos procesos y fomentaron su uso sumergiendo a los -ahora- usuarios a proyectarse dentro de estos espacios no físicos. Sitios web como Facebook, YouTube o Twitter hoy en día se han convertido en espacios de acceso a la información, que nacieron bajo la premisa de conectar y generar interacción entre los individuos. Concibiendo a las redes sociales como “nuevos espacios virtuales en los que nos relacionamos y en los que construimos nuestra identidad” (Orihuela 2008, 59), es preciso poner en discusión si este nuevo sitio de interacción permite acoger las manifestaciones de opinión pública que pudiesen presentar los distintos individuos. Como instrumento de convocatoria, como difusor de información, como receptor de denuncias y sin lugar a dudas, como ejecutor nato de una interacción colectiva, estas redes se han convertido en un espacio en el que se ha logrado permear la discusión de su papel dentro de la configuración de un clima de opinión, inquietud que es la que motiva el desarrollo de la presente investigación.

---

<sup>1</sup> Este texto, y algunos de los párrafos que prosiguen, son extractos del trabajo “Las redes sociales, ¿un puente para la acción colectiva?”, presentado como trabajo final de la materia *Opinión Pública y Democracia*.



Entonces, “la sociedad es la que modela Internet, y no al contrario” (Castells 2001a, 10), por lo que, lo que requiere ser modificado debe ser su entorno -político<sup>2</sup>-, mas no el espacio de Internet. Si el primero cambia, si el contexto es el que se modifica, el uso que se le otorgue a Internet responderá a ese cambio social, político o económico. “Internet es la sociedad, expresa los procesos sociales, los intereses sociales, los valores sociales, las instituciones sociales”, explica Castells (2001a, 12). En línea con este pensamiento, se comprende que el uso y la apropiación de la tecnología no están determinados por su funcionalidad técnica o por las representaciones sociales que la rodean, sino que se estructuran por el contexto social de los usuarios/consumidores (Yarto Wong 2010). Así, la investigación se realiza bajo la comprensión de que tanto Internet como las redes sociales se encuentran determinadas por la sociedad y sus distintos aspectos culturales, económicos y políticos. Precisamente este último es el que toma relevancia en el estudio, pues dentro de este aspecto contextual, es preciso analizar las conjeturas humorísticas que se desarrollan en torno a la comprensión de la realidad política, pero esta explicación se realiza posteriormente, al detallar con mayor precisión los objetivos de investigación.

Así, otorgándole una importancia significativa a la mirada política dentro del presente debate teórico sobre redes sociales, es preciso comprender a estas plataformas de interacción virtual no como un nuevo canal de comunicación si más bien, como señala Norris (2015), como un nuevo elemento “benefactor” de la política. Para esta autora con el acceso cada vez más extendido de las plataformas de redes sociales<sup>3</sup>, el impulso de actividad política se ha visto favorecido (Norris 2015, 18). Coincidiendo con la visión de Norris, es vital exponer la relación que existe entre redes sociales y política puesto que esta será una de las principales líneas de investigación que se desarrollan posteriormente en lo que se refiere al análisis del clima de opinión en redes sociales.

Ahora, en lo que respecta a la actividad política que surge en este espacio virtual, es necesario reflexionar que, si bien no pueden ser generadoras de intercambios físicos de ideas o actividades como los apretones de manos y abrazos electorales, sí han logrado ir un paso más

---

<sup>2</sup> Castells habla en específico sobre la necesidad de modificar la realidad política para poder promover el cambio de las prácticas en Internet.

<sup>3</sup> La autora denomina a las redes sociales como "medios sociales", y los define como:

“aquellas tecnologías de Internet que permiten a los ciudadanos particulares comunicarse de manera interactiva con diversas redes, haciendo de puente entre las funciones ejercidas por los medios de masas, diseñados para un público de gran escala, y los medios personales, diseñados para la comunicación personal de uno a uno” (Norris 2015, 19).

allá, pues al saltarse las barreras de la espacialidad las redes sociales han podido ampliar su rango de acción, sus posibilidades para poder persuadir a un mayor número de individuos y agrupar a todos aquellos que posean intereses o preocupaciones similares. Este proceso facilita el desarrollo de un accionar colectivo, ya no vinculado netamente al territorio sino más bien sujeto a ese motor o fuerza social, al proceso de organización social e intercambio propositivo de ideas de cada uno de los participantes del proceso colectivo que se desempeñe en esta virtualidad. Inclusive, dentro de este nuevo escenario, una de las ventajas que se suscita es la viralización de la información, esto en referencia a que varios de los procesos organizativos han alcanzado mayor difusión gracias a esta dinámica propia de los espacios de redes sociales.

A través de las redes sociales, cada individuo es además capaz de divisar las interacciones e intereses de sus conocidos y allegados, lo que no solo incentiva la confianza en esa información, sino que además promueve el interés en esta. Si bien la información no se interna en la subjetividad del receptor, de todas maneras, la idea se mantiene en difusión. Incluso, dentro de las dinámicas de redes sociales, se percibe que quien promueve cierta actividad colectiva no necesariamente participará de ella, claro que esto no favorece al fin último de los movimientos colectivos, pero permite crear y visibilizar la sensación de descontento dentro de la colectividad, lo que también ayuda a la promoción y propagación de ese sentimiento. Así, al compartir una misma base cultural, promovida dentro de los mecanismos sociales propios de las redes sociales, se facilita que dentro del intercambio cotidiano las personas puedan percibir las deficiencias del sistema, lo cual creará la conciencia de necesidad de un accionar colectivo (McAdam, McCarthy y Zald 1999).

Sin embargo, desde una perspectiva negativa en cuanto al uso y aplicaciones que se basan en la nueva tecnología Web 2.0, algunos estudios afirman que no existe una “actitud decidida por parte de los movimientos para aprovechar al máximo todos los recursos de la red” (Cárcar 2015, 133). En contraste con esta visión, autores como Sey y Castells (2006), con una visión optimista afirman que el error en utilizar Internet surge al momento de querer reproducir la movilización de manera tradicional, de manera verticalista, “controlada en todo momento por la maquinaria de los movimientos”. Lo correcto, señalan, es implementar Internet como una herramienta en la que prime la ausencia de control central, cuyas dinámicas “deriven de un proceso interactivo, dinámico y recurrente dentro de la propia red” (Cárcar 2015, 134). Frente a esta confrontación, lo único evidente es que no es posible mantener una actividad política

con las estructuras caducas que poseía, es necesario acercarse hacia la utilización de los nuevos recursos que se derivan de Internet. En palabras de Castells, el uso y desarrollo de Internet debe encaminarse hacia la construcción de una “identidad digital” que permita convertir a Internet “en una herramienta privilegiada para actuar, informar, reclutar, organizar, dominar y contradominar” (Castells 2001b, 159).

Esta explicación acerca de una de las más fuerte corrientes investigativas que se han desarrollado acerca de los usos de redes sociales, y su vinculación con la política, no se profundiza debido a que los objetivos planteados para este estudio no lo requieren. No por ello se debe dejar de lado la necesidad de especificar que parte del trabajo académico que se desprende del análisis de estas formas de interacción se localiza en las posibilidades de uso político -e incluso revolucionario- que traen consigo las redes sociales.

Por otra parte, 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>4</sup>. Este término sociológico acuñado en el año 2000 por Howe y Strauss propone definir a la franja poblacional de entre 18 y 33 años (Howe y Strauss 2000) cuya fuerte influencia del posmodernismo ha impactado su estilo de vida, incluso manifestándose en su consumismo extremo (Taylor 2005). Una primera parte acerca de los millennials se expone a continuación con el fin de ayudar a la comprensión sobre el papel de los usuarios, en especial de los nuevos usuarios de redes sociales. Posteriormente se retomará este análisis con relación a un aspecto más específico de este estudio, la red social Facebook. Cabe señalar que no se profundizará sobre esta categoría pues no se encamina con los objetivos del trabajo.

Así, 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<sup>5</sup>: entretenimiento, relaciones personales o para informarse. Es en este último uso donde despunta la red social Facebook, y el entramado relacional que se suscita entre los usuarios y

---

<sup>4</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 y Rubio 2017, 10-11).

<sup>5</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).

las referencias que utilizan estos para informarse, pues dentro de su esquema los medios tradicionales y los espacios de comunicación tradicionales se han desplazado. Ahora, “sus referentes son ellos mismos” (Álvaro y Rubio 2017, 17) y su comunidad más cercana: sus amigos, conocidos, colegas, familiares, su círculo social virtual. Para este grupo, el consumo de información se realiza a través de las recomendaciones de su entorno más cercano (Álvaro y Rubio 2017). Este proceso de información individualizada es denunciado por Byung-Chul Han como un fomento para la construcción de burbujas<sup>6</sup> de información personalizadas que responden a los algoritmos sistémicos que han desarrollado las empresas de Internet para enfocar las preferencias de sus usuarios. Su tesis apunta a que este sistema otorga una sensación de falsa libertad e igualdad, ya que al suprimir lo otro, lo extraño, se pretende estabilizar al sistema y genera una sociedad uniforme (Han 2013); pero lo que en realidad sucede es que la información a la que acceden los usuarios no es ni siquiera una aproximación del total de contenido existente sino que, gracias al propio sistema, cada uno se encuentra inmerso en la prisión -burbuja- de contenidos específicos.

En este punto, es importante señalar que la presente investigación se ve limitada por la influencia de estos algoritmos que responden a lógicas mercantiles. De acuerdo con el Informe para la acción estratégica y legislativa #FakeYou – Fake News y desinformación, coordinado por Simona Levi (2019), Internet no solo ha permitido un acceso más democrático y generativo de la información, sino que además también ha abierto la puerta a una “reconfiguración de la intermediación”, creando “burbujas de sesgo informativo” (Levi, 2019, 61). El informe además detalla que lo peculiar de estas burbujas de información sesgada es que han sido configuradas de manera automática, lo que se ha llamado “gobernanza algorítmica” (61). Así, en Internet, que en principio es un macro limitante de investigación al comprender que se trata de un ambiente de estudio complejo, y en redes sociales como Facebook, Twitter y Google los algoritmos clasifican la información que cada usuario brinda, la muestra de manera encapsulada, y todo esto sin el consentimiento (Levi, 2019) de quienes se encuentran alimentando los algoritmos. Esta limitante a la investigación, si bien no pretende ser desarrollada ampliamente, sí conviene tenerla presente para comprender que todos los datos recolectados se ven influenciados por el sesgo automático de algoritmos funcionalistas que llegan a encuadrar la información.

---

<sup>6</sup> El término burbuja lo toma de Eli Pariser, autor de *The Filter Bubble*. Esta información tiene como fuente el blog *Hipermediaciones*, escrito por Carlos A. Scolari (2011).

En sintonía con esta visión pesimista (realista) o tecnofóbica, se encuentra Zygmunt Bauman, afirmando que las redes sociales han creado un sustituto de una comunidad y un apaciguador de la soledad -vista como la gran amenaza de estos tiempos de individualización- que ayuda a encerrarse en su zona de confort, hablando con quienes piensan lo mismo, “las redes sociales... son una trampa” (Bauman 2016). Asimismo, Noam Chomsky afirma que, de alguna manera, la red crea una sensación equivocada de pertenencia y autonomía (Chomsky 2013).

De manera contraria, enmarcándose en una postura optimista (utópica) o tecnofílica, Pierre Levy cree que la red y todas sus plataformas de comunicación e interacción representan una forma de incrementar la inteligencia y el conocimiento que tenemos sobre el mundo que nos rodea (Levy 2017). Por su parte, y también dentro de una postura favorable, Castells afirma que las redes sociales contribuyen a la democratización de la información, pero también a la desinformación pues la era de las redes sociales permite una “autocomunicación de masas”, aquella que va de muchos a muchos con interactividad, tiempos y espacios variables. Sobre ello, el autor afirma que:

Es auto porque podemos seleccionar los mensajes, emitir nuestros mensajes, recibir los mensajes y el emisor es al mismo tiempo receptor. Es auto porque nos podemos referir constantemente a un hipertexto de comunicación, de mensajes que están disponibles y de los cuales seleccionamos y obtenemos aquellos elementos que nos permiten construir nuestro propio texto (Castells 2012).

Tras haber realizado un breve recorrido acerca del debate teórico que se ha desarrollado sobre redes sociales, ahora es necesario especificar la definición que encaja de mejor manera en el presente estudio. El concepto que propone Orihuela (2008), en el que se contempla a las redes sociales como espacios virtuales para construir la identidad, ha sido el que permite comprender que dentro de este nuevo escenario el individuo puede generar nuevas relaciones sociales o desarrollarlas; además de que, como señala Orihuela, 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, que es la necesidad de vincular el estudio del entorno social en el que se desarrolla. Así, una definición más apropiada conceptualizaría 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.

Perspectivas como las de Garton, Haythornthwaite y Wellman (1997), que definen la red social como “un grupo de personas (organizaciones u otras entidades sociales) conectadas por diversas relaciones sociales como amistad, trabajo, intercambio de información, etc.”<sup>7</sup>, han sido descartadas debido al distanciamiento que se percibe en ellas. Es decir, el concepto de Orihuela trasciende lo evidente y claramente perceptible en el espacio de redes sociales, y plantea una propuesta en la que toma importancia el individuo y su rol dentro de esta plataforma social.

Watts (2006), por su parte, condensa los estudios sobre redes sociales en dos perspectivas. La primera corriente se relaciona con las estructuras de una red, en esta se toma en cuenta “el conjunto observado de vínculos que enlazan a los miembros de una población, como una empresa, una escuela o una organización política” (Watts 2006, 25), mientras que la segunda mirada se enfoca en la estructura social correspondiente, “según la cual los individuos pueden diferenciarse por su adscripción a grupos o por sus papeles socialmente diferentes” (25). La definición de Orihuela estaría alineada a la segunda posición, ya que toma relevancia el individuo y los procesos por los que llegue a diferenciarse dentro de la interacción social en la red. Esta segunda corriente -dentro de la que se inscribe el estudio - posee una visión más mecanicista que concibe a la red como una vía para la difusión de información o el ejercicio de la influencia, añade Watts. Desde esta perspectiva, el individuo se ve determinado por la información que le proporcione su patrón de relaciones -a las que accede- y en consecuencia, a quien está en posición de influir (Watts 2006).

## **1.2 Desplazamiento hacia los nuevos usos y consumos de información: Facebook**

La Web 2.0 ha vuelto caduca la idea -funcionalista- en la que el espectador era un agente pasivo, al contemplar que esta ha recuperado o promovido la actividad de los receptores, “reemplazando el modelo de comunicación uno a muchos por muchos a muchos” (Menéndez 2011, 85). Las teorías críticas y, sobre todo, las perspectivas latinoamericanas han propuesto este quiebre teórico en el que el sujeto receptor es un agente activo que asimila la información

---

<sup>7</sup> Traducción extraída del texto *Redes sociales: Un camino para la apropiación de la ciencia y la tecnología*, escrito por Anita Valdés Jahnsen [2000?].

después de atravesar un proceso consciente de toma de decisiones para seleccionar y descartar los datos de acuerdo a su juicio. Entonces, desde esta corriente de pensamiento, los receptores (o audiencia) interpretan los mensajes -codificados-, y los decodifican de acuerdo a sus intereses (S. Hall 1980). Esta misma mirada, trasladada al escenario de redes sociales, permite concebir que sus usuarios son capaces no solo de aprender a utilizar las diversas herramientas que brindan estos portales de comunicación virtual, sino que además han sabido otorgarle distintos usos de acuerdo a sus necesidades.

En este punto, se retoma la categoría de millennials -o nativos digitales- para poder dar cuenta de la modificación en cuanto a las prácticas de uso que se generan en redes sociales, y de manera más específica, en la red social Facebook. Como se detalla anteriormente, este grupo social y generacional refleja de mejor manera la cualidad de selectividad frente a los recursos que existen en las redes. De acuerdo a Álvaro y Rubio, el millennial conoce, por ejemplo, que los aspectos relacionales y de compartir -y consumir- información son su principal motivación a la hora de utilizar las redes sociales (Álvaro y Rubio 2017, 43).

Para los jóvenes, las redes sociales ya son una herramienta de información política de tanta importancia como los medios de comunicación tradicional, lo que implica también en este caso un desplazamiento de la centralidad que los medios tradicionales habían disfrutado en exclusiva (Álvaro y Rubio 2017, 33).

Esta generación que ve el contenido a través de multipantallas, que se comunica con imágenes y que forma parte de una consciencia colectiva digital (FindASense 2015), llama también la atención debido a que dentro de sus prácticas, en lo que respecta al consumo de noticias, distan en gran medida de sus predecesores, la generación de los *baby boomers* (de los 60 y 70 del siglo XX), pues ellos crecieron bajo la fuerte influencia de la televisión, “mientras que sus hijos lo hacen rodeados de herramientas favorecedoras de la interactividad y la participación” (Álvaro y Rubio 2017, 10). Es así que, sobre las prácticas de consumo de noticias y de información en general que poseen los millennials, Facebook ha sido la red en la que se prefiere tener acceso a la información (Álvaro y Rubio 2017). Algunos van incluso más allá y señalan que una de las características de Facebook es ser un “medio de medios” en el que se halla tanto el diseño de una página, la conectividad del correo electrónico y el chat, además de que cuenta con herramientas visuales como la fotografía y los videos, por ello -y más- es que la red social “habilita distintas discursividades” (Carlón 2011, 182). Pero, una característica

no tan alentadora de esta plataforma comunicativa es que, al igual que cualquier red social, su configuración y presentación de la información responde a la programación algorítmica, lo que afecta tanto al contenido producido, como al consumo y difusión del mismo.

Facebook, desde una perspectiva optimista, es considerada como una fuente de información, un lugar de comunicación y una arena multifacética de representación de identidad en la que, en conjunto con los medios interactivos se crea un espacio digital significativo que se ha entrelazado en la vida cotidiana (Ginger 2007). En contraposición a las visiones tecnofílicas, hay autores que más bien consideran que Facebook, en lugar de favorecer la comunicación, la limita (Faerman 2009), pues ya no se requiere entrar en contacto con una persona para obtener información acerca de esta, todo se encuentra ahora en su muro.

Desde una visión un tanto utilitaria, esta plataforma social es en cambio una herramienta “flexible, valiosa y socialmente atractiva” que no obliga a nada, no es ese “ladrón de privacidad” que algunos consideran dado que cualquier emisión de información que pretenda lanzarse en público ocurre por parte de su autor, mas no de la herramienta (Grimmelmann 2009, 1140). En Facebook, toda aquella emisión de información, que puede resumirse en la expresión *compartir*<sup>8</sup>, es más bien reemplazada por el verbo anunciar dado que la red social ofrece usar datos, posibilitando la revelación de los orígenes del discurso que se difunde, además de que se otorga parte de la subjetividad dentro de este intercambio (Levato 2013). Por otra parte, para algunos que se han posicionado en la perspectiva pesimista, este canje comunicacional tiene oculta una función de control y manipulación ya que se ceden cosas al acceder al servicio de Facebook, algo que recuerda a las condiciones de mercado capitalista pues se deposita su vida, su intimidad a cambio del uso de un servicio gratuito (Serrano Marín 2016), lo que otorga sus correspondientes réditos económicos a la empresa o, como en el caso de Cambridge Analytica<sup>9</sup>, en el que la información que libremente depositan los usuarios fue utilizada con fines políticos.

---

<sup>8</sup> Cursiva propia.

<sup>9</sup> En marzo de 2018 el canal británico Channel 4, el diario norteamericano The New York Times y el británico The Observer publicaron material de investigación sobre cómo Cambridge Analytica ofrecía a sus clientes armar campañas electorales con el uso de datos personales de usuarios de Facebook. Inmersos en este escándalo se encontraban el uso de esta información para favorecer a Trump en las elecciones del 2016 y para apoyar el Brexit en Reino Unido ese mismo año (Vercelli 2018).



López y Ciuffoli explican que la plataforma Facebook nace como un heredero de los blogs, esto debido a que una de las principales características de Facebook es la de recuperar lo que es la publicación personal, “en Facebook siempre hay un ‘yo’ que comunica, que dice, que publica, que comenta” (López y Ciuffoli 2012, 42). Las autoras señalan que las prácticas que promueve esta red social han redefinido lo que significa la “participación” en la web, complejizando la división entre aquellos usuarios observadores y los creadores que había propuesto Nielsen<sup>10</sup> (López y Ciuffoli 2012, 43), ya que esta red ofrece múltiples formas de interacción. Algunos ejemplos que mencionan las autoras son: los “me gusta”, los grupos, comentarios o los “compartir”, a estos en la actualidad se suman las reacciones, los eventos, el envío de mensajes a través de Messenger, las transmisiones en vivo y por supuesto, las publicaciones que ahora no solo contienen la tradicional fotografía o un conjunto de palabras que responden a tu “estado”, sino que además facilitan herramientas para modificar la tipografía, el color, o incluso pueden contener la ubicación y el “sentimiento/ actividad/ sticker”.

Asimismo, las autoras explican que Facebook se asemeja a los foros, cuya lógica reside en que cualquier usuario registrado puede iniciar una conversación, pues dentro de esta red la alternativa para que una conversación se suscite se expande gracias a las posibilidades de comentar tanto en la página del usuario “dueño” como en la de los perfiles de su red de contactos, o incluso en los muros de personas o páginas desconocidas (López y Ciuffoli 2012, 44).

Es evidente que esta red social modificó los parámetros de interacción en línea, pero en realidad fue el avance tecnológico el que propició varias de estas transformaciones. Sobre este tema, al igual que Menéndez, Simelio y Gayà (2014) manifiestan que este cambio tecnológico trae consigo el surgimiento de un nuevo tipo de audiencia que ha dejado atrás su pasividad, ahora es una audiencia que busca producir contenidos y difundirlos con la ayuda de las redes digitales. Factores como el abaratamiento de los costos de producción, la facilidad de manejo de las nuevas herramientas digitales y las nuevas posibilidades de distribución permiten que la audiencia se transforme en activa y crítica (Simelio y Gayà 2014). A este tipo de nuevas

---

<sup>10</sup> Ley del 90-9-1, según la cual el 90% de los usuarios observa y nunca contribuye, el 9% realiza contribuciones esporádicas, mientras que solo el 1% es el responsable de la creación de la mayoría de los contenidos en las comunidades en línea. Fuente: “Participation inequality: Encouraging more users to contribute”, Jacob Nielsen (2006).

audiencias que pueden ser tanto productoras como consumidoras de contenido, se las define como prosumers. Esta categoría sociológica que trata de identificar a aquellos usuarios que participan activamente en la producción de información (Palacios D. 2013), no será profundizada dado que ampliaría el foco de estudio y no se cumplirían los objetivos de investigación propuestos, pero es necesario detallarlo para dar cuenta de la existencia de este enfoque teórico, que analiza los cambios producidos en lo que se refiere a los individuos/audiencias, ahora convertidos en usuarios que otorgan nuevas utilidades a las herramientas actuales.

Hoy en día este tipo de interacción mediada se ha naturalizado, la evolución tecnológica y la necesidad de inmediatez son las principales causantes. Así, en cuanto a estos novedosos mecanismos de interacción, Bauman y Donskis al analizar el papel de los intelectuales dentro de este proceso, afirman que aquellos que se sitúan antes de la existencia de redes sociales como Twitter y Facebook, corren el riesgo de quedarse al margen del debate público si no se involucran activamente en las tecnologías de información y comunicación; de no hacerlo, dejarán de existir, convirtiéndose en “no-entidades” (Bauman y Donskis 2015, 70).

## **2. Humor, enfoque teórico hacia el humor político**

En inicio, es necesario dar un rápido vistazo a las propuestas teóricas que existen alrededor del significado del humor. Así, desde una perspectiva un tanto filosófica, el humor es “sencillamente, una posición ante la vida” (Fernández Flórez 1945, 10), mientras que para quienes la analizan en medio de la estructura social, el humor es más bien algo complejo que involucra procesos psicológicos, sociales y culturales, pues no se podría deslindar al humor del fenómeno social (Várnagy 2016). A la luz de la perspectiva psicológica, al humor en cambio se lo analiza ligado al temperamento -o personalidad del humorista-, a partir de esta comprensión el humor sería la visión que se posea del mundo (Fernández Sánchez 1988). Finalmente, para aquellos teóricos pesimistas el humor consiste en “verle la trampa a todo”, tratar de hallar la debilidad que posea algo, y entender que todo tiene un sentido contrario al que se percibe, sin que eso signifique perder su originalidad (Mihura 1948, 305).

En lo que se refiere a los estudios sobre el humor, un tema que siempre complica su estudio es la división terminológica, ya que existe un gran número de categorías que se le relacionan. Varios han sido los autores que han dedicado sus esfuerzos por diferenciar cada una de ellas, el chiste, la sátira, la ironía, el humorismo, etc. Pero dado que 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 perder el objetivo de estudio 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, 6), un concepto general que refiere a todos aquellos fenómenos que se relacionan con la hilaridad, además de que también permite vincular la capacidad humana de interpretación y creación de modos de comunicación que disten de la seriedad y la convencionalidad. Ruch aclara que en la actualidad la tendencia que prevalece es la de considerar al humor como un término general que permite incluir a todos los conceptos análogos: la ironía, la sátira, la parodia, el chiste, el sarcasmo, el ingenio, la diversión, la tontería, lo cómico, etc. Esta es una manera sencilla con la cual se puede resolver el problema que resulta categorizar cada uno de los distintos usos terminológicos con los que se pueda denominar al humor. Es así que el presente trabajo no busca complicar el análisis del objeto investigado pues su fin último es comprender las novedosas formas de aplicación del humor en el ambiente político virtual actual, y no divagar entre la amplia variedad conceptual que rodea al humor.

En línea con el desarrollo teórico sobre el humor, uno de los caminos que facilita su comprensión ha sido clasificar su tipología. Existen tres categorías tradicionales del humor 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, se destacan en ella la hostilidad, agresión y el menosprecio. Esta teoría fue desarrollada por Platón, Aristóteles y Hobbes, y posteriormente persiste en los trabajos de Gruner (1977), pero de manera generalizada es una perspectiva considerada “anacrónica” (Theofylakti 2016).

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). Para este autor la risa es un fenómeno de descarga anímica que origina placer debido al ahorro de “gasto psíquico” (114). Desde esta perspectiva, para Freud el humor es un liberador de las tensiones que pueden ser provocadas por las inhibiciones y restricciones sociales.

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, al ponerse frente a frente ambas

ideas se rompen las expectativas previas que tenía el oyente acerca de estas, por lo que el humor se forma de la incongruencia entre lo esperado y lo ocurrido. Así, el humor es una respuesta frente a algo fuera de lugar, a la ambivalencia que se desarrolle del contraste o disociación. Si bien esta última es la teoría de la risa y el humor más aceptada actualmente (Glueck 2001, 27)<sup>11</sup>, no siempre se cumple dado que existen incongruencias, o situaciones incoherentes que no causan risa, señala Várnagy. Se habla, por ejemplo, de situaciones inusuales que en lugar de provocar risa, causan incomodidad o incluso disgusto.

Otra división acerca del humor, y que parece encajar de mejor manera en la actual investigación, es realizada por Berger (1997), este autor plantea tres tipos de “comicidad”. Es necesario puntualizar que este término también se percibe como una variante más de la categoría humor, pero para tener mayor precisión, cabe señalar que comicidad hace referencia a lo cómico, a aquello que busca producir risa. Berger propone la siguiente categorización:

1. **Como divertimento:** inofensivo e inocente. Un ejemplo de esta variante es la sucesión de contrariedades o, alguna situación que resulte de un acto de torpeza.
2. **El ingenio:** en esta prima el juego intelectual, el autor explica que generalmente esta variante es inducida por el chiste.
3. **Con propósito agresivo:** que abarca desde agresiones físicas -disfrazadas de travesuras-, representaciones visuales o actos verbales; su objetivo es denigrar. El autor ante esto propone algo interesante, que quizás pueda resultar en algunos casos obvio, y es que el hecho de que este tipo de chistes sean considerados reprobables, refuerza su atractivo.

El humor es entonces una categoría que puede inmiscuirse en cualquier tipo de expresión o sentimiento social, puede refugiarse tanto en la inocencia como en lo más bajo del ser humano, la violencia. En palabras de Richter, esta peculiaridad le concede un carácter de universalidad ya que no hace desaparecer lo individual, pero sí “lo finito en contraste con la idea” originaria (Richter 2002, 55), es decir, el humor propiciaría generar una idea que se vincula con la comprensión individual. 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

---

<sup>11</sup> No se pudo acceder a la fuente principal, por lo que es necesario señalar que esta fuente se ha extraído del texto de Várnagy (2016): *"Proletarios de todos los países... ¡Perdonadnos!*.

variantes posibles de respuesta ante un estímulo, se toma la explicación ya mencionada anteriormente 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 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 (S. Hall 1980)<sup>12</sup>.

Desde la visión de Hall (1980), esta transformación surge en dos momentos. En el primero el mensaje pasa por las reglas del lenguaje, después de ello surge la apropiación de este como un “discurso significativo”, finalmente es “decodificado significativamente” para representarse a través de las prácticas sociales. Para el autor, este proceso de decodificación se da tras una “aparente fidelidad” representativa al signo cosa. Esta fidelidad significa que la supuesta realidad verdadera que se ha percibido se produce después de un proceso de apropiación individual que se realiza conforme a las estructuras de ideas y criterios tanto culturales como sociales (S. Hall 1980, 4-7).

El grado de comprensión que se llegue a tener sobre el mensaje dependerá del nivel de identificación que el individuo posea hacia este y hacia quien lo produce, para Hall: la inteligibilidad, el conjunto de significados decodificados, son los que en realidad tienen efecto. En el momento en el que trascienden el nivel de solo mensaje, continúa al nivel de la conciencia, en ese nivel las personas pueden otorgarle al mensaje un valor social e incluso un valor político (S. Hall 1980); de esta manera se considera la posibilidad de que el mensaje, a su vez entre los múltiples resultados de apropiación, trascienda hacia el nivel de una práctica política.

Cabe señalar que, para Hall (1980) la comprensión y consumo -o retotalización- del mensaje se produce con base en una percepción selectiva interna generada a partir de la lucha de significaciones y decodificaciones, contienda ideológica que ayudará a la producción de una práctica discursiva distinta en cada individuo, así una de estas variantes de apropiación puede ser la utilización del humor como elemento integrador entre el entorno social/político y el

---

<sup>12</sup> Las reflexiones realizadas acerca del proceso de codificación/decodificación estudiado por Stuart Hall (1980) han sido tomados del ensayo “Los comentarios en redes sociales analizados como una apropiación de la realidad: estudio basado en la red Facebook”, presentado como trabajo final de la materia *Teorías de la Comunicación*.

individuo. El planteamiento de Hall facilita entonces comprender el proceso de apropiación de un mensaje y su decodificación que se consolida posteriormente en prácticas sociales y culturales, en este caso la generación de mensajes de humor y, como se explicará más adelante, de memes o imágenes de humor político en redes sociales.

Expuestos algunos rasgos teóricos acerca del humor, es posible dar apertura al diálogo conceptual que gira en torno al humor político, “una clásica forma de comentario social y popular que molesta y divierte al mismo tiempo”, una práctica que es tan vieja como la misma política (Várnagy 2016). Al hablar sobre humor político 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 re-presentarla 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, todo este proceso se expone como una consolidación de la decodificación en las prácticas socioculturales.

Ahora, en cuanto a su conceptualización, para Theofylakti (2016, 17) el humor político es un tipo de “discurso humorístico, escrito, oral, o audiovisual, que centra su temática en las personas y las estrategias políticas” que se generan en un contexto histórico social, su objetivo es realizar una valoración crítica de esa realidad política; este discurso se caracteriza por utilizar un código no convencional al momento de hacer referencia a un tema que es considerado serio. Waisanen (2009) por su parte, al hablar sobre el discurso humorístico y el estímulo político, afirma que por medio del humor se posibilita la creación de una crítica retórica que puede ser aplicada a la realidad sociopolítica, en la que se combinan tanto el entretenimiento como la argumentación, para finalmente resultar en la generación de una fuerte carga argumentativa de crítica a la vida política. Entonces, el humor funge un papel vital de estilo retórico que permite llamar la atención, aumenta y amplía cualquier tipo de argumento que se posea (Waisanen 2009).

## 2.1 El humor político como elemento trasgresor

Una de las fuertes corrientes teóricas que analiza el humor político lo comprende como una herramienta de ataque. Así, haciendo referencia al pensamiento de Hodgart sobre la sátira, el autor propone que este género literario se convierte en arte solo si en esta se halla una “denuncia agresiva con algún rasgo estético que produzca puro placer en el espectador” (Hodgart 1969, 11). Desde un enfoque situado en la teoría de la descarga, el autor plantea que la risa es un elemento que libera la tensión, con frecuencia la represión cultural y/o política generan una tensión que solamente se disipa con elementos transgresores como la sátira, que alivia esa tensión a manera de estallido de risa placentera (Hodgart 2010).

Para Schutz, el humor político se presenta como una reacción no ante la represión sino más bien ante la mayor concentración del poder que existe en la sociedad. Así, el humor vendría a ser una “sublimación de la agresión, o una segura liberación de la agresividad en contra de un poder superior” (Schutz 1977, 8). Este humor político que “sublima la agresión y el resentimiento hacia la autoridad” se considera un “impulso nivelador para lograr la igualdad democrática” (Schutz 1977, 298), el autor incluso considera a este proceso como un “conservadurismo innato” (Schutz 1977, 77) en tanto que el efecto de este tipo de humor sirve como un estabilizador social ante el drama político.

Entonces, el humor político se expone como una respuesta liberadora de tensión que surge ante el malestar social y político que se percibe, sería “el vehículo que expresa la crítica social ante la situación social y sus responsables, pues define una identidad y un adversario ideológico” (Gullino 2017, 1). Con una visión similar, Rodrigo Mendizábal señala que el chiste (recordando que no existe diferencia terminológica en este estudio) sería un medio de liberación de lo socialmente reprimido (Rodrigo 2006, 12).

Dentro de esta misma corriente, Matallana (1999) detalla que este no puede provenir del oficialismo dado que siempre trata de ser crítico, es así que debido a su inconformidad con la situación a la que se enfrenta, delinea en sus textos a un oponente<sup>13</sup>. Entonces, el humor político no busca solamente entretener sino que pretende “atacar mediante el ridículo” (Hodgart 1969, 7), al menos ese debiera ser su fin último, evitar el conformismo y problematizar la realidad social con el fin de progresar gracias a las políticas que llegue a

---

<sup>13</sup> Cita tomada del texto: *Humor gráfico y política: la inmigración en Estados Unidos* de Liliana Fortuny, pp. 8.

implementar un gobierno. Es importante facilitar la generación de una reflexión crítica pues permite expresar hostilidad en contra de aquellos que se encuentran en el poder, facilitando de esta manera la creación de un “espacio alternativo de resistencia” que, a su vez desencadene en el surgimiento del impulso necesario “para tomar acciones más concretas” (Jenkins 1994).

Para Hart (2007), la ventaja de expresar una postura crítica a través del humor es que de esta manera resulta más difícil refutarla con argumentos “racionales”. Este autor plantea que la autoridad y el poder pueden perder su dominio, debido a que la invitación a reírse unos con otros apela a todos los sentimientos humanos y rompe las barreras oficiales. Así, el humor se convierte en el “arma de los débiles”<sup>14</sup> (Hart 2007, 8). Asimismo, basado en la declaración de que “cada broma es una pequeña revolución”, realizada por Orwell (1945), Hart señala que:

Seguramente “pequeño” de hecho, ya que el humor no puede cambiar la estructura por sí mismo. Sin embargo, el humor no debe pasarse por alto: a través de bromas, “lo inimaginado” se hace “imaginable”. Lo que puede contar como “solo broma” bien puede convertirse en realidad más adelante (Hart 2007, 20).

Entonces, a través de un proceso de reinterpretación, re-imaginación y subversión (Várnagy 2016) es posible deslegitimar la política. El chiste -como una de las derivaciones del humor-, establece las condiciones de posibilidad de las identidades, las prácticas y los discursos contrarios al régimen establecido. Várnagy, al hablar sobre el desarrollo del humor en espacios de represión política afirma que, al no existir las posibilidades para poder expresarse, el humor político se convirtió en un medio de resistencia, subversión y protesta, un método para poder transmitir el enojo, las frustraciones y la crítica en medio de un ambiente hostil. Es así que, el humor no pretende solamente provocar risas, sino también minimizar el miedo y producir pensamientos, “constituyéndose en una parte vital de la cultura oral no oficial” (Várnagy 2016).

Existe una visión que trata de otorgar mayor fuerza al humor, lo considera una postura rebelde que “patea contra los dictados de la vida social” (Billig 2005, 2). La risa -una muestra más de las variantes del humor- representa una rebelión contra el orden, una tentación peligrosa que nace contra “las severas exigencias de la restricción social” (98). Este humor rebelde se mofa

---

<sup>14</sup> El autor hace referencia al término *weapons of the weak* desarrollado por James Scott (1985), y explica que el humor “parece estar en línea” con las otras armas de los débiles, como son los chismes y el sabotaje menor.



de los estándares sociales y los desafía, tampoco perdona sus burlas ante los gobernantes, señala el autor, pues no duda en evidenciar ese malestar a través de la interrupción de las reglas. Billig (2005) además expone una diferenciación entre el humor rebelde y el disciplinario. El primero se inclina más hacia el radicalismo, mientras que el segundo contiene de manera intrínseca al conservadurismo. Esta distinción ya la había planteado Holmes (2000) al hablar sobre el humor en los espacios de trabajo. En este caso, el humor “contestado” lo ocupaban quienes eran los subordinados para poder desafiar a la autoridad, y el humor “represivo” lo utilizaban los superiores con el fin de mantener el orden, mantener su poder dentro del espacio de trabajo.

En línea con la teoría de la incongruencia del humor, Hernández G. (1999) añade a la reflexión de la contraposición existente entre dos objetos expuestos: el extrañamiento. Afirma que el humor pretende “desorientar... o deformar los modos habituales del pensamiento” (Hernández G. 1999, 24). Asimismo, Theofylakti expone la clara relación existente entre la función transgresora del humor y la capacidad de “poner en entredicho lo que se considera natural e incuestionable”, añade además que el humor, desde su postura crítica y trasgresora, funciona como un dispositivo de subversión a la lectura dominante, provocando una fisura en la naturalidad con la que esta es “presentada y asumida por el receptor-descodificador del mensaje humorístico” (Theofylakti 2016, 60). Este último concluye en que el humor crítico dependerá de la intención del emisor, del mecanismo semántico del mensaje, de la interpretación del receptor y de las coordenadas socioculturales del contexto en el que se desarrolle. Así, el autor detalla que este humor crítico puede funcionar como un “ataque agresivo” que ayuda a descargar las tensiones y que, sobre todo, se convierte en un mecanismo de subversión de la lectura dominante de la realidad social.

Desde una postura un tanto pesimista, Acevedo declara que el humorismo (humor) es una postura rebelde sí, pero comprensiva con la humanidad ya que evidencia la problemática, pero a su vez la perdona (Acevedo 1966). En este mismo marco se halla Speier al puntualizar que el humor no cambia las circunstancias que lo originaron, aunque “puede disminuir el descontento e incluso la desesperación que estas circunstancias producen” (Speier 1998, 1358). De igual manera, Bergson más bien concede una prioridad a la función disciplinaria/correctiva que posee la risa, ya que permite intimidar a través de la humillación y generar una impresión penosa sobre quien actúa (Bergson 2003), minimizando la función rebelde que puede tener la risa al acusar lo externo de la vida social. Asimismo, para Benton

“el chiste político no cambia nada”, no es una forma de resistencia activa ni refleja ningún programa político ya que no moviliza a nadie, “amortigua los golpes de los gobiernos crueles y crea dulces ilusiones” pues su impacto es tan efímero como la risa que produce (Benton 1988, 54).

Autores como Banc y Dundes (1990) tratan de ser más específicos en cuanto al desarrollo del humor y perciben más bien que en las sociedades occidentales este solo sirve para descargar tensiones o defenderse, pero no es útil para cuestionar lo subversivo debido a que ese tipo de expresiones no son lo suficientemente fuertes como para desestabilizar el sistema.

Finalmente, 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). 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 que ayudan a visibilizar las problemáticas. 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 ha sido en las redes sociales. Por ello es preciso tomar en cuenta el aporte a través de lo que se conoce en redes como *memes*, imágenes que han sido una propuesta contestataria frente a la política nacional. Este tipo de contenidos si bien basan su producción en la información que obtienen de los hechos de la actualidad, siempre se presentan como un mecanismo hilarante que refleja las contradicciones, problematizando y criticando a su fuente de inspiración.

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

Inmerso en este nuevo universo virtual de interacción surgen los *memes*, idea contemporánea que permite nombrar a una de las actuales formas de expresión de humor político. Como casi en todos los estudios realizados acerca de esta temática, es imprescindible mencionar que este término 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, y explica:

Al igual que los genes se propagan en un acervo génico al saltar de un cuerpo a otro... los memes se propagan en el acervo de memes al saltar de un cerebro a otro mediante un proceso que, considerado en un sentido más amplio, puede llamarse imitación (Dawkins 1993, 218).

Los memes son considerados patrones o ideas replicados (Danung y Holloway A. 2008) a través de la interrelación de “información cultural” transmitida por medio de la selección, la infección y la replicación (Lankshear y Knobel 2008, 212) que permiten moldear directamente la mentalidad y las formas significativas de comportamiento y accionar social (Lankshear, Knobel y Bigum, y otros 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.

Vistos como propuestas normalmente humorísticas tanto por Chen, Boase y Wellmann (2002) como por Davidson (2012), este “nuevo lenguaje” de los memes que permite a la gente comunicar sus emociones y opiniones de manera visual, breve y concisa (Stryker 2011) a través de imágenes virales, vídeos o lemas que se mantienen en constante modificación gracias a los usuarios, ha sabido utilizar la plataforma Internet para poderlos propagar tan rápido como sea posible (Coleman 2012) por medio de la transmisión online (Davidson 2012). Ahora, en lo que se refiere a las redes sociales, dentro de este espacio en el que se desenvuelven los memes -y de manera específica para este estudio: Facebook-, las relaciones ya no solo se dan a través del intercambio entre personas offline, sino que ahora a esta interacción se suman los vínculos que han sido creados entre las opiniones que surgen dentro de una publicación, en este caso los memes (Gullino 2017).

Sobre este tipo de relaciones, Gullino considera que en algunos casos se puede pensar que gracias a las publicaciones de humor, los individuos pueden llegar a compartir incluso una

agenda de temas que se ha desarrollado en Internet, todo esto gracias a que “la risa desmonta lo que socialmente es inamovible” (Gullino 2017, 11,12). Así, las posibles variaciones de humor, y su representación en memes, serán el reflejo de las apropiaciones individuales acerca de los temas social, cultural o político que se discuten en el entorno virtual. De esta manera, se trabaja con los memes como una expresión cultural y un mecanismo moderno de comunicación de expresiones vivas e individuales que permite emitir un mensaje hacia receptores desconocidos e incalculables, y dado el contenido particular con el que se realizan los memes, la emisión de opiniones en un nivel virtual y masivo.

Una de las características que llama la atención acerca de los memes es su permanencia, pues al comparar las dinámicas de redes sociales con las desarrolladas en el ambiente offline (en las cuales sería la caricatura su contraparte física), parecen distar por mucho debido a que si se desea acceder a ese contenido, sea la temporalidad que sea, se lo puede encontrar fácilmente inmerso en Internet. No ocurre lo mismo en cuanto a su perdurabilidad, pues los memes responden a las lógicas de inmediatez, por lo que son consumidas y desvanecidas dentro de la misma Internet. Acerca de este proceso, Rushkoff apela a la analogía meme-gen, y entiende que al existir ese intercambio de persona a persona, solo se replicarán los memes que sean útiles y poderosos, lo que no lo sean se extinguirán. El autor explica que, al igual que una especie puede fortalecerse dentro del proceso de selección natural, la sociedad puede fortalecerse a través de la selección natural de los memes, introduciendo en este caso la variable utilidad para comprender este proceso de selección cultural (Rushkoff 2010).

Entonces, los memes se vuelven perdurables cuando las condiciones para que este se replique e innove son óptimas y cuando el involucramiento de los sujetos participantes, sea a través de una reinterpretación o simple replicación, favorecen su selección natural (Lankshear, Knobel y Bigum, y otros 2007). Es así que este proceso selectivo ocurre también dentro de las interacciones cotidianas, en las que una idea se mantiene viva y se fortalece gracias a que los individuos la consideran útil, sea como fuente de información o bien de entretenimiento. Así, estas “entidades dinámicas” son extensiones que resultan de las elecciones tecnológicas, culturales y sociales hechas por las personas que, gracias a la motivación de pertenecer a una comunidad -definida por estas prácticas culturales- propician la participación de los usuarios en lo que respecta a la circulación y reinterpretación de los memes en línea (Shifman 2011, 189).

Es posible detallar que este tipo de apropiación sociocultural llamado meme, resultado del proceso de decodificación ya detallado previamente en el que el mensaje -codificado- es decodificado por el receptor de acuerdo a sus intereses (S. Hall 1980), se convierte en parte integral del entorno virtual de las redes sociales como una fuente de información que permite alimentar a la composición del clima de opinión pública que pueda generarse en los espacios de redes, concepto que será desarrollado en la próxima sección. Antes de poder comprender la integración de los memes dentro de un espacio de clima de opinión es preciso en inicio considerar el análisis del meme en relación al espacio sociocultural, determinándolo no solo como un producto de este, sino como resultado de las apropiaciones individuales que se generen para su posterior diseño. Dentro de esta dimensión, Santibáñez percibe que los memes, al estar agrupados dentro de la cultura, tienen como creadores a sus propios protagonistas, debido a que estos memes -producidos por los sujetos-, posteriormente se transforman en “patrones de información replicables que se propagan a través de las ecologías de la mente” (Santibáñez Y. 2001, 8).

Para conocer cuáles serían aquellos memes que logren la perdurabilidad, o que logren atravesar los procesos de selección y decodificación, Heylighen (1998) propone algunos factores que facilitan que un meme tenga o no éxito, entendiendo que éxito hace referencia a una amplia difusión. Así, las categorías desarrolladas en la tabla 1.1 podrían ayudar a determinar las causas por las que un meme ha alcanzado la viralización, y otros no:

Tabla 1.1. Factores que determinan el éxito de un meme

1. Novedad: el meme es fácilmente asimilable atrayendo la atención del sujeto.
2. Simplicidad: el meme no requiere un esfuerzo mental para ser comprendido.
3. Coherencia: existe una conexión entre la nueva percepción del meme y la memoria pre-existente en el individuo.
4. Utilidad individual: el meme aporta a los objetivos personales del individuo.
5. Utilidad colectiva: el meme es útil para el grupo, independientemente del individuo.
6. Autoridad: el meme de fuentes autorizadas o representativas será más fácilmente aceptado.
7. Formalidad: la expresión del meme es precisa y sin ambigüedad en relación al contenido original.

- 
8. Conformidad: la aceptación de los miembros del grupo le otorgará un refuerzo en cuanto a su aprobación y retención.
- 
9. Expresividad: la facilidad con la que le meme pueda ser expresado en el medio intersubjetivo contribuye en su comprensión
- 
10. Publicidad: el esfuerzo que realice el emisor por difundir el meme maximizará su transmisión.
- 

Fuente: Creación de la tabla con base en Heylighen (1998).

Es importante además poder realizar una breve exposición sobre la clasificación que se le otorga a los memes. Danung y Holloway A. distinguen dos clases: en primer lugar, aquellos cuyos contenidos son copiados y transmitidos por los usuarios, por “replicación memética” (Danung y Holloway A. 2008, 13) en esquemas que se identifican como modelos de propagación viral en los que no surgen cambios debido a la viralización, replicándose un mecanismo de boca a boca digital (Shifman 2011, 190). La segunda categoría, implica a aquellos memes que permiten, a través de los propios mecanismos que ofertan las redes sociales, difundir la información, pero con una reinterpretación adicional al mensaje original (Danung y Holloway A. 2008, 14).

Otro tipo de clasificación que se ha desarrollado se basa en la realizada por Dawkins, en la que se explica que los memes pueden ser distinguidos en tres categorías: fidelidad, fecundidad y longevidad (Dawkins 1993). A esta división, Da Cunha (2007) agrega la categoría alcance, y propone:

Tabla 1.2. Taxonomía de los memes según Da Cunha

---

1. Fidelidad
1.1. Replicadores: presentan una reducida variación y una alta fidelidad con respecto al original.
1.2. Metamórficos: son memes con altos índices de mutación y de recombinación, a partir de los procesos de reinterpretación por los que pasan.
2. Longevidad
2.1. Persistentes: aquellos que son replicados durante un tiempo considerable.
2.2. Volátiles: se trata de memes que tienen un corto periodo de propagación.
3. Fecundidad

---

---

3.1. Epidémicos: se expanden de manera muy amplia y muy veloz.

---

3.2. Fecundos: memes con una menor propagación que los epidémicos, presentes de manera más bien marginal, en grupos limitados.

---

4. Alcance

---

4.1. Globales: ampliamente dispersos.

---

4.2. Locales: presentes en un conjunto próximo de nodos.

---

Fuente: Elaborada por Pérez, Aguilar y Guillermo (2014, 87) a partir de Da Cunha (2007).

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 y Guillermo 2014, 88). Es posible pensar que una de las bondades que poseen los memes, en relación con su característica replicadora, es que pueden ser fuente de fomento del debate, esto en conjunto con las fuertes reacciones emocionales que se pueden desencadenar (Avilés, y otros 2016). A esto se suma la ventaja de que los memes toman forma a partir de la realidad, tanto actual como pasada, no es raro ver una vieja idea retomada con fragmentos actuales y reinstalada, llegando a alcanzar considerable popularidad debido a que responde a lógicas antiguas y actuales.

Instalando la mirada nuevamente en el objeto de estudio, es necesario comprender que si bien el uso de la red para fines políticos es claramente menor en comparación con otros a los que se destina la actividad en las redes sociales, las interacciones que puedan surgir serán ya pequeñas manifestaciones de la esfera pública (Wilhelm 2000), por lo que cobra relevancia estudiar estas nuevas prácticas de actividad política que se manifiestan dentro de los espacios de redes sociales. Desde un planteamiento realista, no se puede escapar de la idea de que la actividad política responde a los elementos que se han observado en el contexto, no solo social sino también individual, por lo que es claro que gran parte de aquellos que reflejan interés político en la vida real -offline- lo hagan en el ambiente virtual. Con esto se vuelve a la idea planteada por Castells (2001a) en la que se comprende que las actividades políticas -el comportamiento político- que posean los individuos será el que se refleje en redes. Pero se vuelve al círculo de que el problema se halla en la misma sociedad pues persiste el bajo interés por la política. Así, siendo los memes un reflejo de humor, y tomando en cuenta que esta es una de las muchas formas con las que se comprende, se enfrenta y se posiciona ante la realidad, se puede plantear que los memes, gracias a su condición de virtualidad, como se

detalla páginas atrás, pueden ser fácilmente difundidos cuando existen condiciones óptimas para su desarrollo, entre esas el puro interés por la actividad política, que bien puede encontrar su impulso necesario a través del humor en redes sociales, con lo que se modificaría el círculo político que alimenta al clima de opinión virtual. Así, gracias a la capacidad humana de apropiarse de los nuevos instrumentos que se le presenten, las redes sociales también han ingresado a las dinámicas de apropiación, entre ellas, como un escenario más que facilite el desarrollo del pensamiento crítico.

Con base en el análisis expuesto, se propone investigar los memes con el fin de comprender las mecánicas que se generan al momento de propiciar un clima de opinión, esto bajo la mirada de las nuevas formas de interrelación que se han originado gracias a las redes sociales. De manera específica, para esta investigación se pretende estudiar las dinámicas que se presentan dentro de la red social Facebook, con ello poder explorar el interés de sus usuarios en cuanto a temas políticos y, si dentro de esta red se reflejan el uso de los memes como una fuente de humor político.

### **3. 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 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).

El nombre que se le ha otorgado a la propuesta realizada por Noelle-Neumann se debe a que es un proceso en el que, a manera de espiral unas opiniones incrementan su fortaleza de manera inversamente proporcional a las opiniones que no son expresadas abiertamente de manera pública, esto debido al temor que sienten los individuos por expresar esa opinión. 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.



Como una pequeña acotación, se debe señalar que dentro de esta teoría existe un sector minoritario que se convierte en aspecto relevante dentro de la teoría que desarrolla Noelle-Neumann, al cual denomina “núcleo duro”. La autora encuentra que este pequeño sector desafía la amenaza del aislamiento, el cual se convierte para ellos en el precio a pagar por su coraje (Noelle-Neumann 1995, 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 se encuentran “por delante de su época” -a la vanguardia- es decir, tienen la sensación y la idea de que el futuro les dará la razón, por ello se “envalentonan” (277). De esta manera, la confianza se convierte en un factor decisivo que permite a los criterios permanecer o no dentro de un clima de opinión, esta sensación de seguridad conlleva a que los individuos defiendan o no una postura, desafíen a unas ideas o, incluso que luchen contra corriente para poder saber que tienen la razón.

Por otra parte, la teoría de la espiral del silencio detalla que este proceso en el que unas voces se fortalecen mientras que otras se extinguen surge del deseo de las personas por “evitar el aislamiento” (Noelle-Neumann 1995, 23), lo cual podría causar además perder la popularidad y estima de las personas, explica. Este temor responde, de acuerdo a los estudios realizados por la autora, a que las personas con baja autoestima creen que su opinión no podría ser la correcta, la que se encuentre del lado vencedor, por ello que exista el fenómeno de cambiarse al carro ganador, incluso en el último momento. Para la autora el temor se convierte entonces en “la fuerza que pone en marcha la espiral del silencio” (23). Este fenómeno, al ser estudiado dentro de un ambiente real supone que los individuos deben verse de frente, 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.

A manera de resumen, Dittus divide la teoría de la espiral del silencio en cuatro supuestos básicos (Dittus 2005, 62):

1. Las personas tienen miedo innato al aislamiento.

2. La sociedad amenaza con el aislamiento a aquellos individuos que se desvíen.
3. Como consecuencia de ese miedo, el individuo trata de captar corrientes de opinión.
4. 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.

La teoría de la espiral del silencio aún se mantiene en estudio, y como en el caso actual, también se la ha intentado incorporar a los actuales fenómenos para su verificación. Dentro de estos constantes estudios han surgido algunas críticas, las cuales son necesarias tomar en cuenta para el desarrollo del presente trabajo. Se ha señalado que Noelle-Neumann deja de lado la posible influencia que pueda surgir de los pequeños grupos que rodeen al individuo, aquellos con los que se mantiene una constante relación y que podrían ser consideradas como las únicas opiniones fuertes, y no las opiniones que provienen de agentes externos y desconocidos (Salmon y Kline 1985), es decir, círculos como el familiar, el de amistades cercanas o incluso, el educativo, no son tomados en cuenta por Noelle-Neumann, lo que provoca que la autora omita la posibilidad de que los individuos tengan más fuentes de información, incluso algunas con mayor peso que las del agente que intenta crear influencia. Según la autora los individuos al percibir cuál es la opinión más fuerte se inclinarán hacia ella, pero no se toma en cuenta que esto no necesariamente ocurre, ya que en algunos casos el individuo “conserva fuertes convicciones internas mientras las oculta públicamente” (9), en este caso, las críticas señalan que es preciso realizar un estudio sobre los reales pensamientos de quienes emiten la opinión. Pero esto se centraría solamente en ese individuo, y lo que las críticas no perciben es que de todas maneras eso no tiene relevancia dentro del proceso de generación de una opinión que logre encajarse como opinión pública. Es decir, las sensaciones y reales pensamientos que pueda poseer un individuo no tendrán verdadera influencia sobre lo que ha llegado a formar parte de la conciencia pública, pese a que sea errada o no, la idea que haya llegado a poseer la suficiente fuerza como para superar la espiral y consolidarse en el clima de opinión, esa idea será la que continúe incrementando su fuerza con el boca a boca.

Otra de las críticas es que se le atribuye poseer una perspectiva bio-antropológica en la que las personas, semejando a los animales, tienen miedo al aislamiento. Así, desde esta comprensión, señalan los críticos, la autora se olvida de un factor fundamental dentro de la interacción social entre individuos, que es el elemento cultural; por lo que su teoría no podría definir la naturaleza social definitiva del ser humano (Dittus 2005). Es decir, la crítica nace de

que la autora toma el temor al rechazo como un sentimiento que nace desde la individualidad, negando la posibilidad de que este pueda provenir de la imposición de un discurso cultural imperante (Dittus 2005). Nuevamente, pese a que dentro de la comprensión que realiza Noelle-Neumann no se tome en cuenta las innumerables influencias contextuales que posee un individuo, entre ellas el factor cultural que lo rodea, no por ello su teoría posee menor valor pues el enfoque que se precisa destacar es que la autora señala que ese temor existe, sea porque se desarrolla de manera individual o bien debido a que su nicho cultural es quien lo influye para generar esa sensación. Así, nuevamente, esa desconfianza y falta de autoestima que, puede o no responder a un factor cultural o al propio desarrollo individual de la persona, son las que causan que ciertas opiniones tomen más fuerza que otras. Como se señala anteriormente, pese a que esas opiniones no reflejen en realidad el criterio individual de la persona, son exteriorizadas de tal manera que permiten dar la sensación de que una opinión se ha fortalecido y otra, se extingue.

### **3.1 La espiral del silencio en la virtualidad**

En la actualidad este temor al rechazo y desconfianza se trasladan a una esfera distinta, las redes sociales. Este contexto se convierte en un espacio que permite crear lo que en líneas anteriores se detalla, la posibilidad de desarrollar una identidad virtual distinta a la offline. Así, gracias a la barrera espacio-temporal el usuario tiene la posibilidad de sentirse seguro, ya que frente a la imposibilidad de reflejar los estímulos físicos que resultan de un proceso de baja autoestima o desconfianza que pudieran desatarse de manera involuntaria, dentro de estos espacios de interacción virtual es posible tomar el tiempo necesario para intentar permear esas sensaciones de inseguridad y desconfianza. Entonces, a través de esta construcción de identidad es posible desarrollar una personalidad confiada en la que las declaraciones producidas en el espacio de redes sociales se convierten en las de un individuo -ahora usuario- confiado. Retomando parte de lo analizado en torno a las críticas que se generan sobre la teoría de Noelle-Neumann, en estos espacios se puede, o no, reflejar una opinión en la que el usuario pueda manejar los aspectos de sus ideas que quiere visibilizar, es decir, la opinión se genera en un ambiente en el que el usuario tiene mayor control.

Sobre estos espacios de redes sociales Bauman afirma que el éxito de plataformas como Facebook -red que se pretende estudiar- reside justamente en el temor, el miedo al rechazo y

la soledad. Tanto Bauman como Donskis visualizan que la modernidad líquida<sup>15</sup> es la causante de fomentar la cultura del temor, pero este temor no solo se halla en el miedo al aislamiento, sino que también se impregna en el temor a la insignificancia, “a no dejar huella alguna de visibilidad y presencia” (Bauman y Donskis 2015, 121). El temor se convierte pues en una sustancia que vitaliza no solo la interacción y acción que se propicia en las redes virtuales, sino que, como consta en los estudios realizados por Noelle-Neumann, el temor es parte fundamental dentro del proceso de formación de un clima de opinión pública, categoría que se desarrolla más adelante.

Este tipo de plataformas de interacción social virtual implican una visibilización de la persona a un nivel macro, sus fotografías, e ideas se encuentran ahora en un escenario digital en el que cualquier desconocido puede juzgarlo. Este espacio de interacción pública modifica las prácticas en que las ideas se ponen en marcha. Ahora el exponerse en Internet implica ir más allá y buscar las maneras en que lo que se publique responda justamente a lo que se desea publicar, es decir, pensar y diagramar esa opinión antes de ser emitida en público. Este proceso se lo realiza de manera casi espontánea, socialmente las personas logran desarrollar las herramientas necesarias para decir en público lo que se debe decir, es una habilidad que se comprende desde la infancia pero en el espacio virtual, este análisis sobre las infinitas posibilidades de publicar esa opinión, se incrementan. En redes sociales, al menos quienes han comprendido las dinámicas que involucra esta interacción virtual, se examina la imagen, las palabras y los respectivos contenidos que posee cada una. Este recorrido mental sobre las decisiones que se toman acerca de cómo emitir esa opinión abre la posibilidad para creer que la espiral del silencio se encuentra en vigencia, incluso en estas nuevas formas de interacción que contienen distintas mecánicas. Es necesario tomar en cuenta que estas expresiones de opinión, o meme dentro del espacio de redes sociales, guardan estrecha relación con el lugar y momento en el que sean manifestadas, es así que el contexto nuevamente cobra relevancia al momento de analizar cualquier tipo de variable. Dentro de este proceso se suma además la variable antes señalada, el temor. De este sentimiento surgirán miles de probabilidades que son consideradas antes de intentar proyectar una imagen específica hacia aquellas personas a las que se sabe podrá llegar la información, opinión, imagen o meme, emitido.

---

<sup>15</sup> La modernidad líquida se caracteriza por una ceguera moral, que se traduce en la pérdida de sensibilidad y de empatía hacia los demás. En esta modernidad líquida las relaciones son inciertas y cambiantes (Urteaga 2015, 6).

Detallada la mirada con la que se va a realizar este recorrido teórico acerca del análisis del posible reflejo de la teoría de la espiral del silencio en la red social Facebook, se requiere también especificar qué se comprende por opinión pública. Esto debido a que dentro de la investigación se pretende además analizar los memes como un factor relevante dentro de la formación de un clima de opinión desarrollado en esta red social, y para ello es necesario que en primer lugar se explique a breves rasgos la definición sobre la que se desarrolla la presente investigación. Para ello, se tomará el concepto que otorga Noelle-Neumann, en el que opinión pública se define como “las opiniones sobre temas controvertidos que se puede expresar en público sin aislarse” (Noelle-Neumann 1995, 89)<sup>16</sup>.

La autora parte de la definición sobre opinión pública realizada por Luhmann, para este autor “la opinión pública ha cumplido su función cuando ha llevado un tema a la mesa de negociación”, es decir al foco de atención pública (Noelle-Neumann 1995, 200). Pero la opinión pública desde la perspectiva luhmanniana tiene más méritos ya que las reglas de atención permiten la selección temática. Así, un tema se encuentra en discusión y forma parte de la opinión pública gracias a que -de acuerdo a Luhmann- ha atravesado dos procesos, en primer lugar la presentación de este tema de manera general, y a continuación le sigue el planteamiento de las posiciones que se encuentren a favor o en contra de los acontecimientos, para finalmente tomar una decisión con base en ese tema<sup>17</sup>. Noelle-Neumann al hacer una lectura sobre este proceso, señala que será uno de los dos 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. El sistema de medios de comunicación de masas es fundamental en los estudios realizados por Luhmann, dado que este sistema funciona y se nutre con las opiniones -consideradas como acontecimientos-, esto con el fin de oponer resistencia a sus propias prácticas, es decir, los medios oponen resistencia a través de la incorporación de “sangre nueva” (Luhmann 2000, 129). Asimismo, para el autor la función de los medios de masas no es la difusión, socialización o educación que busca producir “conformidad con las normas” (140) sino más bien se enfocan en la “producción y procesamiento de las estimulaciones” (140), para los medios -afirma Luhmann (2000)- los medios de masas prefieren el valor de la sorpresa que puede contener una información. Algo fundamental que

---

<sup>16</sup> Este, y parte de los párrafos siguientes han sido tomados del ensayo “Análisis de los memes como un componente de la opinión pública que se produce en la red social Facebook”, realizado como trabajo final de la materia *Comunicación y Opinión Pública*.

<sup>17</sup> “Esta versión de la opinión pública solo se aplica a acontecimientos breves, a situaciones fluidas de agregación, como las llamó Tönnies” (Noelle-Neumann 1995, 200).

detalla el autor sobre el valor que tienen los medios de masas, es que estos garantizan “un presente conocido del cual puedan partir para seleccionar un pasado específico o expectativas futuras” (141). Es así que, si bien los medios de comunicación no son una de las temáticas que preocupan a la actual investigación, es necesario especificar que son parte indispensable dentro del proceso de formación de opinión pública que propone la autora y, dentro del escenario que se analiza (Facebook), debido a que la proyección que estos planteen de la realidad permite a los usuarios, tanto del medio online -redes sociales- y offline, asentar las ideas dentro de un pasado seleccionado y, sobre esa base, tomar decisiones y acciones futuras, lo que convierte a los medios de comunicación en artífices de la opinión pública que se genere en la esfera social de Facebook.

Continuando con la visión luhmanniana, los memes que se generan en la red social Facebook (centrando el estudio en el objetivo de la investigación) 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, 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, por ello que generalmente en los memes solo se toma en cuenta aquellos contenidos que tienden a la espectacularización. Cabe señalar que, la espectacularización como variable no será tomada en cuenta dentro de la investigación, pero sí lo será la influencia mediática.

Se requiere 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, en otras ocasiones a colectivos u organizaciones, y en procesos políticos, a troll centers<sup>18</sup>; en todos estos casos los intereses serán particulares. Pero serán los medios de comunicación los que conduzcan a que un mensaje -meme- ingrese o no a formar parte de la opinión pública, en este caso las *fan page* de los medios de comunicación son las que presentan la temática sobre la que se desarrollan los innumerables contenidos meme de Facebook (en especial cuando se trata de contenidos

---

<sup>18</sup> Espacio cuyo trabajo es la creación de cuentas ficticias que tienen como objetivo atacar a través del uso de redes sociales. Generalmente son utilizados durante campañas electorales.

políticos), con lo que el sistema de medios de comunicación de masa mantiene su reproducción a través de la autopoiesis, ahora en un nuevo espacio, el virtual.

Habermas, imprescindible en cuanto a estudios acerca de opinión pública, denomina a esta variedad como “opinión quasi-pública”, el autor la comprende desde el ámbito comunicativo informal que posee una “notoriedad pública avivada por las publicidades<sup>19</sup> internas a las organizaciones” (Habermas 1994, 274). Con esto, Habermas plantea que este tipo de opinión se destaca por su capacidad para hacerse visible, en principio gracias a la publicidad que gozan las organizaciones desde su interior y que presentan a los actores de esas organizaciones en público. Posteriormente, el autor examina que a partir de la influencia que los medios poseen es que los actores adquieren un espacio para producir opinión, en este caso una opinión cuasi pública. Para el autor, este ámbito comunicativo informal, generado en “espacios públicos autónomos” (Habermas 1998, 614) -como es el caso de las redes sociales-, se conectará con el ámbito comunicativo formal justamente a través de los “canales de notoriedad pública” (Habermas 1994, 274). Así, el perfil de cada usuario se convierte en ese espacio público autónomo que, gracias al vínculo que posee con un canal de notoriedad -el perfil del medio de comunicación o institucional- puede alcanzar la visibilización deseada y formar parte del debate público. Cabe señalar que para Habermas una opinión es pública debido a que se ha forjado al calor del debate racional (proceso en el que prima la posibilidad de que cada argumento expuesto posea fundamentos y pueda ser criticado), por ello que este tipo de opiniones se denominen cuasi públicas puesto que no atraviesan el proceso de debate público racional pero ya se han sumergido en él gracias al impulso que le otorgaron los medios de comunicación. Entonces, el meme que se forma como una opinión autónoma ingresa al debate público gracias a la notoriedad que ha conseguido sin haber atravesado un proceso de discusión. En la misma línea, esto puede ser comparado con el análisis que presentan tanto Dewey (1954) como Habermas pues para ambos, aquellas opiniones de individuos “atomizados” que consumen los medios en sus hogares no serían categorizados como un público (Dahlgren, 2005, 149) y, trasladando este criterio al espacio de redes sociales, aquellas opiniones atomizadas, de individuos que consumen a través del ordenador, tampoco serían considerados público. Con esto, desde la visión habermasiana, las opiniones que se desarrollan en el espacio de redes sociales no pueden ser consideradas opiniones públicas tanto porque son posicionadas por espacios de notoriedad pública sin un proceso de

---

<sup>19</sup> Esferas públicas.

debate, como por su peculiar espacio de desarrollo, un escenario virtual en el que las prácticas discursivas no se generan dentro de una conversación cara a cara.

Este análisis no pretende reducir el proceso de opinión en redes sociales a solo una opinión producto del estímulo mediático o institucional, más bien se busca comprender las dinámicas que se propician dentro de la plataforma virtual y dentro del proceso en el que, como explica Noelle-Neumann, la suma de opiniones individuales podrían transformarse en una opinión pública gracias a la capacidad de interacción que poseen las personas, esto como resultado de su naturaleza social (Noelle-Neumann 1995). Por tanto, los memes existentes en Facebook tendrían las siguientes opciones posibles para formar parte de la opinión pública: ingresar como fruto del debate -"racional"- que se puede conseguir dentro de los comentarios y la opción compartir, lo que puede llevar a que se produzca el fenómeno de la viralización; escalar rápidamente e instalarse en la opinión pública debido a la ayuda mediática que posea o; como consecuencia de la visibilidad adquirida al provenir de un actor representativo, en este caso, si el número de seguidores de una página es alto también podrá el meme consolidarse como una opinión visible a causa de la representatividad que posee. Estas últimas dos opciones, desde un aspecto formal ya no llevarán el nombre de opinión pública sino más bien sería opinión cuasi pública.

Así, señalar que los memes son una forma comunicativa es innegable, pero esto se ratifica desde la mirada de Luhmann quien enfatiza que las formas comunicativas son las que contribuyen a la construcción de una realidad mediada (Luhmann 2000). Mediación comprendida como ese arbitraje que se produce tras la selección temática en redes sociales, que posteriormente se replican y multiplican, para finalmente formar la opinión pública o cuasi pública.

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

Para facilitar la idea de cómo se comprende a la opinión pública dentro de la presente investigación, se requiere especificar que las opiniones emitidas, sea que atraviesen un proceso racional y se conviertan en opiniones públicas a través del intercambio de argumentos o que, se consoliden en la percepción de una opinión pública gracias a una mediación y se nombren, de acuerdo a Habermas, como opiniones cuasi públicas, el concepto que encamina este trabajo es concentrarse en que la opinión pública es el conjunto de opiniones realizadas de manera abierta en público, y sin temor. Se debe detallar otro de los conceptos que serán



fundamentales para la investigación: clima de opinión. 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. Así, 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.

El clima entonces rodea totalmente al individuo desde el exterior, sin que el individuo pueda escapar de él ya que, de manera simultánea, el clima se halla también dentro, ejerciendo la mayor influencia sobre “nuestra sensación de bienestar” (Noelle-Neumann 1995, 108). Comparado con el clima, temperatura y condiciones atmosféricas, que envuelve a un individuo y genera sensaciones perceptibles físicamente, resultando estas impresiones posteriormente en la toma de decisiones sobre el presente y futuro accionar del individuo, dentro del clima de opinión ocurre algo similar pues al tener una idea sobre el clima de opinión que rodea a cada persona, la toma de decisiones se determina de acuerdo a lo que cada persona percibe que ocurre con las ideas a su alrededor.

Así, Noelle-Neumann afirma que la espiral del silencio se convierte en una reacción ante los cambios y, ante la percepción del clima de opinión. La autora señala además que la expresión “clima de opinión” representa de mejor manera la idea de una distribución de frecuencias que la del término “opinión pública”, pues el clima de opinión permite representar a aquella fuerza relativa que se genera entre las diversas tendencias contradictorias (108) que puedan desarrollarse en la opinión pública. Es decir, el término clima de opinión permite comprender las variantes que surgen dentro de la composición de la opinión pública, los pequeños espacios, brechas o inclinaciones variables que suceden dentro de la composición de la macro opinión pública. Por otra parte, Noelle-Neumann señala además que el término “clima” facilita encajar en la mente un espacio y una temporalidad, de esta manera el clima de opinión, su idea dentro de un momento específico, ayuda a articular esa percepción

desarrollada durante la evaluación de las disposiciones que envuelven al individuo al momento de percibir las opiniones que lo rodean.

Cabe señalar que para la autora el clima de opinión posee ciertas funciones (Noelle-Neumann en Valbuena de la Fuente, s.f.), y son:

1. Integrar, condición para que la sociedad sobreviva
2. Estabilizar las sociedades
3. Establecer prioridades
4. Conferir legitimación

A raíz de este listado, 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 (2001a), la sociedad es la que modela Internet y no a la inversa. Con esto, poder analizar si el clima de opinión generado en la red social Facebook se comporta de acuerdo a las investigaciones realizadas por Noelle-Neumann.

Ahora, cómo puede influir un meme sobre la opinión pública en general y sobre el clima de opinión en particular. Con respecto a este proceso, es preciso recordar la explicación que otorga Noelle-Neumann (1995) sobre cómo los medios de comunicación son parte importante en cuanto a la apreciación que realiza la audiencia, imprescindibles para entender la formación del clima de opinión. Para la autora el clima de opinión tendrá entonces dos influjos, la impresión propia que posea cada persona, que se basa en las “observaciones de primera mano” (213), y la impresión que se basa en la perspectiva que otorga la televisión, resultando en lo que denominó “clima doble de opinión”. Es así que los medios de

comunicación y el contexto inyectarán su dosis de influencia, la cual se transmitirá hacia los individuos, en este caso a aquellos que elaboran el meme.

El meme, entonces, puede ser percibido como un mecanismo que facilita plasmar y emitir ideas que responden al clima de opinión vigente. Pero el ciclo no acaba ahí pues posteriormente el meme pasa a formar parte también del proceso de evaluación constante que mantienen los individuos sobre el clima de opinión que los rodea, gracias a la selección temática propuesta por Luhmann acerca de las “reglas de atención” explicado con anterioridad, en el que se plantea un tema, de ser adecuado para la discusión se adoptarán posiciones a favor o en contra y finalmente podrá ser considerado maduro para tomar decisiones sobre este (Noelle-Neumann 1995, 200) dentro del espectro de la red social en estudio.

A manera de cierre sobre esta subcategoría primordial dentro del análisis que se pretende realizar para la investigación propuesta, Noelle-Neumann detalla -como una de sus hipótesis- que el clima de opinión depende de quién hable y quién permanezca en silencio ya que la inhibición con la que se expresen los criterios a favor de una opinión se incrementarán en la medida en que más adeptos se animen a seguirlos, provocando de esta manera que el clima de opinión que se percibe responda únicamente a la opinión con mayor apoyo (Noelle-Neumann 1995).

Es preciso además señalar que las categorías propuestas por la autora poseen una utilidad adicional pues, no solo permiten contemplar la idea de que en medio de las constantes variables de opinión que se desarrollan en el espacio público es el individuo el que puede tomar la decisión acerca de qué postura tomar, sino que además el desarrollo de su teoría la basa en el comportamiento electoral, lo cual encaja y facilita el análisis del actual tema en estudio. Es así que, gracias a la investigación generada por Noelle-Neumann, la comprensión de que los individuos se ven influidos por la espiral del silencio en el desarrollo del proceso electoral ayuda a alcanzar los objetivos planteados para el presente trabajo.

Así, tras conocer esta base teórica, la investigación promete realizar un análisis a los memes de humor político propiciados, a la luz de la teoría de la espiral del silencio. Esto con el fin de verificar si el temor al aislamiento que Noelle-Neumann halló dentro de sus investigaciones

sobre el análisis del clima de opinión, es un factor que se replica en las nuevas formas de interacción, es decir, en el espacio de la red social Facebook.

## Capítulo 2

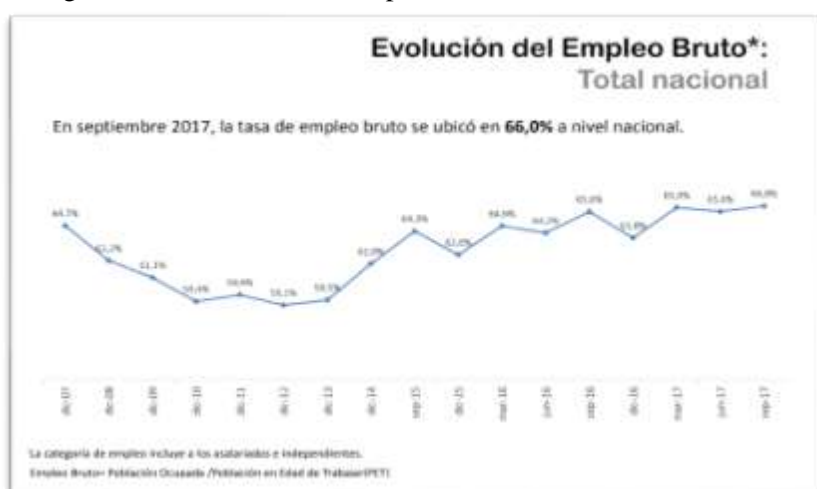
### Contexto

#### 1. Ecuador en el año 2017, panorama socio económico para entender el comportamiento en las redes

Para el año 2017 la realidad ecuatoriana, tal como la reflejan los diarios, se ve invadida por una campaña electoral que bombardea los rotativos con el tema de la “crisis” en el país, una recesión económica, sumada a la ola de despidos eran temas que se tratan a diario. A esto se suma que el país se encuentra todavía levantándose de las afectaciones materiales y emocionales que trajo consigo el terremoto de magnitud 7,8  $M_w^{20}$  ocurrido el 16 de abril de 2016.

Así, en principio es necesario acercarse a lo que señalan las cifras oficiales sobre este panorama de “crisis”. De acuerdo a los datos otorgadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), el Ecuador en inicios de ese año buscaba superar un crecimiento del 5.26% de desempleo, con un incremento del 0,46% con relación al mes de diciembre del año 2015, siendo Quito la ciudad con mayor tasa de desempleo al alcanzar un 9,1% (Pacheco 2017). La misma institución, dentro del informe *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo* realizado con los indicadores laborales hasta el mes de septiembre de 2017, refleja que para finales del 2016 la tasa de empleo bruto tuvo un descenso del 1.8%, cifra que solo se elevó hasta marzo de 2017 (fig.2.1).

Figura 2.1. Evolución del Empleo Bruto en Ecuador 2007 - 2017

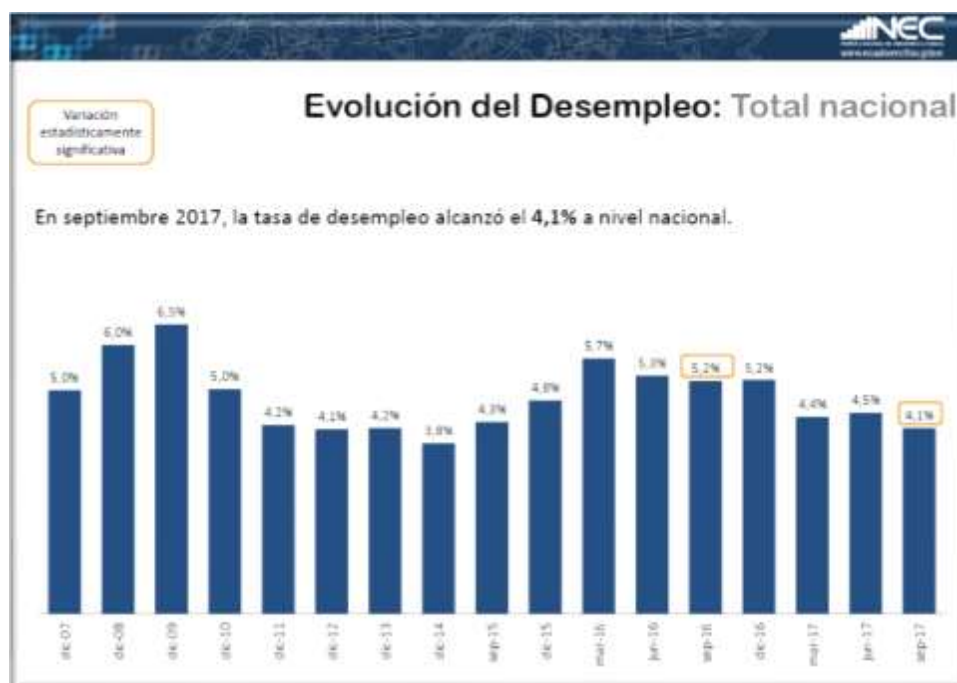


Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2017.

<sup>20</sup> Escala sismológica de magnitud de momento.

Bajo la categoría del desempleo, el mismo informe expone que esta variable, a lo largo del 2016, se había elevado. Para el cierre de ese año Ecuador presentaba 5.2% de desempleo, valor que para marzo del siguiente año por fin disminuyó (fig.2.2).

Figura 2.2. Evolución Desempleo en Ecuador 2007 - 2017



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2017.

Lo que se busca con estos gráficos es exponer en cifras una de las demandas que se presentaron tanto durante la pre-campaña como en el desarrollo de la misma, todo esto para poder validar la especulación de la idea de *crisis*. Titulares de prensa, e incluso secciones especiales se le dedicó a esta preocupación. Todo esto como parte de la información generada para alimentar la opinión pública desarrollada durante la temporada electoral, misma que fue utilizada para facilitar que el clima de opinión percibido no solo en el espacio físico, sino también en las redes sociales, se inclinara a favor del ala opositora al régimen.

Otra de las ideas que sobresalen en el clima de opinión del periodo de campaña es la corrupción. Así, dentro de una investigación desarrollada en agosto de 2017<sup>21</sup>, la recopilación de datos desarrollados a partir de un análisis de contenido a los diarios La Hora, El Universo y El Telégrafo, muestra que la palabra *corrupción* era la que mayor presencia tiene en las

<sup>21</sup> La investigación “Análisis de framing realizado por tres diarios de Quito sobre el tema corrupción durante la campaña electoral para los comicios del 19 de febrero de 2017”, corresponde al trabajo final realizado para la materia *Comunicación Política*.

noticias y titulares. Sobre este tema, al que mayor cobertura le brindaron los tres medios de comunicación investigados, resulta ser el caso Petroecuador con un 47%, en segundo lugar se halla el caso Odebrecht con un 31%. Nuevamente, estas cifras muestran el trabajo electoral desarrollado por los medios sobre la idea de crisis, criterio que acompañaría toda la campaña.

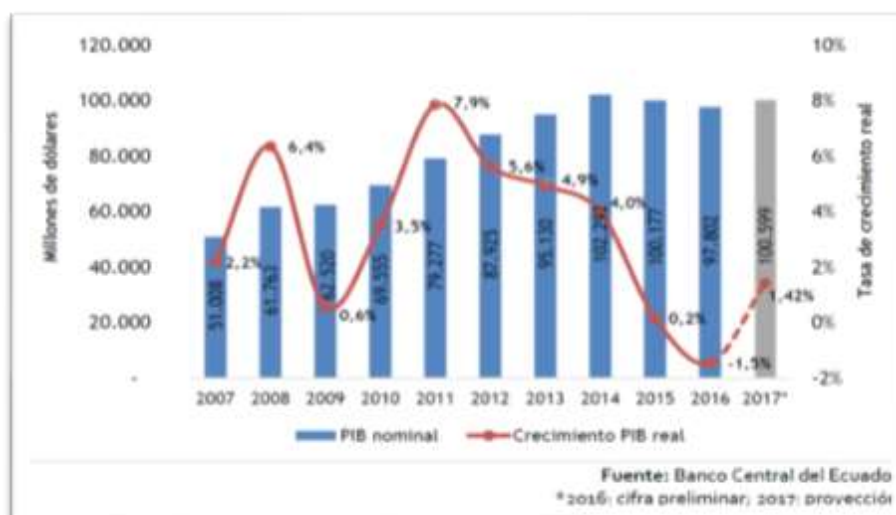
Tabla 2.3. Proyecciones del Crecimiento Económico 2017 - Ecuador

Institución	Crecimiento del PIB
Fondo Monetario Internacional	-1,6%
CEPAL	0,6%
Banco Mundial	-2,9%
Banco Central del Ecuador	1,42%

Fuente: Elaborado por Cámara de Comercio de Guayaquil, 2017.

Por otra parte, en lo que respecta al ámbito económico, dentro del *Informe de Posición Estratégica 184. PIB 2016 y Proyecciones 2017*, la Cámara de Comercio de Guayaquil contrasta la divergencia entre posiciones optimistas y pesimistas para el país en ese año (tabla 2.3), y señala que la economía ecuatoriana ha sufrido una desaceleración a partir del año 2011, cerrando para el 2016 con un decrecimiento del 1,5% lo cual (fig.2.3), según indica el informe, había sido la primera vez -desde el inicio de la dolarización en el país- que el Ecuador presenta un decrecimiento ([CCG] 2017).

Figura 2.3. Crecimiento PIB Ecuador 2007 - Proyección al 2017



Fuente: Informe Cámara de Comercio de Guayaquil, 2016.

Con este panorama se iniciaba en el Ecuador una carrera electoral en la que la decisión no era elegir entre los siete candidatos inscritos, que eran: Lenín Moreno, Cynthia Viteri, Guillermo Lasso, Abdalá Bucaram Pulley, Paco Moncayo, Patricio Zuquilanda y Washington Pesántez. Más bien en ese momento el voto radica solamente entre dos posturas: continuar con el sistema impulsado por el Movimiento Alianza PAIS desde hace diez años atrás, o cambiar de metodología.

Con este escenario, el clima de opinión que rodea al proceso electoral se percibe en constante duda entre saber si las cifras que reflejan los medios son ciertas o, si las palabras de certidumbre sobre el trabajo realizado y la confianza que proyecta Correa, eran señal de que los medios y las cifras estaban errados. Con esta división de criterios entre quienes confían o no, entre aquellos que desean continuar de la mano del Movimiento Alianza PAIS y quienes buscan un cambio, radica la amplia mayoría de información mediática y de opinión pública en la que circulan los criterios de los individuos. Así, dentro del escenario de redes sociales se puede también apreciar que tanto las páginas oficiales de los medios, como aquellas que se consideran de actores representativos (páginas institucionales), contienen temáticas relacionadas al tema de la *crisis* y el conflicto entre criterios que apoyan las decisiones del gobierno de turno, y detractores del mismo.

### **1.1 Ruta electoral, elecciones 2017**

El 18 de febrero de 2016 el Consejo Nacional Electoral (CNE) aprueba el calendario electoral en el que se define como fecha para las elecciones generales el 19 de febrero de 2017, ejercicio electoral en el que se elige al binomio presidencial para el periodo 2017 - 2021. Dentro del Plan Operativo Electoral (POE) aprobado por el CNE se expone que las fechas para los distintos procesos clave son ([CNE] 2016):

1. Finalización del plazo para inscripción de organizaciones políticas, 18 de agosto de 2016
2. Convocatoria elecciones, 18 de octubre de 2016
3. Inicio Campaña Electoral, 3 de enero de 2017
4. Fin de Campaña Electoral, 16 de febrero de 2017
5. Elecciones primera vuelta, 19 de febrero de 2017
6. Elecciones segunda vuelta, 2 de abril de 2017



Una de las controversias que acompaña al proceso electoral, y que también se convierte en oportunidad para dar cuenta de la disputa entre pro y contra correístas, es la utilización del método Webster modificado en el caso de los asambleístas nacionales, y el método D'Hondt para los asambleístas provinciales. Ambos se hallan contemplados en el *Código de la Democracia* que rige a partir del 2012, durante el gobierno de Rafael Correa. De acuerdo a los críticos, el método Webster “es antidemocrático porque deja las elecciones al azar y obliga a votar a ciegas por toda la lista” (Rojas 2009). En cuanto al método D'Hondt, los analistas afirman que este otorga mayor fuerza al voto en plancha ya que, por ejemplo, al otorgarle un voto de entre cinco candidatos de la lista del partido o movimiento, solo se le otorga un quinto del voto total a ese candidato seleccionado (La Hora 2013).

Posteriormente, tras la lectura pública de los resultados en los que se otorga la victoria al binomio Moreno - Glas, dando continuidad a la Revolución Ciudadana, no se hicieron esperar las protestas de los ciudadanos que se alzaban a las afueras de los edificios sede del Consejo Nacional Electoral, principalmente en la ciudad de Quito, con el reclamo a viva voz de “fraude” en los partidarios de la oposición, en especial los simpatizantes y miembros del movimiento CREO, que representaba al binomio Lasso - Páez. Es necesario acotar que la idea de fraude era otro de los criterios que se venían desarrollando en el clima de opinión de aquel momento, sobre esto Ramos (2017) afirma que la hipótesis del fraude es una construcción y una estrategia propia de los partidos de derecha.

Varias fueron las manifestaciones de apoyo -a ambos binomios- las que se desarrollaron tanto de manera pública, y emitidos a través de los medios de comunicación, como a través de las redes sociales. Videos, imágenes y, sobre todo memes, se compartían dentro de estas plataformas, todo con el fin de reflejar cuál era la postura política por la que se inclina el usuario y poder apoyar a su candidato electo en el proceso de campaña. Se debe tomar en cuenta lo expuesto con anterioridad, que a estas batallas políticas que se desarrollan entre los internautas se suma el reflejo de una opinión pública que ha sido bombardeada por los temas crisis, desempleo y corrupción.

Así, durante este periodo político las redes sociales jugaron un papel importante ya que a través de estas vitrinas el electorado, principalmente el juvenil (millennial) que conforma una importante parte de los votantes, accede a spots políticos, noticias, información política y material de humor político propio de estos formatos (memes y videos) por medio de los

canales virtuales. Tanto los ciudadanos como los candidatos en ese entonces tienen presencia dentro de estos espacios virtuales, incluso se percibe que las publicaciones de los postulantes a ocupar la silla presidencial dan cuenta de que han comprendido que el uso de estas herramientas promueve la interacción con esta sección de los electores. Así, a través de este espacio los candidatos informan acerca de sus actividades y de sus propuestas, además dentro de estos escenarios online de interacción se refleja la alta presencia de propagandas, mismas que no solo aparecen como espacios publicitarios contratados, sino que son compartidos por el círculo social dentro de las redes de cada usuario.

### **1.1.1 El Correísmo**

Surgida como una coalición política formada por más de treinta organizaciones políticas y sociales, fue en el año 2006 en el que el Movimiento Alianza PAIS (Patria Altiva y Soberana) -que representa a la organización política Revolución Ciudadana- vio la luz. Lanzada formalmente el 19 de febrero de ese año con el “festival cívico” (Ortiz de Zárate 2017), y posteriormente oficializada por el antiguo Tribunal Supremo Electoral (TSE) el 3 de abril de ese mismo año (América Economía 2012), el partido de la lista 35 es hoy en día una de las agrupaciones políticas con mayor número de victorias a su haber.

Ganando en segunda vuelta en las elecciones del 2006, Rafael Correa Delgado emprende la tarea de terminar con la inestabilidad política que venía padeciendo el país durante los últimos años. Gracias al amplio periodo de tiempo que Correa estuvo en el poder, y con la posibilidad de desarrollar una política a largo plazo, sumado a los grandes ingresos económicos que se obtuvo por el incremento del precio del barril de petróleo, que para agosto de 2014 alcanzó el valor de 90 dólares (Acosta y Cajas G. 2015), el ex presidente realizó una de las más fuertes transformaciones que ha visto el país. En un balance de su gestión, algunos de los logros que le atribuyen sus partidarios son (El Telégrafo 2017):

1. Dignificación de los servicios públicos.
2. Mejoramiento en infraestructura de escuelas, entidades públicas y hospitales.
3. Creación de nuevos hospitales, escuelas, escuelas del milenio y entidades públicas.
4. Rehabilitación y desarrollo de un sistema vial de primer nivel.
5. Cambio de la matriz energética.
6. Atención de calidad, creación de garantías de dignificación y generación de programas y servicios especiales para las personas que comprenden los sectores vulnerables de la

sociedad: niños, adultos mayores, personas con enfermedades catastróficas y personas con discapacidad.

Para muchos de sus partidarios el proyecto político de Correa se caracteriza como una revolución en la que se consolidaron logros históricos. Entre los “logros” de este proyecto político, que ostentó el sillón presidencial por más de una década, se suma lo que para muchos resulta en la democratización de la comunicación (Cutimbo 2011) pues gracias a la *Ley de Comunicación* publicada en el Registro Oficial el 25 de junio de 2013, varias de las atribuciones que poseían los medios, propias del modelo neoliberal, se eliminaron, y se impulsó con ella una constante lucha entre el gobierno y el gremio periodístico. Sin datos certeros, se puede señalar además que en el desarrollo del gobierno de Correa la comunicación, y en especial la comunicación política, vivió un fuerte desarrollo ya que no hubo entidad gubernamental en la que el área de comunicación se convirtiera en algo prescindible. A la par de este perfeccionamiento en la rama comunicacional, se ve además un impulso en lo que se refiere al uso de redes sociales y páginas web. Así, cada institución pública tenía el deber de mantener informada a la ciudadanía a través de estos canales, este fenómeno hizo que los medios de comunicación y los ciudadanos también incursionaran dentro de estas herramientas, todo esto con el fin de mantenerse informados y generar una interacción, en la medida de lo posible.

Las habilidades kinestésicas de Correa lo llevaron a un buen manejo escénico, esto sumado a su destreza en cuanto a la comunicación oral provocaron que su gobierno destacara en particularidades de análisis que no habían sido tomadas en cuenta dentro de presidencias pasadas. Destaca además del resto de gobiernos ecuatorianos por el desarrollo de un sistema de rendición de cuentas llamado *Enlace Ciudadano* en el cual, a través de la división en segmentos, el ex presidente emitía el informe de cada una de sus actividades, planificación y nuevos dictámenes que se realizarían en el país.

Correa sin duda generó una fuerte transformación no solo política y económica sino que además trastocó la sociedad a través de los múltiples cambios que, según sus críticos, no resultaron en la promesa de un próspero desarrollo del país sino que más bien lo llevó a sufrir una fuerte desestabilización económica, destrucción de la institucional a través de su intervención en las cinco funciones del Estado (ejecutivo, legislativo, judicial, electoral y de transparencia y control social), un déficit presupuestario en relación al PIB y, dejando como

legado una deuda que imposibilita a los futuros gobiernos a desarrollar cualquier plan político, incluso uno que se encuentre en línea con su filosofía de izquierda.

## **1.2 Sobre los usos de Internet y redes sociales en Ecuador**

Un estudio realizado por el Pew Research Center Internet Project, compuesto por una muestra de 1 801 adultos, facilita comprender las dinámicas que se suscitan en el espacio de redes sociales sobre la conducta humana en cuanto a opiniones con tinte político dentro del espacio de Internet. El estudio detalla que las personas solamente se expresan sobre una temática controvertida dependiendo de las circunstancias en las que se encuentren, además en este escenario cobra importancia el hecho de decepcionar o discutir con las amistades<sup>22</sup> que componen su red social, sin mencionar que tras el surgimiento del acoso a través de redes sociales el riesgo de opinar se incrementó (Hampton, y otros 2014). Contrario a la creencia de que en redes sociales existe la posibilidad de que se generen más espacios para aquellas discusiones minoritarias, y de esta manera ampliar el discurso público (Hampton, y otros 2014), las cifras obtenidas por este estudio reflejaron que 86% de las personas encuestadas estaban dispuestas a discutir en persona sobre un tema controvertido (el caso Snowden-NSA<sup>23</sup>), el porcentaje restante prefería hacerlo en redes sociales. La temática de la investigación se centró en las revelaciones que realizó Edward Snowden acerca de la vigilancia que efectúa el gobierno de Estados Unidos a sus ciudadanos.

Este estudio presenta una antesala para la posibilidad de estudiar el fenómeno desarrollado y denominado por Noelle-Neumann como la Espiral del Silencio, cuyas primeras comprobaciones realizadas en 1972 (Noelle-Neumann 1995, 223) reflejaron que el temor al aislamiento se convierte en un elemento fundamental dentro de la interacción social y en la formación del clima de opinión. Así tras el análisis expuesto de manera previa, en el que la utilidad de la herramienta Internet dependerá del uso que le otorgue el ciudadano, el análisis de la actividad de los ciudadanos ecuatorianos dentro de la red social Facebook durante una etapa electoral podría facilitar la comprensión del desarrollo, o no, de un clima de opinión dentro de esta plataforma virtual.

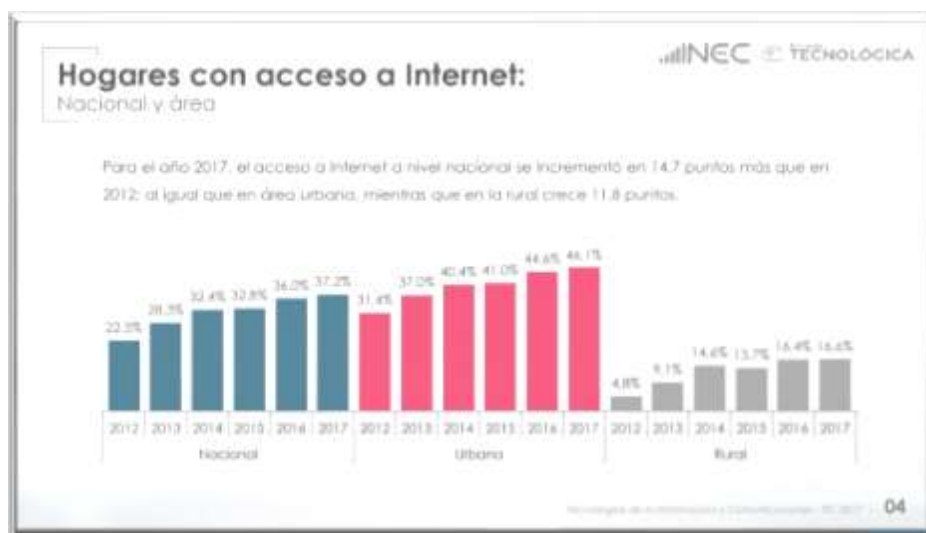
---

<sup>22</sup> En la red social Facebook los “amigos” que se posee no necesariamente son personas de la entera confianza del usuario, en ocasiones solo son conocidos con los que se posee relaciones formales, como las adquiridas en un entorno laboral.

<sup>23</sup> Por las siglas en inglés de National Security Agency (Agencia de Seguridad Nacional).

De acuerdo al informe Tecnologías de la Información y Comunicación ENEMDU – TIC 2017, realizada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) a 31 092 viviendas durante el mes de diciembre de 2017, en el Ecuador apenas el 37,2% de los hogares a nivel nacional tienen acceso a Internet ([INEC] 2017). El mismo documento refleja que 58,3 % de esa población ha utilizado Internet durante el último año, algunos como fuente de información (40,7%) y otros como medio de comunicación<sup>24</sup> (31,0%). Las cifras además reflejan lo que a simple vista es perceptible, los jóvenes de entre 16 y 24 años son los que más consumen Internet; el documento especifica que el 85,2% lo usaron en el año 2017, un peldaño después se encuentran las personas comprendidas entre los 25 y 34 años, con el 73,9%.

Figura 2.4. Acceso a Internet en Ecuador - por área

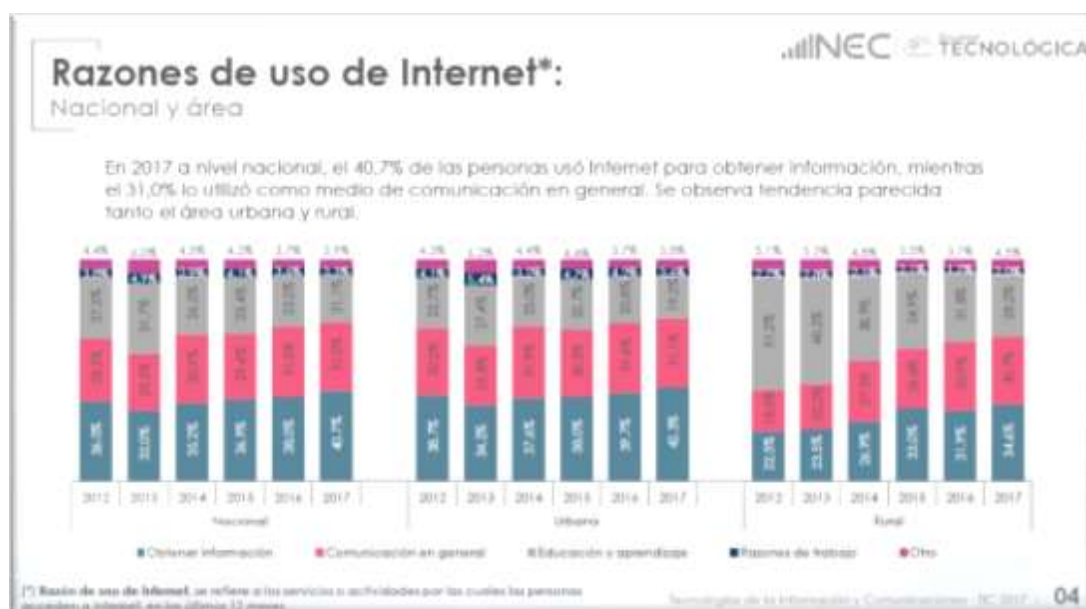


Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2017.

La figura 2.4 refleja que el acceso a Internet en Ecuador tuvo un crecimiento acelerado durante el periodo 2012 - 2013 pero, a partir del 2014 más bien se ha homogeneizado. Destaca y preocupa que en el área rural aún queda trabajo por hacer pues existe una profunda distancia en comparación con el acceso que posee la urbe. Para el 2017 el 46,1% de la población localizada en la zona urbana posee acceso a Internet, mientras que en las periferias, en las zonas rurales, el porcentaje llega a penas al 16,6%.

<sup>24</sup> Frente a las cifras del 2015 (29,4%), se puede notar que existe un crecimiento en cuanto al porcentaje de uso de Internet con fines comunicacionales.

Figura 2.5. Razones uso de Internet en Ecuador - Por área



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2017.

Al analizar la figura 2.5, no solo la población millennial ha modificado sus fuentes de información. De acuerdo a estas cifras, como se detalla anteriormente, a nivel nacional la búsqueda de información se ha convertido en la primera razón por la que se utiliza esta herramienta, con un porcentaje del 40,7%, en segundo lugar se halla su utilidad comunicativa, 31,0% y, finalmente la tercera utilidad que le encuentran los ecuatorianos se halla en usar a Internet como fuente educativa o de aprendizaje, con el 21,1%.

La figura además permite constatar que los usos sí se distinguen dependiendo de la zona territorial, es decir, mientras que en la zona urbana prima el obtener información a través de Internet, en la zona rural, hasta 2015, era más relevante utilizar esta herramienta para fines educativos. Es así que, se puede visibilizar que con el correr de los años las utilidades que los ecuatorianos le otorgan a Internet se van modificando para finalmente conceder el mayor uso a la obtención de información.

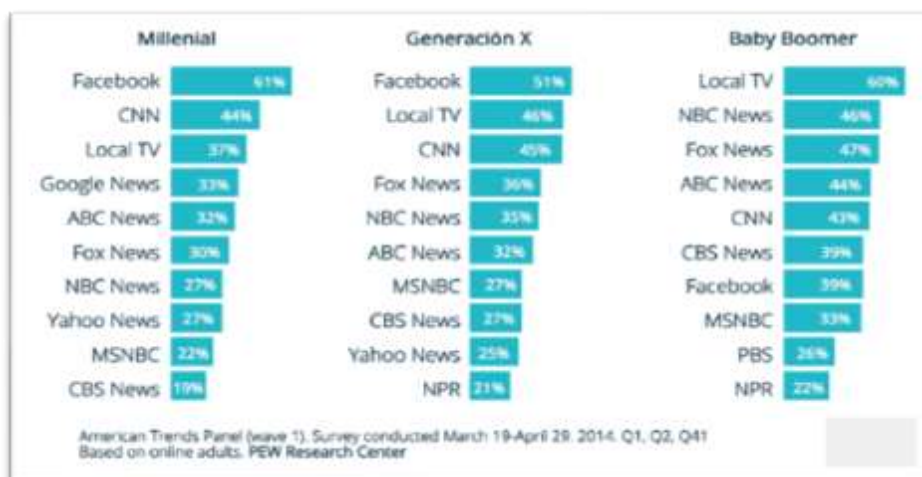
Figura 2.6. Uso de Internet en Ecuador - por edades



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2017.

Destaca en la figura 2.6 el dato de que los jóvenes que más utilizan redes sociales encajan en el rango poblacional perteneciente a los millennials, una generación que de acuerdo al estudio del Pew Research *Millennials & Political News* se ha diferenciado en sus prácticas de consumo de noticias políticas pues, como se menciona en el capítulo anterior, y se detalla en la figura 2.7, son lo que más acceden a esta información a través de la red social Facebook (Álvaro y Rubio 2017). Dentro de este trabajo se explica además que la comunicación mediada por redes sociales facilita el desenvolvimiento de las personas al momento de dar a conocer sus ideas u opiniones. Se explica que esto puede deberse a la informalidad que la caracteriza y a que uno de los propósitos iniciales fue el promover el canje de todo tipo de información.

Figura 2.7. Fuente de noticias políticas

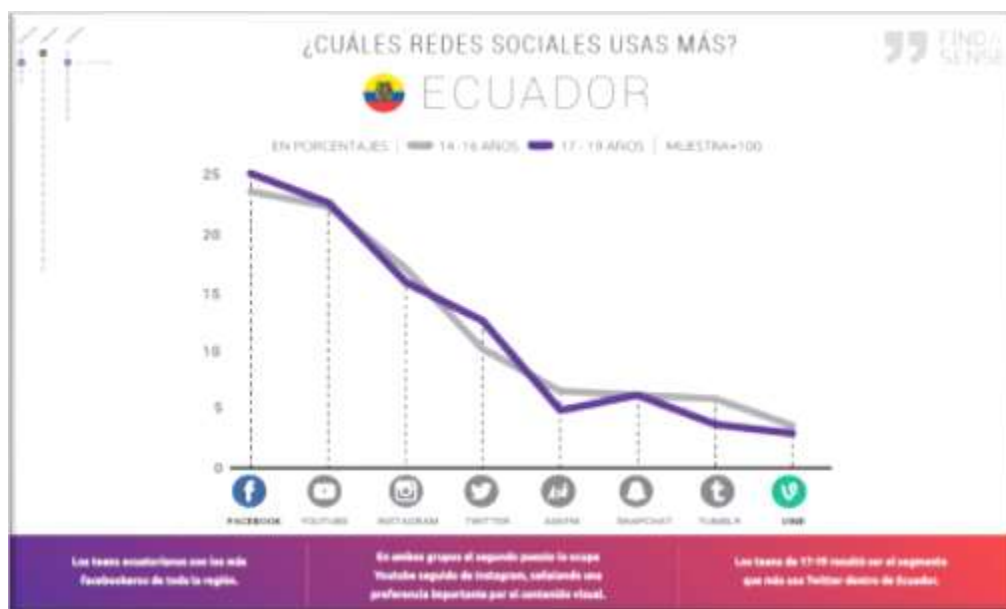


Fuente: Álvaro y Rubio (2017, 25).

Otra investigación que se propuso comprender las nuevas prácticas que poseen los adolescentes fue realizada por la consultora FindASense, denominada *FindOut: Mitos y verdades de los jóvenes en el entorno digital en Latinoamérica y España*, publicada en el año 2015, y que fue realizada a un total de 700 jóvenes en siete países, entre ellos Ecuador. De acuerdo a las cifras presentadas, “los teens ecuatorianos son los más facebookeros de toda la región” (FindASense 2015, 11), otro de los hallazgos fue que en el Ecuador un like en Facebook es casi tan importante como el apoyo de los amigos. Los datos además reflejan que la primera red social que revisan los jóvenes ecuatorianos al despertar es Facebook (fig.2.8). Una de las conclusiones a las que llega esta investigación sorprende, ya que afirma que los adolescentes tienen su perfil en la red social pero no para publicar, sino “para contactar a otros adolescentes, enterarse de lo que pasa y mantenerse informados” (FindASense 2015, 111).



Figura 2.8. Uso de redes sociales en Ecuador



Fuente: FindASense (2015, 11).

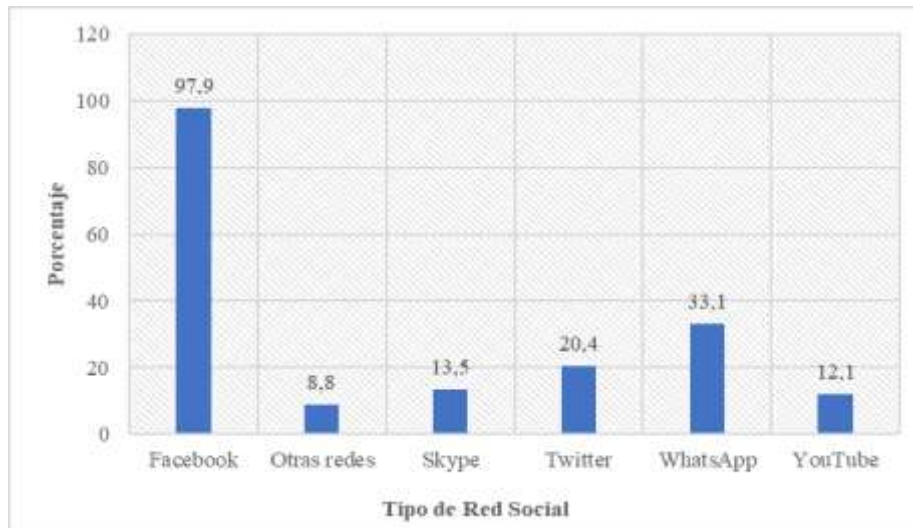
Se precisa verificar además si la red social Facebook es la más utilizada por los ecuatorianos sin importar su edad, para ello se accedió al sitio Alexa.com, destinado a la medición de los niveles de visita de las páginas a nivel mundial. De acuerdo a esta dirección web, Facebook es la segunda red social más visitada por los ecuatorianos, superada solamente por YouTube (Alexa 2019). Cabe señalar que este indicador se modifica diariamente y de manera constante ya que depende del número de usuarios que posea cada sitio web en el instante en el que se realiza la consulta. A nivel mundial, según datos recopilados por Statistic Brain, expandedramblings.com y multiplica.com, Facebook resulta ser la red social más utilizada.

Por otra parte, y vinculado a la visión tecnofílica y utópica, el informe 2018 de Latinobarómetro afirma que las redes sociales se muestran como un “factor de socialización democrática efectiva” (Latinobarómetro, 2018, 29). Así, dentro de la región, Facebook aparece con un 52% como una red social que apoya el desarrollo democrático. El informe además detalla que el perfil medio del usuario demócrata es más bien de clase medio, con educación y nivel socioeconómico mayor. Así, es preciso señalar que si bien la red social en estudio pueda ser percibida con características que fomenten la democracia, esto no implica que el acceso a la herramienta sea democrático.

Con esta información se puede constatar, al menos desde una perspectiva positivista, que las prácticas sociales cada vez se ven más vinculadas con el acceso a Internet y el uso de redes

sociales. Como medio de consulta, para entretenimiento o con fines comunicacionales e informativos son las principales utilidades de Internet, y con ella, de la plataforma Facebook, incrementando el número de usuarios que buscan comunicarse e interactuar, todo en un solo espacio.

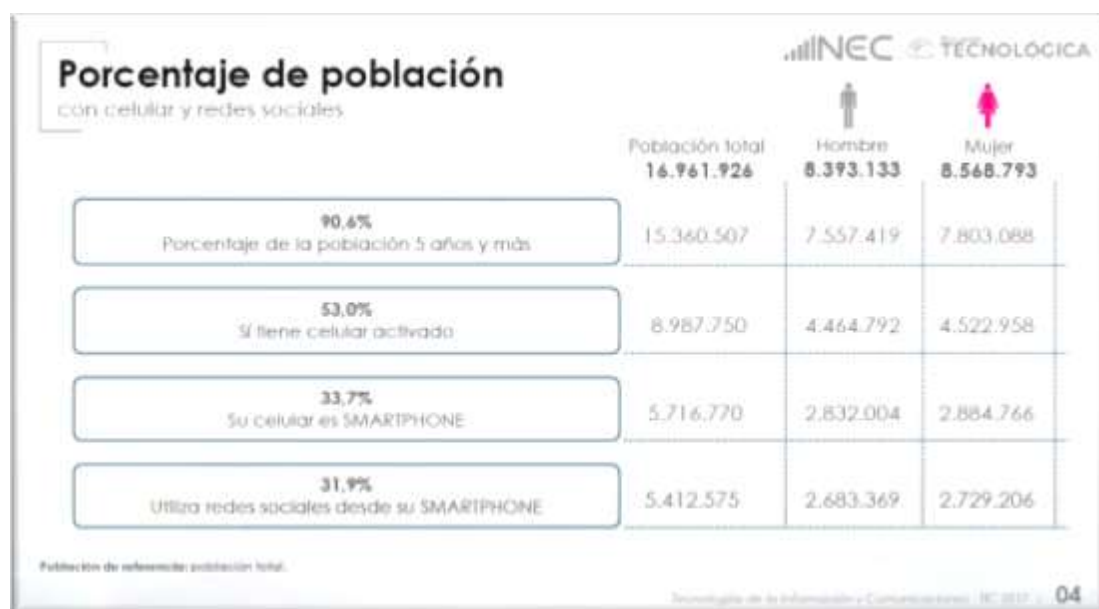
Figura 2.9. Uso de redes sociales en Ecuador - porcentaje nacional



Fuente: Creación del gráfico con base en los tabulados de la Encuesta *Condiciones de vida 2013-2014* (INEC).

Enfocándose en los datos a nivel nacional, diario El Comercio en su versión digital del 15 de abril de 2015 titula: *Facebook es la red social más utilizada en el Ecuador y no tiene competencia*. El artículo refleja los resultados obtenidos en la *Encuesta Condiciones de vida 2013-2014*, es así que en la infografía diseñada sobre los datos de esta encuesta, se señala que el 39,6% de la población mayor a 15 años posee una cuenta en alguna red social. Como lo muestra la figura 2.9, los resultados tabulados de este trabajo reflejan que el 97,9% de personas, casi toda la población ecuatoriana con más de doce años de edad, ha creado una cuenta en la red social Facebook ([INEC] 2014). De acuerdo a las cifras obtenidas, redes sociales como WhatsApp, Twitter, Skype o YouTube no gozan de la misma acogida. Pero, al ser datos del año 2014 se especula que las estadísticas se han elevado en la actualidad.

Figura 2.10. Uso de redes sociales en Ecuador

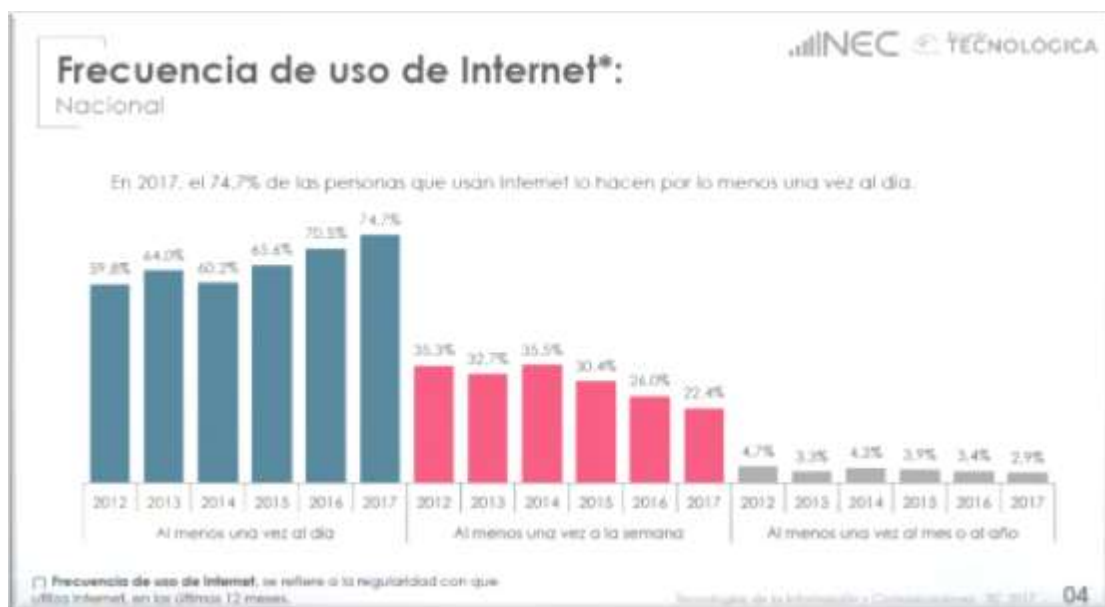


Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2017.

Sobre el uso general de redes sociales, la figura 2.10 permite visualizar que, de acuerdo al INEC, 5 412 575 personas, es decir el 31,9% de los encuestados las utilizan. Con respecto al año pasado la cifra ha aumentado 6,62 puntos y en relación al uso de Internet las cifras en general se han incrementado, dando a conocer que su empleo se empieza a insertar en las rutinas de los ecuatorianos. Como lo refleja el valor más alto de la figura 2.11, el 74,7% de las personas que acceden a Internet lo hacen por lo menos una vez al día ([INEC] 2017).

Expuestas algunas de las cifras principales que permiten dar a conocer el estado en el que se encuentra el Ecuador tanto desde una visión económica y política, como en cuanto al acceso a los recursos tecnológicos, se debe puntualizar que se han presentado los últimos datos disponibles hasta el momento en que se ha culminado la investigación.

Figura 2.11. Frecuencia uso de Internet en Ecuador



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2017.

Se percibe entonces que la red social Facebook se ha convertido en un actor más dentro de las modalidades de acceso a la información y comunicación. Por ello la propuesta de analizarla y problematizarla, con el fin de inmiscuirse dentro de las prácticas sociales que se desarrollan dentro de este medio y poder comprender los cambios que se están originando en la sociedad ecuatoriana, sobre todo en lo que respecta a una distinta manera de formación de un clima de opinión, ahora en una nueva plataforma de intercambio y comunicación social. Facebook puede describirse entonces como el “ejemplo claro de una nueva forma de la cultura contemporánea” (Galindo 2013, 288).

## 2. Objeto de Estudio

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 2017, esto con base en los comentarios, reacciones y componentes gráficos que surgieron dentro de los memes que, como se expuso en el capítulo anterior, se han convertido en una novedosa modalidad de representación del humor político. Asimismo, tras los detalles planteados anteriormente, 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.

Se puede constatar que la libertad con la que se expresa una opinión, o un meme con sus respectivas reacciones y comentarios, depende del espacio en el que se manifieste y, dependerá también del temor a la imagen que se proyecte hacia las personas a las que pueda llegar ese criterio. Ahora, es necesario estudiar si dentro de estas dinámicas distintas que se desarrollan en el entorno virtual de la red social Facebook, la teoría de Noelle-Neumann facilita la comprensión de las modalidades sociales que se despliegan a través de la comunicación mediada por un ordenador.

## **2.1 Objetivos de investigación**

### **2.1.1 Objetivo General:**

Analizar la manera en que los memes políticos fueron un factor relevante en el desarrollo del clima de opinión que existió en la red social Facebook durante la campaña electoral para los comicios presidenciales del 2017.

### **2.1.2 Objetivos Específicos:**

1. Analizar las reacciones y opiniones que se desencadenan con relación a cada meme y la manera en la que forman parte del clima de opinión generado en la red social Facebook.
2. Comprobar si la teoría de la espiral del silencio se refleja también en entornos sociales virtuales, en este caso, en la red social Facebook.
3. Verificar si los memes son un elemento más en la formación de un clima de opinión en la red social Facebook.

## **2.2 Preguntas de investigación**

### **2.2.1 Pregunta de investigación general:**

¿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?

### **2.2.2 Preguntas de investigación específicas:**

1. ¿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?

2. ¿La teoría de la espiral del silencio también se refleja en la red social Facebook?
3. ¿Cómo puede un meme formar parte del clima de opinión que se genera en Facebook?

### **2.3 Hipótesis**

1. La percepción del clima de opinión que se produce en la red social Facebook se refleja en la interacción del diálogo entre usuarios que se genera durante el intercambio de comentarios dentro de los memes de humor político. De esta manera se puede formar una percepción del clima de opinión virtual en la plataforma Facebook.
2. La espiral del silencio también se refleja en el espacio virtual de la red social Facebook. Esto a través de la existencia del dominio de una opinión mayoritaria, la cual opaca el comentario opositor /minoritario. Es decir, se provoca un juego de corrientes de opinión.
3. Los comentarios fortalecen la opinión del meme. El mensaje del meme no solo puede convertirse en una opinión dominante, sino que además es el argumento de los usuarios para defender una postura. Es decir, la opinión emitida en el meme determina el contenido de los comentarios posteriores.

### **3. Del por qué investigar una nueva modalidad de humor político**

En la actualidad la teoría se enfrenta a nuevas modalidades de interrelación social en las cuales se delata el impacto de Internet, por ello la necesidad de investigar la influencia que poseen los espacios sociales desarrollados en este escenario virtual, y de manera concreta, en las nuevas áreas de comunicación, como son las redes sociales. En específico, la investigación se centra en la red social Facebook, esto con la finalidad de conocer no solo si las teorías clásicas que analizaron la sociedad y sus dinámicas de formación de un clima de opinión frente a entornos electorales permanecen vigentes dentro del contexto actual, sino que además se pretende descubrir cuáles son los factores y de qué manera confluyen en la percepción de ese clima de opinión que se genera dentro de este dinámico espacio denominado Facebook.

Así, se desea trasladar la investigación realizada por Noelle-Neumann acerca de la espiral del silencio al espacio virtual de esta red social para, a través de una aproximación, poder aportar a esta teoría en lo que respecta a las interacciones que surgen en este espacio, con ello intentar

verificar si se cumple o no y poderla contrastar, como lo hizo la autora, con el comportamiento de las personas en época electoral.

Como se expuso en el anterior capítulo, al concebir a Internet desde una visión utilitaria, dependerá del uso que se le otorgue los resultados que se obtengan de ella. Por ello la necesidad de incorporar este tipo de investigaciones en las que se intente descubrir 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 herramienta democrática 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 reflejan los intereses de los poderes tradicionales (mediático, político y económico).

Por otra parte, es necesario además poder introducir este tipo de estudios 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 y Calderín 2015), lo cual en el Ecuador, al igual que en la mayoría de países Latinoamericanos, es un factor clave que podría impedir analizar la utilidad de este tipo de herramientas. Sobre esto, en el Ecuador, de acuerdo a los datos obtenidos en el informe *Tecnologías de la Información y Comunicación*, existe una evidente brecha digital en lo que se refiere al acceso a Internet. Así, para el 2017 el área urbana alcanza un 46,1% de acceso, mientras que en las áreas rurales la inserción de esta herramienta tecnológica alcanza a penas el 16,6%. Siendo optimistas, se podría decir que en estos últimos años 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 es necesario poner en evidencia que para el año 2017, incluso en el área urbana el acceso no llega si quiera al 50%, lo cual ya es un índice de la escasa penetración que posee, pese a que en la actualidad se ha convertido en una herramienta casi imprescindible<sup>25</sup>.

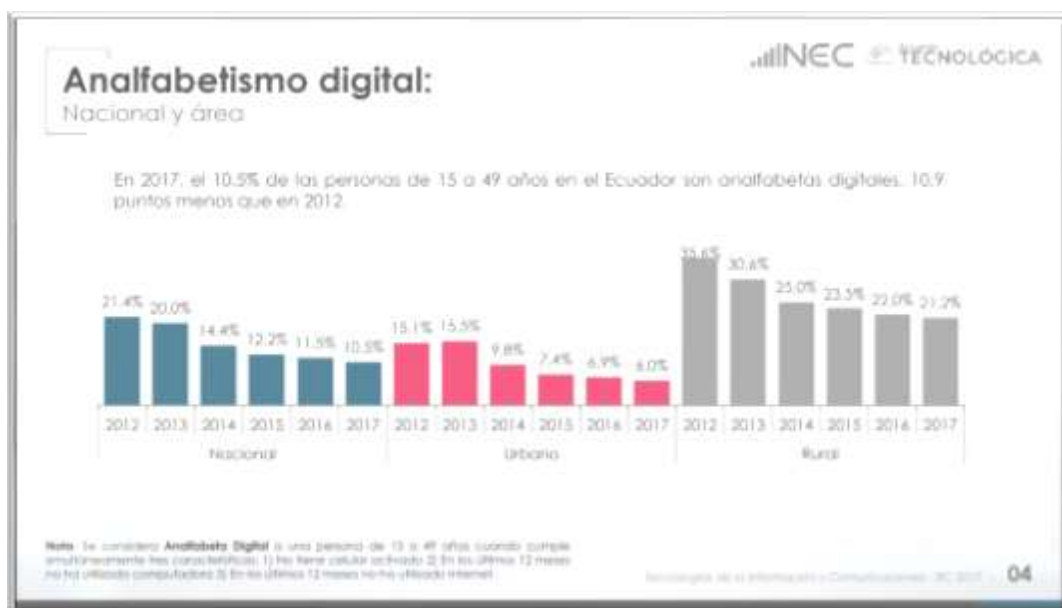
Par poder comprender lo que es el proyecto Infocentros, la página del Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información detalla que los *Infocentros Comunitarios* son espacios de participación y desarrollo que garantizan el acceso inclusivo a

---

<sup>25</sup> Este párrafo y parte de la información forman parte del ensayo *El trabajo investigativo sobre Internet desde la perspectiva ciber-pesimista*, realizado para la materia Investigación de la Comunicación en América Latina.

las TIC de las poblaciones de parroquias rurales y urbanas marginales del Ecuador. Su propuesta, precisamente, tienen como finalidad reducir la brecha y analfabetismo digital. Es así que, pese a que se han desarrollado esfuerzos por eliminar estas grietas, las mismas se mantienen. Si bien se han reducido las cifras, y se evidencia que los esfuerzos han dado frutos, aún existe una diferencia del 15,2% en cuanto a las cifras de analfabetismo digital entre la zona urbana y rural, siendo esta última la que refleja el mayor porcentaje. Así, expuestas las cifras de Ecuador, es claro que persisten tanto la brecha como el analfabetismo digital, componentes que, como se critica, no deben ser olvidados al momento de investigar los usos de Internet, y en este caso, de la red social Facebook.

Figura 2.12. Analfabetismo digital en Ecuador



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2017.

Es así que, con Internet y los estilos de interacción que ha posibilitado, como son: acortar distancias, detonar nuevas interrogantes, promover el acceso “libre” de información y facilitar la emisión de esta, surge el interés por incorporar un estudio que analice las dinámicas contemporáneas que se despliegan dentro de nuevos formatos de acceso comunicacional e intercambio social como son: las redes sociales. Todo esto de cara a un escenario clave para el contexto ecuatoriano, las elecciones presidenciales del 2017.

Pero, ¿por qué analizar este fenómeno durante la campaña electoral? Principalmente, porque las elecciones se destacan por ser un momento de clímax político en el que tanto candidatos como ciudadanía se hallan en constante movimiento produciendo y consumiendo



información. En el caso del Ecuador, llama la atención la participación de los candidatos en redes y no pudo faltar su contraparte crítica en este medio, por lo que se evidencia la basta cantidad de memes que se desencadenaron dentro de la red social en estudio. Otro de los motivos por los que se decide estudiar un periodo electoral fue que gran parte de la teoría de Noelle-Neumann se desarrolla sobre el análisis de la fuerza de los partidos políticos, las opiniones del público y el clima de opinión que se formó durante las elecciones de 1976, con lo que se facilita poder contrastar diferentes condiciones y periodos electorales bajo un mismo paraguas teórico.

El trabajo pretende de esta manera investigar los componentes anteriormente mencionados a través del Análisis del Discurso. Así, de la mano de esta metodología se busca examinar los memes de humor político que fueron difundidos por Crudo Ecuador en su red social Facebook, esto con el fin de verificar el desarrollo de un clima de opinión alrededor del discurso ideológico proporcionado por los memes.

### Capítulo 3

#### Metodología y Hallazgos

El análisis del discurso que se aplica en el presente trabajo 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, además de que estos constructos mentales tienen la capacidad de influir y reproducir ideologías y representaciones sociales, señala Van Dijk.

Así, en una primera parte del análisis, se detallan los aspectos específicos de la “situación política” (Van Dijk 2005, 26-27), es decir, quién habla, cuándo, dónde y con quién. Este modelo mental de la situación política en los que se detalla la manera en la que los participantes experimentan, interpretan y representan los aspectos relevantes de una determinada situación política, Van Dijk los llama contextos. El contexto, afirma, controla todos los aspectos de producción de discurso y su comprensión. Así, la situación bajo la que se desarrolle un meme (fuente primaria de análisis), el personaje que emita un mensaje o de quién se hable -en este caso un actor político (27) - su posición política (28), y el mismo mensaje serán esenciales para poder comprender la situación política del discurso que plantee cada meme.

De esta manera, 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. El protagonista del meme y qué tipo de actor es dentro de la política, además del contexto en el que se desarrolla. Se ha integrado además la categoría de gestualidad del actor, esta con el fin de analizar el tono en el que se empieza a desarrollar el mensaje que emite el meme.

VARIABLE	MARCO CONCEPTUAL/TEÓRICO <sup>26</sup>	VALOR	RESULTADOS
<b>DEL MEME</b>			
<b>Análisis del Discurso</b>			

<sup>26</sup> Nombre tomado de *El análisis crítico del discurso* (1999), escrito por Teun Van Dijk.

<b>Situación política.</b> Van Dijk (2005)		
Protagonista	Miembro de un grupo. De quién se habla.	· Nombre
Actor político	Miembro de un grupo (Van Dijk 1999). Su posición política.	· A favor de Correa, Opositor
Gestualidad	Relación entre acción y proceso.	· Agresivo, Pasivo, Modificado (para burla)
Contexto	Contexto y estructura social (Van Dijk 1999). Cuándo y dónde.	· Lugar/localización · Situación. Qué ocurría en ese entonces · Quién podría influir · Quién tiene algún interés oculto · Quién/A quién generar malestar

A continuación, se incorporan características del Análisis Crítico del Discurso de Van Dijk, esto con el fin de incorporar el estudio acerca del poder y sus relaciones dentro del desarrollo de un discurso, además de que permite analizar y comprender las posiciones de poder que cada uno de los actores sociales posee dentro del escenario virtual y sus acciones. Si bien dentro de la primera parte que se basa en el desarrollo de la situación política ya se integran algunas de las características del análisis crítico como los *Actores miembros de un grupo* y el *Contexto y estructura social*, estos se vinculan más con las categorías de actor político y contexto, respectivamente. Ahora, como siguiente paso se suman las *Representaciones sociometales*, que se hallan dentro de las implicaciones de un discurso, en esta variable se entiende que el contexto en el que se desarrolla un discurso genera un modelo mental que representa “lo que los usuarios del lenguaje construyen como relevante en la situación social” (Van Dijk 1999, 26). Posteriormente se encuentra la variable *Poder como control*, de la que se busca analizar tres componentes: la ejecución del poder con referencia al actor, la ejecución del poder con relación a las declaraciones emitidas en el meme y, la ejecución del poder en relación al contexto. Así, dentro de estas tres variables se busca analizar aquellas formas de control que posee, en este caso el creador del meme, Crudo Ecuador, a través de los cuales posee poder sobre el texto, el contexto y los actores que se reflejan en sus imágenes, y sobre

todo, poder sobre el mensaje que se emite al modificar o no alguna característica de la realidad. En cuanto a estos últimos, el análisis también se vincula al poder que posee el propio actor protagonista del meme y su influencia.

Implicaciones del Discurso	Representaciones sociometales	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Qué dice la frase del meme</li> <li>· A qué hace referencia</li> <li>· A qué/quién se ataca/defiende</li> </ul>	
Ejecución del poder - Actor	Poder como control	<ul style="list-style-type: none"> <li>· El actor tiene poder económico/mediático/político</li> <li>· Cómo lo ejerce</li> <li>· A través de qué canales</li> <li>· Responde/favorece a algún grupo de poder. Sea económico, político o mediático</li> <li>· Cuáles eran las actitudes originales, variación con el meme</li> </ul>	
Ejecución del poder - Declaraciones	Poder como control	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Cuáles eran las declaraciones originales</li> <li>· Variación con relación a la frase del meme</li> </ul>	
Ejecución del poder – Contexto	El acceso al discurso y su control	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Cuál era el espacio temporal original</li> <li>· Variación con relación a la imagen del meme</li> <li>· Qué otros participantes están presentes (real o modificado)</li> <li>· Cuál es el objetivo/mensaje de Crudo Ecuador (perceptible/imperceptible). Cuál es su mensaje</li> <li>· Qué acciones se reflejan</li> </ul>	

		· Qué acciones y detalles se omiten	
--	--	-------------------------------------	--

Continuando con la incorporación de categorías del análisis crítico del discurso de Van Dijk a las variables de la metodología, se halla *El control de la mente*, variable que dentro de la matriz se denomina “control sobre los modelos mentales”. Dentro de esta variable se busca analizar desde qué fuente el usuario puede ser influenciado. Para Van Dijk “los receptores tienden a aceptar las creencias transmitidas por el discurso de las fuentes que consideran autorizadas” (Van Dijk 1999, 29).

Fuente	El control sobre los modelos mentales	<ul style="list-style-type: none"> <li>· De qué medio se ha tomado la información: privado/público</li> <li>· De quién se ha tomado la información: académico/especialista/fuente oficial/fuente extraoficial</li> <li>· Es un discurso único o tiene su contraste</li> </ul>	
--------	---------------------------------------	---	--

Al finalizar una primera subdivisión de la matriz se ha decidido señalar algo que brevemente se especifica dentro del análisis crítico, pero que dentro de la metodología socio-cognoscitiva multidisciplinaria se explica en mayor detalle, y es el uso de *Recursos Retóricos*, que detalla como marco conceptual al control sobre los modelos mentales. En esta categoría se busca analizar el uso de símiles, metáforas, hipérbolos, ironías o eufemismos como recursos literarios que permiten otorgarle mayor o menor importancia a un mensaje.

Recursos Retóricos	El control sobre los modelos mentales	· Uso de símiles, metáforas, hipérbolos, ironías o eufemismos (en especial para mitigar lo negativo) para otorgarle mayor importancia a un evento	
--------------------	---------------------------------------	---	--

Para la investigación es además necesario integrar a la matriz el cuadrado ideológico desarrollado por Van Dijk. Este cuadrado comparativo en el que expone que los discursos, al encontrarse inmersos en modelos mentales que se hallan polarizados, también poseerán distintos tipos de polarización (Van Dijk 2005). Es así que, el cuadrado ideológico propone cuatro estrategias globales, que pueden ser aplicadas a “todos los niveles de acción, significado y formas de texto y habla” (30), y son:

- Enfatizar las cosas buenas propias
- Enfatizar las cosas malas del oponente
- Minimizar las cosas malas propias
- Minimizar las cosas buenas del oponente

<b>Cuadrado ideológico. Van Dijk (2005)</b>			
Enfatizar	Buenas / Malas	· Cosas buenas de la oposición · Cosas negativas del gobierno	
Minimizar	Buenas / Malas	· Cosas malas de la oposición · Cosas buenas del gobierno	

Como siguiente paso, la matriz articula la categoría *Estructuras Ideológicas Subyacentes*. Dentro de esta macro variable se encuentran algunas de las categorías de análisis del discurso ideológico que Van Dijk propone dentro de su teoría socio-cognoscitiva multidisciplinaria. Así, en el cuadrado que a continuación se presenta, se detalla de mejor manera las variables que han sido tomadas en cuenta para la presente investigación, y cada una de las categorías o valores destinados a ser utilizados para el análisis de los memes. Se considera innecesario identificar al detalle cada una de estas variables pues sería repetir gran parte del contenido del trabajo de Van Dijk (2005).

<b>Estructuras Ideológicas Subyacentes Van Dijk (2005)</b>			
Autoglorificación positiva vs. descrédito a exógenos		· Expresiones explícitas (“yo”)	
Argumentación	Van Dijk (2005) Waisanen (2009)	· A través de una autoridad. Usar una entidad para afirmar	

		<ul style="list-style-type: none"> <li>· Carga/Topos. Premisas que se dan por sentado para aceptar una conclusión</li> <li>· Comparación. Comparar para acentuar un argumento. Generalmente en tono negativo</li> <li>· Ejemplificación. Con un ejemplo hacerlo más creíble</li> <li>· Evidencia: Para otorgarle mayor peso a la argumentación</li> <li>· Juego de Números. Utilizar para argumentar y enfatizar la idea propuesta</li> <li>· Presuposición. Enfatizar la idea e intentar argumentarla</li> </ul>	
Categorización		<ul style="list-style-type: none"> <li>· Explicación del actor de acuerdo a la ideología, creencias, ideas</li> </ul>	
Contrafáctico		<ul style="list-style-type: none"> <li>· ¿Qué pasaría si?</li> </ul>	
Descripción del actor		<ul style="list-style-type: none"> <li>· Descripción que responde a una ideología</li> </ul>	
Generalización		<ul style="list-style-type: none"> <li>· Generalizaciones o ideas “comunes” como prejuicios</li> </ul>	
Implicaciones		<ul style="list-style-type: none"> <li>· Expresiones que se hallan de manera implícita</li> </ul>	
Lexicalizaciones		<ul style="list-style-type: none"> <li>· Significados similares expresados en palabras diferentes</li> </ul>	
Presentación negativa del otro		<ul style="list-style-type: none"> <li>· Como macro estrategia</li> </ul>	

Culminado el uso de la teoría de Van Dijk, a continuación se halla la variable *Sobre el Humor*, en esta se busca categorizar el tipo de humor que se está utilizando dentro del meme. Cabe señalar que esta misma variable se utiliza en una segunda etapa de análisis de la matriz, en la que se desarrollan las variables para la lectura de los comentarios. Ahora, la categoría *Tipos de Humor* utiliza los aportes de Berger (1997) detallados en el primer capítulo, en los que explica que existen tres tipos de “comicidad”: como divertimento, resultado del ingenio y

con propósito agresivo, este último también comparten Várnagy (2016) y Theofylakti (2016). A estos se suma una categoría más en la que convergen cuatro autores: Freud (1905) que considera al humor como un liberar de tensión, Schutz (1977) para quien el humor es un sublimador de la agresión y el resentimiento hacia la autoridad, y Várnagy (2016) y Theofylakti (2016), para quienes el humor es un sentimiento de alivio frente a aquello que lo constriñe.

<b>Sobre el Humor</b>			
Tipo de Humor	· Berger (1997)	· Como divertimento. Inofensivo. Resulta de un acto de torpeza	
Berger (1997)	· Berger (1997)	· Ingenio. Inducida por el chiste. Es una creación	
	· Várnagy (2016) y Theofylakti (2016)	· Propósito agresivo. Representación visual con objetivo de denigrar. Es violento	
	· Freud (1905), Schutz (1977), y Várnagy (2016) y Theofylakti (2016)	· Como liberador de la tensión acerca de la desagradable realidad, hacerla digerible	

La variable *Temática* se basa principalmente 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. Esto con el fin de conocer qué tan relacionadas se encuentran la elaboración del meme (Crudo Ecuador) y los titulares de prensa, o en relación a las noticias que circulan durante la misma temporalidad en la que se realiza el meme.

Visión mediática	Luhmann (2000)	· Se toma en cuenta el tema planteado por los medios. Cuál era el titular de la fecha	
------------------	----------------	--	--

En este punto, se vincula Noelle-Neumann dentro de tres variables de análisis. La primera en el análisis del meme y, las dos siguientes inmersas en lo que se refiere a los comentarios. La primera variable *Clima de Opinión* responde a la pregunta general, y con esta se pretende analizar si el meme responde o no al debate racional, es decir si, de acuerdo a los postulados



de Habermas (1994), el debate formado en el interior del clima de opinión se realiza a través de los canales de notoriedad pública como son los medios o algún actor representativo, en el caso de la opinión cuasi pública, por medio de un impulso. Este impulso se analiza de acuerdo al número de comentarios y veces que ha sido compartido el meme. Así, se vincula la categoría Clima de Opinión y debate racional.

Clima de Opinión	Habermas (1994)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Responde al debate racional (comentarios/compartir). Es un tema viralizado, o no</li> <li>· Responde a la temática planteada por los medios</li> <li>· Responde a que vienen de un actor representativo</li> </ul>	
Noelle-Neumann			
<u>Pregunta general</u>			

Antes de que se desarrollen las dos variables que también utilizan la teoría de Noelle-Neumann dentro del análisis de los comentarios, es preciso detallar que la variable con la que se inicia este análisis se refiere a las *Temáticas*. Esta categoría no se basa en algún autor, sino más bien en la necesidad de conocer si, a más de los temas planteados por el meme, y por los medios de acuerdo a la teoría luhmanniana, existiría algún otro tema que preocupe o que interese a los usuarios de la red social.

<b>DE LOS COMENTARIOS</b>			
Temáticas	Peculiaridades de las redes sociales	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Existe algún tema o preocupación que se repita. Se refleja la liberación y expansión de la espacialidad y temporalidad</li> <li>· Se toma en cuenta el tema planteado por los medios. Luhmann (2000)</li> <li>· Cuál era el titular de la fecha</li> <li>· Otras peculiaridades halladas</li> </ul>	

Ahora, como segunda y tercera variable de análisis dentro de la subdivisión DE LOS COMENTARIOS, se presenta como autora base a Noelle-Neumann. A partir de su teoría se desarrollan las categorías *Cambios - Presión social en el clima de opinión y Expresión*

*pública y debate*. La primera busca conocer si de manera explícita y visible surge algún comentario que refleje que gracias a la influencia de los demás, el usuario ha cambiado su opinión; la segunda pretende analizar en sí el fenómeno de la espiral del silencio y además, a través de esta variable se desea dar respuesta a la segunda y tercera preguntas de investigación. Así, en esta última se detalla la búsqueda de la expresión pública, abierta y sin temor de una idea, si la idea llega a sostenerse o qué manifestaciones surgen a partir de algún tipo de temor al aislamiento; adicionalmente se busca analizar si dentro del clima de opinión se percibe el desarrollo de corrientes de opinión.

Cambios	Presión social en el clima de opinión Noelle-Neumann (1995)	· Existe, de manera explícita y visible en la red social, alguien que gracias a la influencia se sienta persuadido de modificar su pensamiento original	
Expresión pública y debate	Noelle Neumann (1995) <u>Pregunta secundaria 1 y 2</u>	· Espiral del Silencio: -Opinión pública: Se expresa abiertamente una idea, y se la sostiene/o no -Existe alguna muestra de temor al aislamiento/o no · Clima de Opinión: Se percibe alguna corriente de opinión: fortalecida por otros comentarios/o no. Tendencias formadas · Se legitima algún discurso/o no	

Como siguiente variable en cuanto al análisis de los comentarios se encuentra *Institucionalidad poder*, que hace referencia a las ideas de Watts (2006), detalladas en el primer capítulo. En ellas se manifiesta que a un individuo lo determina la información que le proporcionen las relaciones a las que tiene acceso. De esta manera se quiere analizar la manera en la que la imagen, o el poder que posea el perfil de un usuario influye en cómo otros usuarios desarrollan sus comentarios.

Institucionalidad Poder	Visibilidad y fortalecimiento de una idea por la posición de influir. Watts (2006)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Existe alguna página institucional, o de alguna figura pública que realice el comentario (Facilita la legitimación del mensaje por su acceso a alguno de los poderes tradicionales)</li> <li>· Se refleja el poder de su influencia /Pasa desapercibido</li> </ul>	
----------------------------	---	---	--

La variable *Selección - Selectividad/descarte de la información percibida*, se basa en dos autores, por una parte en Castells (2012) que manifiesta que los individuos seleccionan para obtener elementos que permitan generar un texto propio y, en Stuart Hall (1980), autor que desarrolla la teoría sobre la codificación - decodificación del mensaje, pues afirma que cada individuo decodifica de acuerdo a sus intereses individuales.

Selección	Selectividad/ descarte de la información percibida (mensajes) Castells (2012)  S. Hall (1980)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Responde a comentarios en específico</li> <li>· Responde al comentario del meme</li> <li>· No responde a ataques/Lo hace</li> <li>· Decodificación del mensaje y sus modificaciones de acuerdo a los intereses</li> </ul>	
-----------	--	--	--

Posteriormente se encuentra una variable que, si bien no responde a los objetivos planteados dentro de la investigación, dentro de debate generado en el marco teórico surge la duda por comprobar esta información. Es así que, con base en los autores Álvaro y Rubio (2017), se busca conocer si la *Generación* es millennial o no, esto de acuerdo a la explicación del capítulo 1.

Generación	Millennial Categoría que no responde a los objetivos, pero genera curiosidad. Álvaro y Rubio (2017)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Es o no</li> <li>· Se refleja, o no en el uso de la herramienta de acuerdo a su rango de edad</li> </ul>	
------------	---	---	--

A continuación se replica el análisis *Sobre el Humor*, pero ahora enfocado en los tipos de comentarios que se generan dentro de cada meme. Le sigue otra réplica, de *Estructuras Ideológicas Subyacentes*, pero dentro del análisis de los comentarios solamente se enfoca en la variable *Argumentación*.

<b>Sobre el Humor</b>			
Tipo de Humor	Berger (1997)  Freud (1905), Schutz (1977) (humor político) y Theofylakti (2016) (humor crítico)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Como divertimento. Inofensivo. Resulta de un acto de torpeza</li> <li>· Ingenio. Inducida por el chiste. Es una creación</li> <li>· Propósito agresivo. Representación visual con objetivo de denigrar. Es violento</li> <li>· Como liberador de la tensión acerca de la desagradable realidad, hacerla digerible</li> </ul>	
Argumentación  <b>Estructuras Ideológicas Subyacentes</b>	Van Dijk (2005) Waisanen (2009)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· A través de una autoridad. Usar una entidad para afirmar</li> <li>· Carga/Topos. Premisas que se dan por sentado para aceptar una conclusión</li> <li>· Comparación. Comparar para acentuar un argumento. Generalmente en tono negativo</li> <li>· Ejemplificación. Con un ejemplo hacerlo más creíble</li> <li>· Evidencia: Para otorgarle mayor peso a la argumentación</li> </ul>	

		<ul style="list-style-type: none"> <li>· Juego de Números. Utilizar para argumentar y enfatizar la idea propuesta</li> <li>· Presuposición. Enfatizar la idea e intentar argumentarla</li> </ul>	
--	--	--	--

Como penúltima variable se encuentra *Crítica irracional*, la cual se basa en la teoría desarrollada por Hart (2007) en la que se explica que al criticar por medio del humor es difícil refutar a través de argumentos “racionales”. Con base en esto se pretende analizar de qué manera surgen las críticas dentro de los comentarios de cada meme, qué tipo de apelativos utilizan, si se ataca o si existe algún tipo de argumentación.

Crítica irracional	Hart (2007)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Crítica sin sustento argumentativo. Utilizar adjetivos. Ataque a atributos de usuarios, no al comentario</li> <li>· Si se ataca o no al comentario/argumento</li> </ul>	
--------------------	-------------	--	--

Finalmente, la variable *Reciprocidad Intención-Recepción*, se basa en los postulados de Theofylakti (2016), en los cuales se detalla que existe una relación entre la función transgresora del humor y la capacidad de recepción que poseen los usuarios para poner una idea en entredicho. De esta manera, el humor crítico depende de la intención que posea el emisor, el mecanismo por el cual se emita el mensaje y la interpretación del usuario. A esto se suma el deseo por conocer si el mismo mensaje del emisor ha sido utilizado de manera inalterada dentro del desarrollo de otro comentario o se lo ha modificado adicionando una reinterpretación, como lo categorizan Danung y Holloway (2008), esto con la finalidad de conocer qué tan efectiva es la receptividad del mensaje emitido<sup>27</sup>.

Reciprocidad Intención-Recepción	Theofylakti (2016)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Se percibe una mayor reciprocidad entre la intención y la recepción del mensaje emitido/o no. Si los comentarios</li> </ul>	
----------------------------------	--------------------	--	--

<sup>27</sup> La matriz metodológica completa se encuentra en el Anexo 1.

	Danung y Holloway A. (2008)	responden al mensaje que emite el meme. · Se utiliza el mensaje del meme como argumento dentro del comentario/o no	
--	-----------------------------	---	--

Entonces, para el estudio se busca examinar el uso de Internet, específicamente se tomará a la red social Facebook, los memes que se producen y los comentarios que surgen dentro de ese espacio comunicacional. Cabe señalar que el análisis pretende comprender, a la luz de la teoría, el aporte que puedan o no tener estos factores dentro del clima de opinión generado en este espacio virtual.

### 1. Corpus

El corpus del presente trabajo toma en cuenta las publicaciones, y sus respectivos comentarios, de la página de humor político que posee el mayor número de seguidores. Se comprende que, a mayor número de seguidores que posee una página, mayor es el nivel de alcance que poseen sus mensajes ya que al tener un considerable número de personas que visibilizan las publicaciones, mayor es la influencia y capacidad de difusión que tenga dicho mensaje. A continuación, en la tabla 3.4 se encuentra el listado en el que se refleja que Crudo Ecuador es la página que encabeza la lista, por ello que ha sido seleccionada para la investigación:

Tabla 3.4. Listado de páginas de humor político

<b>Página de Humor Político</b>	<b>Número de Seguidores</b>
Crudo Ecuador	707.509
El Merciooco	227.510
Ecuarisa	248.681
Yo Protesto	153.312
A mí ya me aburrí la revolución ¿Y a ti?	121.008

Fuente: Creación de la tabla con base en las cifras halladas en la página de Facebook, 2018.

Para la investigación se toma en cuenta al primer meme que se relaciona con las elecciones presidenciales y que ha sido elaborado a partir del 3 de enero de 2017, fecha en la que se inicia la campaña electoral. Es preciso señalar la razón por la que se utiliza el primer meme

que se relaciona a la campaña presidencial, y no el primer meme publicado a partir de esa fecha; esto se debe a que dentro de la dinámica de la página Crudo Ecuador, se publican memes que contienen distintas variedades de humor, pero el que interesa para el presente trabajo es el humor político. Entonces, pese a que las fechas dictaminadas por el Consejo Nacional Electoral señalan que la campaña inicia el 3 de abril, el primer meme que se publica con contenido correspondiente a las presidenciales se publica el 13 de enero de 2017.

Por otro lado, el último meme que se analiza se publica el 2 de abril de 2017, fecha que coincide con la calendarización de CNE para el desarrollo la segunda vuelta electoral. Así, suman un total de 22 memes y 11 885 comentarios los que se ponen bajo el análisis de la matriz descrita en el punto anterior.

## **2. Resultados**

A continuación, se detallan los resultados obtenidos dentro de cada una de las variables descritas en la matriz metodológica.

### **a. Situación política. Protagonista, actor político y gestualidad**

Los memes de humor político desarrollados por Crudo Ecuador durante el periodo estudiado, critican principalmente a los miembros de Alianza PAIS (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. En lo que respecta a la gestualidad que se manifiesta, los miembros de AP que se hallan en los memes, de manera general se encuentran dentro de una imagen que ha sido modificada, es decir, se coloca la cara del protagonista pero dentro de otro tipo de imagen, o bien se integra a la imagen intacta del protagonista que, sumada a las leyendas que posee cada uno de los memes, busca connotar otras actitudes o ideas de las que originalmente manifiestan los protagonistas, esto ocurre en todos y cada uno de los memes, siempre con un doble propósito, generar humor y crítica.

Si bien también se presentan candidatos presidenciales de otro partido, como Guillermo Lasso y Cynthia Viteri, estas figuras solo se utilizan para enfatizar la idea

de que el candidato del movimiento de Correa se encuentra detrás de todas las jugadas políticas, incluyendo aquellas en las que se debe aliar con los partidos rivales. 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 obvio 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:

- G.D. “lo veo según tu perfil, eres un resentido social nada más, y escucha yo no pertenezco y ni he pertenecido jamás a un partido político, pero me enseñaron en la escuela que se llama civismo, y respeto a los que están al frente de nuestro país, así que cualquier candidato que sea el próximo presidente de Ecuador lo menos como ecuatorianos que podamos hacer es apoyar y respetar sus ideales y no andar de metidos y mentirosos”
- D.F. “¡Oye! ¿Qué vas 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?”
- D.G. “Hablamos de Rodas, Lasso, Nebot, Páez quiero saber qué tan imparcial puedes ser...”

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””
- J. M. “Los partidarios al gobierno piden imparcialidad a Crudo Ecuador después de que ustedes mismos lo persiguieron, amenazaron a él y su familia,



y lo tuvieron en la mira durante un buen tiempo, creo que el chiste se cuenta solo, ¿no? Crudo Ecuador está en todo su derecho de irse contra aquellos que le hicieron la vida imposible, y si no les gusta lo que él publica, les tengo una pregunta, ¿para que lo siguen? El razonamiento de algunas personas es realmente sorprendente...”

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”
- E. O. “Crudo te sigo desde que te enviaron flores pero tampoco defiendas al Corrupto de Lasso que muchas personas perdieron todos sus ahorros por su culpa, tampoco definiendo a los de la 35 lo que si me duele es que estén peleando por quien va a sentarse al sillón presidencial a Robar!”  
— Crudo Ecuador: “definiendo?”

A través de estos comentarios se puede reflejar en inicio, 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 refleja un foco de crítica, es decir, se puede apreciar que las tendencias (las llamadas corrientes de opinión, categoría que posteriormente se desarrollará con mayor detalle) de aquellos que están a favor o en contra ya se centran en unos protagonistas específicos, es decir, los criterios de opinión, las premisas bajo las que se desarrolla el debate ya se encuentran delimitadas 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.

#### **b. Recursos Retóricos. El control sobre los modelos mentales**

Crudo Ecuador utiliza la modificación de las imágenes para guiar al usuario a un pensamiento crítico sobre la realidad a través del humor y el uso de recursos retóricos, en especial el de la ironía para enfatizar lo negativo, pero en algunos casos sus imágenes contienen un tono agresivo dentro de este desarrollo creativo pues, a través de la utilización de burbujas de diálogo o de las leyendas que acompañan a las imágenes, se pretende orientar el mensaje a una fuerte crítica hacia el gobierno de AP, sus actuaciones, presuntos actos de corrupción y fraude.

Figura 3.13. Meme Que nos roben todo menos la esperanza



Fuente: Publicaciones del muro de Crudo Ecuador, 31-01-2017.

Por ejemplo, en el meme *Que nos roben todo... menos la esperanza* (fig. 3.13). Se utiliza un contraste entre dos de las declaraciones de Rafael Correa. La imagen superior presenta una frase de campaña “Que nos roben todo... menos la esperanza” y se detalla la fecha 2006; bajo esa imagen se encuentra un tweet de Correa en el que señala: Ojalá que el próximo Presidente también pueda mirarlos a los ojos y decirles: “Cumplimos lo que ofrecemos”. Así, puede reflejarse que a través del uso de la ironía Crudo Ecuador enfatiza en la idea de que Rafael Correa ha cumplido su palabra, robar todo al pueblo ecuatoriano. El uso de recursos retóricos, en especial la ironía, se vuelve fundamental dentro del desarrollo del discurso de los memes pues se otorga mayor importancia a cada uno de los eventos por los que es criticado Correa.

### c. Tipo de Humor

La crítica, que gracias al humor ha conseguido gran receptividad, no solo se presenta como un humor que nace de la modificación de la realidad, además se encuentra dentro de la investigación que el humor también es un reflejo de la necesidad de desahogo. Es decir, Crudo Ecuador no solo realiza un humor basado en la realidad, con modificaciones, incluso en ocasiones bordeando en el humor agresivo, como es el caso del meme *Claro que regresarás, pero con la Interpol* (fig. 3.14), en el que de manera expresa se declara que Correa es un delincuente al que Interpol capturará, es decir, si bien puede generar humor al ser contrastada esta frase con la declaración de Correa: “Si gana la oposición, tendré que regresar”, que se encuentra en la parte

superior del meme, de todas maneras el humor tiene un tono de agresividad al efectuarse declaraciones que pretenden atacar a Correa.

Figura 3.14. Meme Claro que regresarás, pero con la Interpol



Fuente: Publicaciones del muro de Crudo Ecuador, 23-02-2017.

Entonces, si bien se refleja no solo un tipo de humor que resulta del acto de torpeza como *Científicos de Yachay* (fig. 3.15) en el que se compara las declaraciones de Lasso y Moreno, dando como resultado que ambos tienen el mismo discurso, Lasso afirmando “1’000.000 en 4 años” y Moreno “250.000 cada año”, también se encuentra que el humor que desarrolla Crudo Ecuador manifiesta una sensación de alivio al momento en el que crea los memes de humor político. Esto se refleja a través de las leyendas, burbujas de diálogo e incluso imágenes adicionales que se hallan dentro de los memes, pues no solo se evidencia que en general las imágenes meme son manifestaciones irónicas, sino que buscan fomentar las críticas que recibe el gobierno de AP a través de una imagen comparativa o de contraste, esto hace referencia a que Crudo Ecuador brinda por medio de estas frases adicionales su propio punto de vista crítico, ya no solo el que se percibe dentro del clima de opinión de la red social, sino que es su criterio, su ira o indignación reflejada en las frases. Es decir, en el primer caso, el reflejo del desahogo se encuentra en la imagen de Rafael Correa sufriendo, lo que refleja que el autor del meme espera que esa sea la sensación de Correa tras ser capturado. En el segundo ejemplo, el alivio por poder emitir un mensaje se evidencia dentro de la leyenda final del meme: “Propuestas de empleo de Lasso y Lenín son iguales”, así se enfatiza la idea de que Moreno comete un acto de torpeza al criticar a Lasso, siendo que ambos tendrían la misma propuesta.

Figura 3.15. Meme Científicos de Yachay



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

Pero esta acción de desahogo ante un sentimiento de presión no solo se ve reflejado dentro del meme y de las leyendas que acompañan a este, sino que además este fenómeno también se percibe dentro de los comentarios realizados por los usuarios. Si bien no se trata de un gran número de participantes los que han evidenciado esta dinámica, pero aquellas manifestaciones permiten comprender que la red social Facebook también se utiliza como un mecanismo de desahogo en medio de un momento electoral, pues estos usuarios generan un amplio discurso dentro del comentario, cuyo contenido refleja también esos afectos de decepción, ira o tensión que puede ser aliviada a través de la palabra.

A continuación, se expone uno de los comentarios más representativos de este fenómeno, el cual se desarrolla dentro del meme *Claro que regresarás pero con la Interpol* (fig. 3.14):

- M. C. V. “Señor de Crudo Ecuador aprovecho para decirle que felicitaciones por su página! No se rinda, nos hacen falta más valientes como usted, porque ahora decirle algo al mashi es para salir corriendo porque sino nos meten presos pero usted nos hace pasar aunque sea unos minutitos de risa en la tristeza en la que estamos algunos ecuatorianos (los que nos damos cuenta de la realidad de nuestro país) a pesar de todo lo que le ha pasado. GRACIAS por eso!”

Este comentario se convierte en una muestra crucial, pues demuestra de manera clara la necesidad de los usuarios por utilizar el humor como fuente de desahogo, es decir, se verifica la teoría de la descarga en la que un elemento transgresor, en este caso el meme, permite aliviar la tensión que siente este usuario, incluso agradece por permitirle refrescar la ira a través del humor.

**d. Contexto. Quién tiene algún interés oculto. Quién /a quién genera malestar**

**Implicaciones del Discurso. Representaciones sociometales**

**Institucionalidad – poder**

**Selección. Selectividad/descarte de la información**

Se vincula a las cuatro variables puesto que todas convergen en el análisis sobre la visible intención de Crudo Ecuador, que es causar malestar en los seguidores de Correa. Es así que la imagen de humor político (meme) que produce esta página no solo aparece acompañada de una descripción que, como se explicó anteriormente incita a la crítica hacia el gobierno de Correa. Así, dentro del contexto se analiza a quién se busca generar malestar, esto por medio del mensaje que emite el meme a través de las leyendas y por medio del personaje al que busca atacar mediante la crítica, por ejemplo: en el meme *Yo ni muerta votaría* (fig. 3.16), se encuentra una leyenda bajo la imagen de Juan Pablo Pozo en la que señala “Eso lo vamos a ver!”. De esta manera, utilizando como protagonista a un miembro de la bancada correísta se puede percibir que la intención de atacar a través del humor crítico es hacia ese sector que apoya a Correa, a esto se suma que el protagonista manifiesta una expresión de satisfacción, imagen que claramente se vincula de manera intencional con la leyenda bajo el meme.

Figura 3.16. Meme Yo ni muerta votaría



Fuente: Publicaciones del muro de Crudo Ecuador, 26-01-2017.

Es preciso señalar que Juan Pablo Pozo, pese a no tener vinculación directa con el gobierno pues el Consejo Nacional Electoral (CNE) -que para ese entonces se encuentra bajo su presidencia- es un organismo independiente, es considerado como partidario del gobierno correísta desde la visión de los críticos del gobierno. Así, desde una redacción de crítica hacia el régimen de Correa, se describe a la presidencia de Pozo como una en la que las irregularidades abundaron. Por ejemplo, se afirma que bajo su gestión se da apertura para que durante la campaña el candidato de Movimiento País utilice el aparato mediático de gobierno, también se critica el hecho de que Pozo evitara que el proceso electoral fuera observado por el equipo de la Unión Europea; otro episodio que genera desconfianza en la oposición se basa en que bajo la dirección de Pozo existiera un apagón informático durante el proceso de escrutinio (Pallares 2017).

Ahora, en cuanto a la segunda variable, se percibe que la intención de Crudo Ecuador también se refleja en los comentarios pues los memes poseen un comentario inicial del autor, mismo que no solo amplían la información, sino que contiene datos que sirven como argumento que verifica la postura de Crudo Ecuador, la de un claro opositor. En el caso del meme descrito, Crudo realiza un primer comentario, que contienen la imagen del titular de una noticia del rotativo *El Diario*, con fecha 21 de abril de 2017, el titular señala: Muertos “aptos” para votar, y dentro del desarrollo de la noticia se exponen denuncias acerca de que se han encontrado personas fallecidas que han sido empadronadas.

La intención de la página no finaliza ahí pues también se encuentran algunos comentarios que responden de manera selectiva a un usuario en específico, y estas respuestas, de acuerdo al análisis, responden a la necesidad de Crudo por enfatizar su idea crítica contra AP, defender su postura y generar mayor malestar en ese usuario que critica a la página a través de respuestas sarcásticas. Un ejemplo de ello, dentro del mismo meme *Yo ni muerta votaría*, se encuentra la siguiente interacción entre un usuario y Crudo Ecuador:

- L. G. “que fue los memes del debate... ni pareces hinchita de Lasso >:V”  
— Crudo Ecuador “por favor pásenme la lista de todos los memes que quiera que haga al mail: mevale\*\*\*@loqueustedesquieran.com”
- C. P. “Se ve que solo AP está en campaña electoral, no hay nadie más a quien “joder” sufre crudo sufre... Eso te libera.”  
— Crudo Ecuador “tú eres el que quieres defender lo indefendible... y el que sufro soy yo??? Jajaja”
- J. F. D. “Por favor espero que leas esto. Si tu página se llama “Crudo Ecuador” porque solo hablas de AP y no de problemas sociales que pasan en el Ecuador. No sé tal vez algo más. Recuerdo que el anterior año publicabas memes por carnaval ahora tan solo te has dedicado a la politiquería. Pienso eso”  
— Crudo Ecuador “Porque es MI página y hablo lo que YO quiero”
- P. D. “Y vos Crudo cuánto tienes en tu cuenta??? Lo que te paga tu jefe Lasso lo ahorras o lo derrochas???  
— Crudo Ecuador “lo derrocho”

Así, estas características, permiten obtener como resultado que Crudo Ecuador sí maneja una clara y perceptible intencionalidad de molestar o perturbar a quienes apoyan el partido de Correa y su bancada. Utilizando incluso recursos retóricos como la ironía para poder otorgarle mayor mordacidad a sus respuestas, Crudo Ecuador maneja su intencionalidad en cualquier dirección, sea en el desarrollo del meme, la inclusión de información adicional o, dentro de sus respuestas a comentarios por medio de la selectividad, tema que se amplía posteriormente.

## e. Ejecución del poder – Actor. Poder como control

### Visión mediática

Esta variable da a conocer que los actores protagonistas de cada uno de los memes que componen el corpus analizado pertenecen a un grupo que tiene acceso al poder político. Enlistados en literales anteriores, cada uno de los personajes pertenece a este sector que se vincula además, de una u otra manera, al poder mediático ya que el impulso que les brinda su poder político los lleva a aparecer en las coberturas de los medios de comunicación. Sobre este punto es preciso tomar en cuenta que dentro de una coyuntura electoral, inevitablemente los principales actores que integran las temáticas mediáticas, son los candidatos políticos. Así, su acceso a la política, y más dentro de una temporalidad de campaña presidencial, les facilita el espacio a los medios, y estos dos componentes se unen al momento en que uno de los memes de humor crítico se crea dentro de la página Crudo Ecuador -posteriormente se amplía el detalle acerca de cómo Crudo utiliza a los medios como una fuente para la construcción de sus memes-.

Dentro del análisis realizado, se encuentran los siguientes ejemplos de momentos en los que el meme tiene relación directa con algunos de los titulares de prensa de la fecha en la que se publica el meme:

Tabla 3.5. Temática de los medios como componente de los memes

<b>Meme</b>	<b>Fecha de publicación</b>	<b>Titular de prensa</b>	<b>Fecha de publicación</b>	<b>Medio de comunicación</b>
<i>Charlas motivacionales</i>	25/01/2017	Moreno no irá a debate porque ve sesgo en la temática	24/01/2017	El Universo
		Al dejar el Gobierno dio charlas de motivación y viajó a Ginebra	25/01/2017	El Comercio
<i>Yo ni muerta votaría</i>	26/01/2017	CNE tramita 12 quejas por fallecidos en el padrón	22/01/2017	El Universo
<i>Mientras tanto Lenín y Glas</i>	26/01/2017	Moreno y Glas acudieron a un ‘debate’ con jóvenes en Quito	25/01/2017	El Universo
<i>Primera dama</i>	13/02/2017	Reclamos porque esposa de Correa llegó a audiencia clave	14/02/2017	El Universo



<i>José Serrano denuncia inconsistencias en las elecciones</i> 22/02/2017	José Serrano reclama a Juan Pablo Pozo      21/02/2017      El Universo
---	---

Fuente: Creación de la tabla con base en la investigación, 2019.

Por medio de esta tabla se puede evidenciar que existe una relación directa entre el meme que se desarrolla, y el titular de prensa que se genera para la misma fecha. Es decir, se evidencia que el clima de opinión que se forja en el interior de la red social se ve influenciado por la información que emiten los medios de comunicación. En este caso, existe una relación entre los titulares de prensa escrita y el meme, cabe señalar que dentro del análisis se encuentra que el medio que más aparece vinculado a la información que emiten los memes de Crudo Ecuador es diario El Universo, rotativo que se encasilla dentro de los medios de oposición al gobierno de Rafael Correa. De esta manera, el medio de comunicación es el que le otorga visibilidad a aquellos actores políticos, claro que desde una perspectiva crítica, la cual se inclina de manera favorable a la línea también crítica que maneja Crudo Ecuador contra el movimiento País.

**f. Cuadrado ideológico. Enfatizar y Minimizar**

**Estructuras ideológicas subyacentes. Presentación negativa del otro**

**Ejecución del poder - Declaraciones**

**Ejecución del poder - Contexto**

A través del cuadrado ideológico de Van Dijk, cuyo propósito es evidenciar qué posturas se enfatizan y cuáles se minimizan, se refleja también una clara intención por minimizar las obras o noticias que favorecen a Correa o cualquier miembro de AP, es decir, restar todo aquello que pudiera inclinarse a una crítica favorable hacia el correísmo. Asimismo, queda clara la intencionalidad de enfatizar los errores, críticas y escándalos de corrupción que rodean al partido oficialista. Como, por ejemplo, en dos ocasiones sus memes representan uno de los más sonados supuestos casos de corrupción, en los que se vincula a Jorge Glas. Sobre esto es preciso señalar que el 2 de octubre del 2017 Glas se entrega a la justicia para cumplir una orden de prisión

preventiva por el caso Odebrecht, y para el 13 de marzo de 2019 se dicta una nueva orden de prisión preventiva por el presunto delito de peculado.

A continuación, se presenta una tabla que resume algunos de los aportes encontrados alrededor de la investigación, en los que se evidencia que se enfatizan y minimizan ciertos factores, con el fin de favorecer el discurso que proyecta Crudo Ecuador.

Tabla 3.6. Cuadrado ideológico, principales resultados

<b>Cuadrado ideológico. Van Dijk (2005)</b>			<b>Principales Resultados</b>
<b>Enfatizar</b>	Buenas /Malas	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Cosas buenas de la oposición</li> <li>· Cosas negativas del gobierno</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se enfatiza la falta de competencia de Moreno, sus acciones y declaraciones negativas.</li> <li>• Se enfatiza la idea del fraude y corrupción.</li> <li>• Se enfatizan las críticas hacia el gobierno y políticas de Correa.</li> <li>• Se enfatizan las críticas hacia la personalidad y carácter de Correa.</li> <li>• Se enfatiza solamente el resultado negativo de las acciones de todos los miembros de la bancada de AP.</li> </ul>
<b>Minimizar</b>	Buenas /Malas	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Cosas malas de la oposición</li> <li>· Cosas buenas del gobierno</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se minimizan declaraciones de defensa de los miembros de AP, es decir, se minimizan sus explicaciones.</li> <li>• Se minimiza la exposición de las acciones gubernamentales que han sido, según los partidarios de AP, para el beneficio del país.</li> <li>• Se minimizan las críticas hacia los otros candidatos.</li> <li>• Se minimiza el detalle de los antecedentes de cada evento que se expone como crítica.</li> <li>• Se minimiza cualquier tipo de fuente o cifra que pueda desmentir la información presentada por Crudo Ecuador.</li> </ul>

Fuente: Creación de la tabla con base en la investigación, 2019.

Es así que, de la mano de los memes *Ahora revísale en los techos* (fig. 3.17) y *O le falta plata en la cuenta* (fig. 3.18), y en conjunto con el análisis que brinda el cuadrado ideológico, se verifica la intencionalidad discursiva que posee Crudo Ecuador, una en la que se refleja que busca destacar lo negativo de AP y su bancada, en este caso, se trata de promover la idea de corrupción de Glas, pues las cifras que expresa durante su entrevista con Luisa Delgadillo no parecen reales. Por otro lado, las ideas que se proyectan en los memes, y dentro de este ejemplo, minimizan -e incluso ocultan- cualquier tipo de crítica negativa hacia los políticos de la oposición ya que dentro del corpus obtenido no se encuentran personajes de la oposición política que protagonicen la crítica de la imagen meme.

Figura 3.17. Ahora revísale en los techos



Fuente: Publicaciones del muro de Crudo Ecuador, 07-03-2017.

Figura 3.18. O le falta plata en la cuenta



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

El cuadrado ideológico se vincula además con la segunda variable de este apartado al evidenciarse, a través de los datos recolectados, que la macro estrategia de Crudo Ecuador sí es la presentación negativa del otro, en este caso, Correa y AP. A esto se suma que dentro de esa macro estrategia, la información emitida llega incluso a convertirse en manipulación, pues las imágenes son sacadas de contexto o son acompañadas de textos que modifican el mensaje original, todo esto con el fin de ridiculizar, criticar negativamente y atacar a Correa y AP.

Figura 3.19. Meme Supongamos que somos más



Fuente: Publicaciones del muro de Crudo Ecuador, 22-02-2017.

Esto se refleja dentro del análisis de la variable Ejecución del poder - Declaraciones. Así, un ejemplo de ello es el uso de la imagen del rostro de Correa en el meme *Supongamos que somos más* (fig.3.19), en este, el rostro del ex primer mandatario se sobrepone a un formato de meme denominado “Supongamos”, la imagen además se encuentra acompañada con leyendas en las que se propone una idea de algo que Correa afirma, pero que resulta ser una idea errada: Supongamos que “somos más, muchísimos más” / No llegamos ni al 40% pero supongamos... De esta manera, el mensaje que emite Crudo Ecuador es el de que, en primera instancia Correa se equivoca y, dentro del contexto, que su partido perderá las elecciones. Por otra parte, también se busca por medio de la gráfica, mostrar que Correa tiene una reacción de sufrimiento ante esa “verdad”.

#### **g. Selección. Selectividad/descarte de la información**

Es necesario ampliar el tema de la selectividad que se suscita en la respuesta que realizan los usuarios a los comentarios de otros usuarios. En principio, es necesario señalar que esta característica no es solo de Crudo Ecuador, la selectividad se presenta dentro de toda la plataforma Facebook, desde la selección del mensaje hasta la búsqueda por las palabras que mejor expresan la idea que se busca emitir. Pero esta cualidad de la red social, dentro de este estudio, se refleja en mayor medida al momento en el que, dentro del desarrollo de los fuertes e incluso acalorados debates que se generan, los usuarios deciden a quién responder y a quién no.

Un ejemplo anteriormente detallado, pero tomando en cuenta los comentarios posteriores realizados por otros usuarios, es:

- C. P. “Se ve que solo AP está en campaña electoral, no hay nadie más a quien “joder” sufre crudo sufre... Eso te libera.”
  - Crudo Ecuador “tú eres el que quieres defender lo indefendible... y el que sufro soy yo??? Jajaja”
  - E. L. C. B. “Jajaja buena crudito”
  - A.G. “C. P. Borrego”
  - C. P. “Tranquilo, ya mismo sacas una foto de tu familia y te haces la víctima el perseguido el mártir, deja de lloriquear y sé varón declara tu apoyo sin estar disfrazando con memes tu odio tu complejo de sufridor. Y di lo tuyo en 3...2...1 “Borrego” jaajajaja solo eso saben.”
  - D. L. “Sufre y tu sufrimiento será muy largo jajajaja”
  - M. O. “Lo bueno que esta porquería de página solo está contratada hasta q terminen las elecciones!!”
  - L. R. “Fácil.... Si no les gusta por qué la siguen. No soy correísta y peor de otros partidos porque todos son la misma porquería”
  - V. “Ese borrego está defendiendo sus últimos sánduches...”
  - P. D. “bro Crudo Ecuador que no les pares bola a los TIPOS DEL TROLL CENTER DE ATRACA PAÍS, sácalos del grupo y listo que vayan a agruparse con el otro equipo”

Se debe señalar que los comentarios detallados son en respuesta al primer comentario, es decir, todos los siguientes se realizan de manera selectiva, y sin relación con el meme, sino más bien con el propósito de dar una respuesta al usuario C.P. El intercambio de comentarios entre usuarios continúa, pero con esta breve descripción se puede identificar que los usuarios requieren seleccionar para poder no solo emitir de mejor manera su mensaje, es decir, haciéndola llegar de manera directa y efectiva pues dentro de la cadena externa de comentarios se perdería, sino que también se puede percibir que de esa manera los usuarios pueden atacar con mayor frontalidad y facilidad. Un ejemplo de esta particularidad se desarrolla cuando el usuario A.G. comenta etiquetando al usuario C. P. y lo ataca con el calificativo de “borrego”.

Es así que, respondiendo a ataques, criticando a quien haya cometido un error ortográfico, u obviando responder a quien parece haber atacado con palabras ofensivas (como en este caso, C.P. omite responder a los demás comentarios y solo se centra en responder a quien le interesa, Crudo Ecuador), las reacciones de los usuarios son varias, pero en todas se refleja una selectividad en cuanto a quién y de qué manera responder un comentario o no, esto permite evidenciar que los usuarios son conscientes del papel que juega su interacción dentro de la red social y que, dependerá de las palabras que utilicen el reflejo de su imagen.

Un ejemplo de aquellos comentarios que vinculan el ataque a la corrección de un error ortográfico es:

- R. Q. “Qué divertido te permites hablar de ignorantes y escribes e con h????  
Jajajaja buena buena”

Retomando, este fenómeno deriva en la idea de que, si bien no se percibe de manera manifiesta que los usuarios tengan miedo al rechazo, estas actitudes presentadas alrededor de los diferentes modos de respuesta dan indicios de que a los usuarios sí parece importarles el rechazo o no de sus criterios, el apoyo o no que posean y, dependerá de las palabras que han llegado a ofenderlos el que estos usuarios decidan o no responder y mantener sus posturas. El estudio así, no verifica que los usuarios tengan miedo al rechazo, pero sí que a estos les genera malestar el que sus ideas sean rechazadas, lo cual se encuentra ligado además a que los usuarios poseen una clara conciencia del manejo de su imagen en el entorno virtual de las redes sociales, pues demuestran que saben cómo interactuar con aquellos que han vulnerado esta imagen a través de palabras groseras y que, merezcan una respuesta en defensa de esa imagen vulnerada.

Una evidencia de esta actitud en la que el usuario no le teme al rechazo pero sí le importa no ser tomado en cuenta se encuentra en el usuario M.D.V.E., que comenta con la misma imagen en varios de los memes de Crudo Ecuador, lo ha hecho en: *Que nos roben todo... menos la esperanza, Primera dama, 10 años antes - 10 años después, Supongamos que somos más, O le falta plata en la cuenta*. En los comentarios de cada uno de estos memes, el mismo usuario persiste en emitir el mismo mensaje que se detalla a continuación (fig. 3.20), este no varía, e incluso lo

repite dentro del mismo meme. Con esto, sus comentarios visibilizan que, debido a que no posee ningún tipo de respuesta, el usuario insiste en dar a conocer esta información, lo realiza en distintas ocasiones, y busca ser tomado en cuenta, por ello que realice el mismo comentario en todas las ocasiones.

Figura 3.20. Comentario gráfico del usuario M.D.V.E



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

- M. D. V. E. “Crudo Ecuador solo a ud. Crudo Ecuador.”
- M. D. V. E. “Crudo Ecuador es financiado por Mauricio Rodas con dineros del municipio de Quito. Es difícil que no publique falsedades.”

Estos comentarios en los que se busca atacar a Crudo Ecuador, como se explicó, se repiten en varios de los memes. Lo interesante es que no obtiene la respuesta esperada ya que Crudo Ecuador los ignora, sí se encuentra que en una de las participaciones los usuarios son los que responden a su criterio, pero no logra alcanzar el objetivo de generar malestar en Crudo Ecuador. Nuevamente se evidencia la selectividad, y el dueño de la página decide omitir esta información, pese a que utiliza también un meme para dar mayor peso al comentario y, a pesar también de que el mensaje es reiterativo.

#### **h. Clima de opinión**

##### **Reciprocidad. Intención - Recepción**

Dentro de los resultados 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, en ocasiones, no solo

al número de comentarios que posee cada imagen meme, sino que además 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 3.21. 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. 3.21), 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. Pero, cabe señalar que el número de comentarios entre ambas páginas es similar, Crudo Ecuador obtiene 567 comentarios, y El Mercico 554. Así, con base en lo planteado en el capítulo 1, donde se explica que existen tres opciones posibles para formar parte de la opinión pública, los memes creados por Crudo Ecuador reflejan que la imagen de humor político -meme- se integra en la opinión pública de Facebook gracias a que provienen de un actor representativo, en este caso, la página en sí se convierte en ese actor, pues gracias a su creciente número de seguidores, sus memes obtienen cada vez mayor visibilidad y con ello, mayores posibilidades de formar parte de la opinión pública en redes sociales. Para tener mayor rigor en el uso de términos, de esta manera el meme se integraría como opinión cuasi



pública. Pero, de manera simultánea, el meme también es fruto del debate ya que el proceso de viralización que refleja el alto número de veces en que una imagen meme ha sido compartida, refleja que los usuarios son los que colocan a la información del meme dentro de la opinión pública. Ahora, lo que se debe precisar es que el debate no se genera al momento de compartir, o al menos eso no se ha analizado dentro de este trabajo, pero sí se refleja que los argumentos con ideas fundamentadas y plausibles de crítica se desarrollan en el calor del debate que se produce en el apartado de comentarios de cada uno de los memes, bajo esta idea se puede incluso señalar que el debate puede ser denominado racional. De esta manera, las opiniones que exponen los usuarios en el interior de cada meme, pese a que han sido influenciadas por una opinión fruto del empuje otorgado por la página Crudo Ecuador, lo que las convertiría en opiniones cuasi públicas, se integran en la opinión pública como fruto del debate racional gracias a la exposición de argumentos fundamentados y criticables. Sobre esto es necesario precisar que la investigación solamente permite analizar de qué manera se integran los memes y comentarios en un clima de opinión, mas no en la opinión pública en general. Por ello, que lo detallado anteriormente debe entenderse que se habla sobre el clima de opinión en la red social Facebook, pero se ha respetado el uso de los términos propuestos por Habermas.

A continuación, un ejemplo de cómo en el meme *10 años antes – 10 años después* los comentarios se exponen de manera que responden al debate racional, un proceso de intercambio de ideas argumentadas:

- R. V.

Figura 3.22. Comentario gráfico de la usuaria R.V.



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

- D. “Señora se ve que ud habla mucho de lo que no sabe la extracción de petróleo empezó en los 80 y no son 50 años y el único que nos ha vendido a China es este gobierno que tiene vendido el petróleo por más de 20 años y las Galápagos como garantía”
- J. V. “R. V. Y cómo se llama lo que hace Rafael Correa con Yasuní?? Cómo se califica el hecho de que cuando sale una sentencia en contra de Petroecuador por daños en la Amazonía, los jueces correístas no la aceptan? Creo que te falta incluir a la lista 35 en el listado que muestras.”
- N. B. M. M. “La fama de corruptos ya la tienen... denunciar la corrupción y doble discurso de estos 10 años robados no es odio... ni ser sufridor ... es denunciar lo que está mal en el país... pero algunos no entienden y creen que el país estará mejor defendiendo a esos corruptos vividores que se robaron el dinero y los recursos del país...”

Aquí se puede apreciar que el debate se realiza bajo ideas argumentadas e informativas, no se aprecian ataques ni se tienen la intención de ofender a la usuaria R.V., es decir, se produce un debate racional ya que se genera un intercambio de ideas argumentadas y plausibles de crítica.

Otro ejemplo obtenido del primer meme analizado *Científicos de Yachay* (fig. 3.15) también permite visualizar de qué manera algunos de los comentarios sí atraviesan un proceso de debate -racional-:

- 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”
- J. I. “En 10 años su partido no pudo crear empleo, más bien hasta quitaron el visado a los chinos para que nos quiten el trabajo, pero ahora dice que creará 1 millón de empleos si es elegido presidente, admitiendo el fracaso de la política de su patrón. Qué es mago, o tanta opulencia a costa nuestra le trastornó el mate, para revertir en 4 años el desempleo creado por Correa en 10?”

- L. A. T. P. “Desempleo (personas que no estuvieron empleados y están disponibles para trabajar o también realizaron gestiones para buscar trabajo) a sept 2016: 5.2% o 419173 desempleados. Que dijo Lenin “ 250 000 empleos en dos años o sea 500 000” para acabar con el “desempleo”... Otro cantar son el empleo pleno, subempleo, etc. Fuente [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/.../092016\\_ENEMDU.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/.../092016_ENEMDU.pdf)“
- W.G. B. M. “Lo que no entiende la oposición es que Lenin Moreno dijo: 250.000 en un año, porqué, porque el siguiente año pueden ser más, y el siguiente muchos más, entonces no se confundan al tratar de interpretar que es la misma propuesta del candidato perdedor. Saludos.”
- C. M. L. B. “Está bien sus matemáticas caballero pero dígame como creer en un candidato de un partido de gobierno que no ha hecho otra cosa que aumentar el desempleo explique o soy demasiado bruto o sino el que queda mal es usted buena tarde”
- D. L. “Pero en el vídeo original Moreno dice por dos años nunca dice por cuatro años entonces otros son los que no saben sumar cómo cierto banquero que dice que el pollo cuesta 21 dólares”

Así, se puede evidenciar que dentro del clima de opinión que se desarrolla en la red social se incorporan tanto temas introducidos desde el debate generado en el interior de los comentarios, sin intervención de fuentes externas sino por una motivación individual de la usuaria como una idea argumentada (debate racional) como es el caso del debate en relación a la extracción petrolera; o bien pueden integrarse temas a través del impulso de la figura de Crudo Ecuador, incluso se puede también apreciar que uno de los temas debatidos ha sido el desempleo, temática que, como se especificó en el capítulo 2, fue uno de los que mayor cobertura mediática tuvo.

A estas características que posee el clima de opinión de la red social durante el lapso investigado, 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 otros de los comentarios abordan la temática del desempleo, 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, por ello que algunos de los usuarios decidan generar debate acerca de algún tema que conozcan, por ejemplo, aquellos que debaten sobre la extracción petrolera. Entonces, se visibiliza que estos tres posibles escenarios de influencia coexisten en el clima de opinión que se genera en la red social.

#### **i. Cambios. Presión social en el clima de opinión**

##### **Expresión pública y debate. 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 comprender por qué los usuarios no se rinden ante la presión de sus atacantes -a través de los comentarios-, es decir, aquellos usuarios que han sentido la presión de una fuerte corriente de opinión contraria a la suya mantienen su postura y realizan comentarios que demuestran que su opinión es emitida sin temor alguno al aislamiento frente al resto de usuarios. Es preciso señalar que 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. Esta evidencia es presuntiva pues no se conoce con certeza los motivos por los que un usuario decide no continuar con el debate a través de comentarios. Es así que, 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, fenómeno que se detalla posteriormente.

Un ejemplo de estas situaciones en las que el usuario decide dejar de contestar se desarrolla en el meme *Que nos roben todo... menos la esperanza* (fig. 3.13):

- 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 piedrazo 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 tienen 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”

-E. 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. Como se señala anteriormente, se puede presumir que su falta de respuesta se debe a que prefiere evitar el conflicto, pero en ninguno de los casos en que hayan surgido este tipo de debates dentro de los comentarios de los memes, se ha presentado algún usuario que haya decidido modificar su opinión. En todos los casos, los usuarios reflejan que pueden manifestar su opinión de manera libre y sin temor alguno.

Algo que podría semejarse a algún tipo de señal de temor al rechazo o a sufrir ataques se evidencia en el uso de palabras que demuestren cautela, pero son pocos los episodios en los que se observa este uso de las palabras, por ejemplo:

- K. Á. “Cuando hacías los memes por puro gusto eras gracioso.... a sueldo has perdido el toque. Aunque quizás solo sea mi opinión.”
- S. C. “una consulta si su página es imparcial porque no hablan del escándalo del alcalde de Quito, antes que empiecen a criticar no apoyo al gobierno, pero tampoco me gusta la parcialidad que tiene ustedes tanto como el gobierno.”

Por otra parte, se evidencia la activa participación de un núcleo duro que apoya a Correa sin ningún temor a sentirse rechazado o a recibir rechazos. Estos usuarios son constantes y no dudan en confrontarse de manera escrita a cualquier usuario que decida atacar a la bancada correísta, también se los encuentra en aquellos comentarios que cortan una corriente de opinión. Una de las características que permite identificar a estos usuarios es que sus comentarios se hallan en diferentes memes, es decir, el mismo usuario busca cada oportunidad disponible para poder defender a su favorito (Correa) y atacar a los usuarios opositores, sin importar si debe ser repetitivo e insistente.

Algunos de los usuarios identificados como miembros de este núcleo duro son:

- M. D. V. E.: este usuario ya ha sido detallado anteriormente. Se ha identificado que su intención es enfatizar en la idea de que Crudo Ecuador es contratado por el municipio de Quito.
- S. Ll.: generalmente ataca con insultos o palabras soeces, en especial al Partido Social Cristiano.
- P. D.: se caracteriza por dar la contra a otros usuarios de manera selectiva y, al mismo tiempo, busca acatar a Crudo Ecuador vinculándolo con Guillermo Lasso y Mauricio Rodas.

Estos usuarios se diferencian de cualquier otro miembro de la revolución ciudadana debido a que no solo realizan una participación activa en un meme específico, como ocurre en la mayoría de usuarios que solo defiende su postura en el meme en el que han realizado el comentario, sino que comentan en varios memes, y en cada uno de ellos expresan su apoyo a Correa. Cabe señalar que, al igual que cualquier otro usuario, su defensa solo permanece por unos cuantos comentarios, no logra cambiar la opinión de ningún otro usuario o, si se defiende de todos aquellos a los que ataca, solo lo hace de manera selectiva.

#### **j. Estructuras Ideológicas Subyacentes. Argumentación**

La argumentación se vuelve vital al momento de buscar convencer, y sonar convincente dentro de esta red social. Así, tanto en la creación de la imagen meme, como en la redacción de cada uno de los comentarios, se refleja que, por un lado, los usuarios prefieren utilizar El Juego de Números para otorgar mayor fiabilidad a su argumento, mientras que Crudo Ecuador opta por realizar un video que coloca como comentario inicial, video o imágenes de noticieros e información editada adicional. Buscando de esta manera obtener evidencias que le otorguen mayor fiabilidad a la opinión emitida.

Así, el primer ejemplo que a continuación se detalla, del meme *Supongamos que somos más* (fig. 3.19), es un mensaje que se repite en un par de ocasiones en distintos memes y con distintos usuarios, por lo que podría pensarse que es una especie de cadena:

- H. T. “Digan lo que digan los explotadores de siempre, los datos estadísticos hablan por sí solos.

#### DATOS ESTADÍSTICOS.

Sueldo Básico.

Año 2007: \$170

Año 2017: \$375

Petrodólares que se quedan en el Ecuador.

2007: 20%

2017: 81%

PIB, Producto Interno Bruto.

2007: 23 mil millones

2017: 102 mil millones

Desempleo.

2007: 7,9%

2017: 5,6%

Pobreza.

2007: 38%

2017: 21%

Pobreza extrema.

2007: 16,1%

2017: 8,3%

Sueldo de policías, profesores y médicos (sector público).

2007: Alrededor de \$200

2017: Alrededor de \$900

Presupuesto general del estado.

2007: 5 mil millones

2017: 36 Mil millones

Presupuesto general del estado destinado a gastos de deuda.

2007: 25%

2017: 5%

Red vial.

2007: Tercera peor de america latina

2017: Segunda mejor.

Recaudación tributaria.



2007: \$4 Mil millones anuales  
 2017: \$16 Mil millones anuales  
 Escuelas públicas con estándares internacionales.  
 2007: 0  
 2017: 315  
 Escuelas del milenio.  
 Becas de estudio internacionales.  
 2007: 34 (cada año)  
 2017: 970 (cada año)  
 Sueldo de empleadas domésticas.  
 2007: \$80 Mensuales  
 2017: \$375 Mensuales  
 Matrícula y pensiones en el estudio público.  
 2007: Pagaba la familia  
 2017: Cubre el estado  
 Ingresos turísticos.  
 2007: \$492 Millones anuales  
 2017: \$1720 Millones anuales  
 Porcentaje de personas con discapacidad que debían contratar las empresas en su nómina.  
 2007: 0%  
 2017: 4%”

Con esto, es posible visualizar que a través de los números se busca otorgar mayor peso a la información presentada y, como se señala anteriormente, este mensaje circula en un par de ocasiones más y por distintos usuarios, dando a conocer que aquellos que han publicado buscaban justamente poder dar un comentario que posea cierta validez frente al resto.

Lo mismo ocurre en el siguiente ejemplo, se utiliza el Juego de Números como estrategia argumentativa para tratar de generar fiabilidad en la información publicada. El comentario se evidencia en el meme *Científicos de Yachay* (fig. 3.15):

- M. S. A. O. “5% \_\_\_\_ desempleo población económicamente activa 5%= 500000 desempleados.

Lenín Moreno... 250000 empleos/año en 2 años =  
 500000 empleos; desempleo =0%  
 Lasso en 4 años = 1000000 empleos,  
 no es necesario crear 1000000 (10%) = demagogo”

Crudo Ecuador, como se detalla anteriormente, prefiere utilizar publicaciones propias en las que se basa en información mediática para enfatizar y argumentar que sus ideas son fiables, es decir, utiliza una Autoridad (medio de comunicación) y busca presentar Evidencias. Pero esta misma estrategia fomenta lo que para muchos de sus seguidores es criticable, al ser él mismo una fuente de información que utiliza fuentes mediáticas que critican al partido AP, y enfatizar un mensaje de intención crítica contra Correa y su bancada, ya no existe un espacio para críticas externas. Es decir, aquellos usuarios que critican la postura de Crudo Ecuador tienen más recursos para reafirmar este reproche, pues dentro de sus publicaciones ya no se refleja un contraste de información, es una única visión en la que el espacio para la crítica a los otros partidos se ha vuelto inexistente, al menos durante el periodo analizado. Lo cual evidencia que el humor político focalizado por una parte convence a la línea opositora, pero también molesta a quienes concebían la página Crudo Ecuador como un espacio de sátira política.

Figura 3.23. Meme José Serrano denuncia inconsistencias



Fuente: Publicaciones del muro de Crudo Ecuador, 22-02-2017.

Figura 3.24. Meme Compra de palcos



Fuente: Publicaciones del muro de Crudo Ecuador, 01-04-2017.

Por ejemplo:

- En *Yo ni muerta votaría* (fig. 3.16), publica la imagen del rotativo El Diario con el titular: Muertos “aptos para votar”, comentario al cual ya se ha hecho mención con anterioridad.
- En *Que nos roben todo... menos la esperanza* (fig. 3.13), comenta “wait! La Esperanza también nos robó, acompañado del titular de otro rotativo, que no se evidencia el nombre en la imagen, pero detalla: Exasambleísta Esperanza Galván, sentenciada a tres años de prisión por cohecho.
- En *José Serrano denuncia inconsistencias* (fig. 3.23), Crudo Ecuador cambia de fuente, ahora como Autoridad utiliza un video de Álvaro Noboa en el que se detalla cómo este ex candidato presidencial ha encontrado lo que ahora se denominan “inconsistencias” durante las elecciones.
- En el meme *Compra de palcos* (fig. 3.24), retoma a los medios como Autoridad, pero en este caso se inclina por un medio que se autodenomina “democrático” dentro de la información de su perfil, el medio digital 4 pelagatos. Es así que, al abrir el link se visualiza el artículo “El Banco del Pacífico sí pagó 292 631 dólares a la FEF”.

Se encuentra además que otra de las modalidades con las que se pretende otorgar mayor credibilidad a una opinión es a través de las cargas o topos, y las presuposiciones, es así que dentro del análisis se encontraron cadenas de mensajes que poseen premisas que se dan por sentado y que se las repite con el fin de convencer y otorgar fiabilidad a un criterio. Cabe señalar que estos topos argumentativos primordialmente vienen de los criterios emitidos por los medios de comunicación o periodistas.

Figura 3.25. Meme Gracias Cynthia



Fuente: Publicaciones del muro de Crudo Ecuador, 19-02-2017.

Un ejemplo de este tipo de argumentación a través del uso de topos se refleja en el meme *Gracias Cynthia* (fig. 3.25), en este se repite la idea del fraude. Se debe recordar que para Ramos (2017) la idea del fraude se desarrolla como una construcción propia de los partidos de derecha. Así:

- M. M. “Simplemente hay fraude... y pare de contar... De seguro que el pueblo ecuatoriano se levantará con furia... para mandar a AP..... pateándole”
- G. R. “raro amigo raro! ahorita acabe de ver en Teleamazonas que los casos de fraude si han sido confirmados por los presidentes de junta de algunas localidades... todas las papeletas iban marcadas con el voto hacia Alianza País...”
- F. V. H. “En Quito gana CiNDY y en Guayaquil no, \*\*\*? eso no tiene sentido, lo que hicieron esos sapos correístas fue hacer fraude en Guayaquil con las papeletas ya votadas por Moreno y haciéndoles firmar con marcador rojo en muchos recintos.”
- R. M. “Obviamente hubo fraude también en Guayaquil...”

Otra peculiaridad que se encuentra en cuanto al método que utiliza cada usuario para argumentar, se halla en que surgen usuarios que prefieren seguir en la línea del humor y optan por utilizar como argumento el meme que Crudo Ecuador presenta con anterioridad. Esto evidencia que la legitimación y recepción que posee la página de Crudo Ecuador es alta y, que pese a que los usuarios conocen que la información

expuesta en el meme es modificada y no es certera, los comentaristas (usuarios) consideran que esa información es válida al nivel de poder ser publicada como un argumento a su criterio.

Figura 3.26. Meme Mientras tanto Lenin y Glas



Fuente: Publicaciones del muro de Crudo Ecuador, 26-01-2017.

Figura 3.27. Meme Charlas motivacionales



Fuente: Publicaciones del muro de Crudo Ecuador, 25-01-2017.

Figura 3.28. Meme Rafael Correa ayer – Rafael Correa hoy



Fuente: Publicaciones del muro de Crudo Ecuador, 20-02-2017.

Figura 3.29. Meme Elecciones con - sin fraude



Fuente: Publicaciones del muro de Crudo Ecuador, 23-02-2017.

Figura 3.30. Meme Supongamos que me vienen a lanzar lo que doné



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

Como ejemplo de este fenómeno se encuentran:

- Dentro del meme *Mientras tanto Lenín y Glas* (fig. 3.26), la usuaria M. N. comenta con el meme *Charlas motivacionales* (fig. 3.27).
- En el meme *Que nos roben todo... menos la esperanza* (fig. 3.13), el usuario W.O. opina con un meme realizado por Crudo Ecuador, que no figura dentro de este estudio y corresponde a la imagen de un señor que vende correas y, como leyenda del meme dice: El único correísta que trabaja HONRADAMENTE.
- La usuaria S. J. H. realiza un comentario con el meme *Rafael Correa ayer – Rafael Correa hoy* (fig. 3.28) dentro de la publicación del meme *Elecciones con - sin fraude* (fig. 3.29).
- El usuario D.Q. comenta con el meme *Supongamos que somos más* (fig. 3.19), dentro de la imagen meme *Supongamos que me vienen a lanzar lo que doné. Lenín* (fig. 3.30).

Así, por medio de estos ejemplos se puede incluso clasificar a estos comentarios como memes de “replicación memética” (Danung y Holloway A. 2008, 13). Como se detalla en el capítulo 1, estos memes se propagan sin cambios, fomentando la viralización y mayor consumo de esta información. Entonces, ya no solamente se enfatiza y se evidencia una alta reciprocidad en cuanto a emisión – recepción del meme, sino que además dentro de la decodificación de cada usuario (S. Hall 1980) en el que se procesa un mensaje y se genera una acción, la acción replica el mensaje de manera íntegra.

**k. Fuente. El control sobre los modelos mentales**

**Visión mediática**

En cuanto al papel que poseen los medios de comunicación dentro de este estudio, es necesario señalar que la información que estos emiten, en especial la de los medios privados, es valorada al momento de emitir un criterio y dentro de la creación de los memes de humor político. Esto, como se explica en el apartado de Argumentación, se refleja en los usuarios a través de los topos que describen dentro de sus comentarios. Pero su actuación no se estanca en el uso de estas ideas por parte de los usuarios, sino que además la presencia de estos es constante dentro de algunas de las premisas u opiniones que realiza Crudo Ecuador, especificación que también se encuentra en el apartado mencionado.

Figura 3.31. Meme Primera dama



Fuente: Publicaciones del muro de Crudo Ecuador, 13-02-2017.

Figura 3.32. Meme Supongamos que aparece un majadero



Fuente: Publicaciones del muro de Crudo Ecuador, 12-03-2017.

Figura 3.33. Meme Resultados elecciones 2017



Fuente: Publicaciones del muro de Crudo Ecuador, 02-04-2017.

Así, 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, algunos ejemplos de ello son:

- La entrevista en Contacto Directo, Ecuavisa, realizada a Lenín Moreno el 12 de enero de 2017. Utilizada en *Científicos de Yachay* (fig. 3.15).
- La fotografía del diario El Universo, que acompaña al titular “Lenín Moreno y Jorge Glas acudieron a un 'debate' con jóvenes en Quito”, es utilizada para realizar el meme *Mientras tanto Lenín y Glas* (fig. 3.26).
- En la noticia “Prisión para docente del caso El Principito” acompaña la fotografía utilizada para el meme *Primera dama* (fig. 3.31). La nota detalla que Anne Malherbe “mostró apoyo al acusado” en el mes de febrero.
- Para el desarrollo del meme *Gracias Cynthia* (fig. 3.25), Crudo Ecuador utiliza una de las imágenes del debate realizado en las instalaciones de diario El Comercio.
- El meme *José Serrano denuncia inconsistencias en las elecciones* (fig. 3.23) contiene una captura de pantalla de un video publicado en la red social Facebook de diario El Universo.
- En el diseño del meme *Ahora revísale en los techos* (fig. 3.17) y *O le falta plata en la cuenta* (fig. 3.18), se utiliza una entrevista realizada por Luisa Delgadillo, periodista del canal de televisión RTS.
- Dentro del meme *Supongamos que aparece un majadero y yo me hago respetar* (fig. 3.32) ha tomado una imagen publicada por diario El Comercio, en cuya nota se hace énfasis de una frase dicha por Correa durante el enlace ciudadano del 11 de marzo de 2017.
- Se ha utilizado la información y fotografía del medio 4 pelagatos para la creación del meme *Compra de palcos* (fig. 3.24).
- Finalmente, el meme *Resultados elecciones 2017* (fig. 3.33) evidencia una captura de pantalla de la emisión de los resultados realizada en el noticiero 24 Horas, canal Teleamazonas.



Con estos ejemplos, 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 y, como se explica en las Estructuras Ideológicas Subyacentes, sobre Argumentación, 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 de ese momento. 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, ya que se tiene esa percepción de evidencia, y sustento a través de la información e imágenes de los medios de comunicación que se refleja en la estructura del meme.

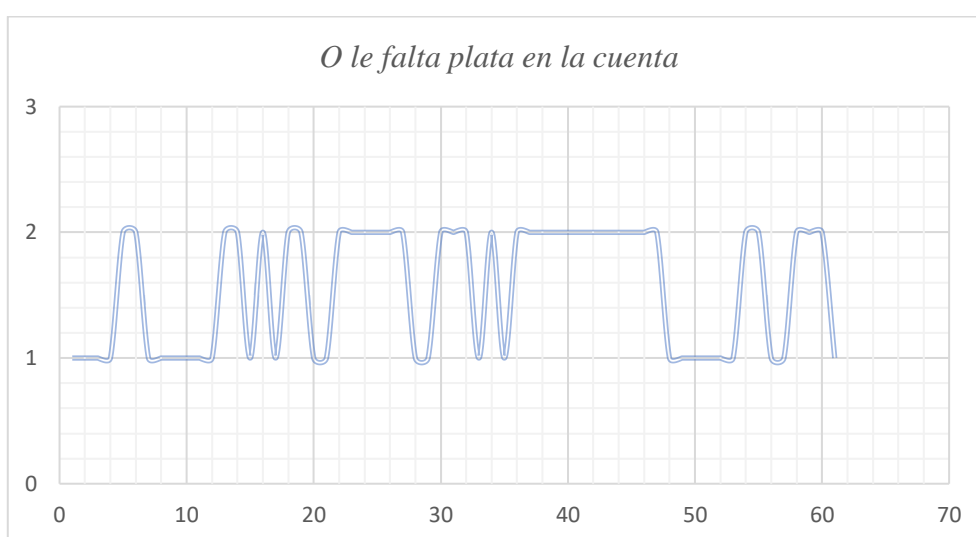
#### **1. Expresión pública y debate. Corrientes de opinión**

Dentro de los comentarios surgen corrientes de opinión 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 (una página de humor político con imágenes que refieren a los políticos dentro de una coyuntura electoral), 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, las cuales producen corrientes de opinión en el interior del debate de comentarios de cada meme.

De esta manera es posible también verificar la existencia de un clima de opinión que se desarrolla a partir del proceso de debate -racional y en ocasiones no, por no contener carga argumentativa-, una sucesión de comentarios en los que se puede evidenciar que la red social da oportunidad para el surgimiento de expresiones sin temor alguno, detalle que ha sido explicado literales atrás.

Un ejemplo de esta sucesión de corrientes de opinión se analiza dentro del meme *O le falta plata en la cuenta* (fig. 3.18), tras categorizar con el valor 1 a aquellos 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 se otorga el valor de 2 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 que demuestran generar corrientes estables en cuatro momentos dentro de la muestra de comentarios analizados.

Figura 3.34. Corrientes de opinión en “O le falta plata en la cuenta”

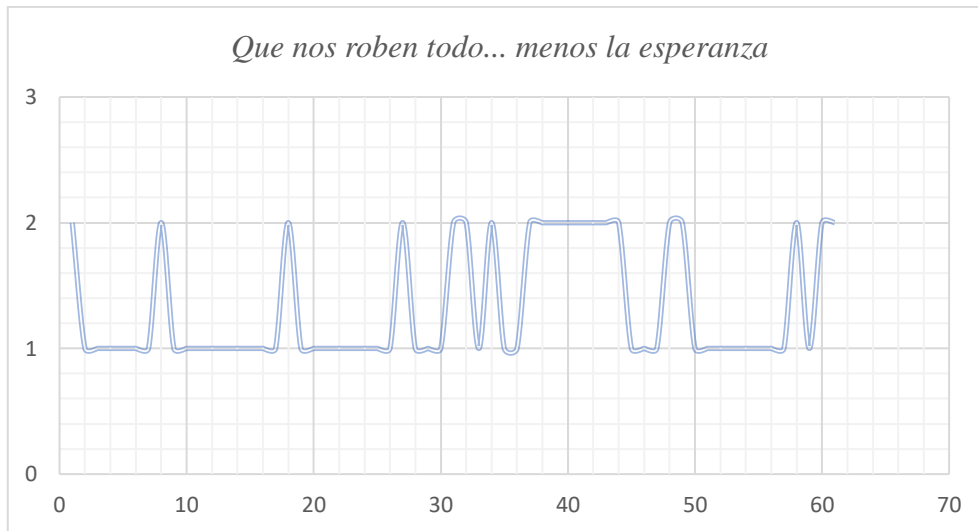


Fuente: Creación del gráfico con base en la investigación, 2019.

De esta manera, en la figura 3.34 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. Así, 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 de momento sea más larga.

Otro análisis que refleja las corrientes generadas dentro del clima de opinión y que refleja por momentos estabilidad se desarrolla en el meme *Que nos roben todo... menos la esperanza* (fig. 3.13).

Figura 3.35. Corrientes de opinión en “Que nos roben todo... menos la esperanza”



Fuente: Creación del gráfico con base en la investigación, 2019.

Otorgando los mismos valores que en el primer ejemplo, en la figura 3.35 se puede visibilizar de mejor manera el desarrollo de una corriente de opinión opositora (valor 1), pues se mantiene estable casi en la totalidad de la muestra de comentarios analizada. Mientras que, aquellos usuarios partidarios de AP aparecen solamente para ser atacados por la misma corriente opositora. Como se observa en la figura, solo existe un momento en el que los partidarios de Correa (valor 2) logran una breve estabilidad dentro de su corriente de opinión.

### m. Generación. Millennial

Se pudo constatar que existe una diferenciación generacional en cuanto al uso que le otorga cada usuario a la red social Facebook. Así, se evidencia que los usuarios mayores de cuarenta años no solo utilizan una mejor redacción y más amplia, sino que además buscan aportar con información adicional, a esto se suma que sus intervenciones no contienen palabras ofensivas o de ataque. Por otra parte, los usuarios que forman parte de la generación millennial (18 - 33 años), en especial los más jóvenes, aquellos con menos de veinte años de edad, tienden a manifestarse a través de textos cortos, mientras que los usuarios de entre 20 y 30 años generalmente integran a sus comentarios emoticones, memes u otras imágenes y videos, es decir, la tendencia de las generaciones jóvenes es más a la reacción que al aporte de información.

La tabla que a continuación se presenta, se elabora para tratar de evidenciar esta peculiaridad en el uso de acuerdo a la edad. Para su desarrollo se han tomado las primeras intervenciones -secuenciales- dentro del meme *Gracias Cynthia* (fig. 3.25). Dentro de este ejemplo se poder reflejar que existe una clara diferencia en cuanto al uso que le otorgan aquellos que forman parte de la generación millennial, y los que no.

Tabla 3.7. Uso de la red social Facebook por edad

Meme: <i>Gracias Cynthia</i>					
Sexo	Edad	Uso de palabras gro- seras o de ataque	Extensión	Contenido Argumental	Imágenes/ Emoticones
M	Menor de 20	Sí	Corto	No	No
F	Menor de 20	No	Corto	Sí	No
M	Menor de 20	Sí	Corto	No	No
F	Menor de 20	Sí	Corto	No	No
F	Menor de 20	Sí	Medio	No	No
M	Menor de 20	Sí	Amplio	No	No
M	De 20 a 30	No		No	Sí
M	De 20 a 30	No		No	Sí
M	De 20 a 30	No		No	Sí
M	De 20 a 30	No		No	Sí
F	De 20 a 30	Sí	Corto	No	Sí
M	De 20 a 30	No	Corto	No	No
M	De 20 a 30	No	Corto	Sí	No
F	De 20 a 30	Sí	Corto	Sí	No
M	De 20 a 30	Sí	Corto	No	No
M	De 20 a 30	No	Corto	No	No
M	De 20 a 30	Sí	Corto	No	No
F	De 20 a 30	Sí	Corto	No	No
F	De 20 a 30	Sí	Medio	No	No
F	De 20 a 30	No	Medio	No	No
M	De 20 a 30	Sí	Medio	No	No
M	De 20 a 30	No	Amplio	Sí	No
F	De 20 a 30	No	Amplio	Sí	No
M	De 20 a 30	No	Amplio	Sí	No

F	Mayor de 30	No		No	Sí
F	Mayor de 30	No	Corto	No	No
M	Mayor de 30	No	Corto	Sí	No
M	Mayor de 30	Sí	Corto	No	No
M	Mayor de 30	Sí	Corto	No	No
F	Mayor de 30	No	Corto	No	No
M	Mayor de 30	No	Medio	No	No
F	Mayor de 30	No	Amplio	Sí	No
M	Mayor de 30	No	Amplio	Sí	No
F	Mayor de 30	No	Amplio	Sí	No
F	Mayor de 30	No	Amplio	Sí	Sí
M	Mayor de 30	Sí	Amplio	Sí	No
M	Mayor de 40	No		No	Sí
M	Mayor de 40	No		No	Sí
M	Mayor de 40	No		No	Sí
M	Mayor de 40	No	Corto	Sí	No
F	Mayor de 40	No	Corto	No	No
M	Mayor de 40	Sí	Corto	No	No
F	Mayor de 40	Sí	Corto	No	No
M	Mayor de 40	No	Medio	No	No
M	Mayor de 40	No	Medio	Sí	No
F	Mayor de 40	No	Medio	Sí	No
F	Mayor de 40	No	Amplio	Sí	No
F	Mayor de 40	No	Amplio	Sí	No
M	Mayor de 40	Sí	Amplio	Sí	No
F	Mayor de 40	No	Amplio	Sí	No
F	Mayor de 40	No	Amplio	Sí	No
F	Mayor de 40	No	Amplio	Sí	No
F	Mayor de 40	No	Amplio	No	No
M	Mayor de 40	No	Amplio	Sí	No

Fuente: Creación de la tabla con base en la investigación, 2019.

La tabla 3.6 se realiza categorizando las intervenciones de los usuarios en 6 variables, a partir de las que se puede evidenciar que, tras reorganizar la información y exponerla de manera ordenada conforme a la edad, y posteriormente, de acuerdo a la extensión, se visibiliza lo

expuesto con anterioridad, que la generación millennial prefiere reaccionar y aquellos de mayor edad, optan por informar. Cabe señalar que también existen excepciones en las que usuarios mayores de 40 años prefieren reaccionar a través de una imagen y, también existen usuarios menores a 20 años que publican contenido extenso. Por ello es necesario tomar en cuenta que el análisis corresponde tan solo a una muestra del universo de comentarios, pero permite llegar a la conclusión general de que en redes sociales sí se genera un uso diferenciado de las herramientas que brinda Facebook.

#### **n. Temática. Liberación espacio-temporal**

Otro de los resultados obtenidos es que se verifica la disolución de las barreras espacio-temporales pues usuarios de distintas partes del país, e incluso del mundo, han realizado sus comentarios, pudiendo de esta manera acortar las distancias y permitiendo la fluidez de una comunicación en la que las distancias se vuelven irrelevantes. Así, la liberación y expansión geográfica sí se refleja pues dentro de cada uno de los comentarios se visibiliza que Internet, y su aldea global, permiten generar un diálogo entre usuarios distantes, conectando en su totalidad, a una amplia comunidad de ecuatorianos, permitiendo incluso que la comunidad migrante también participe dentro de los debates políticos que se desarrollan dentro de cada una de las imágenes de humor político/meme.

Así, por ejemplo, en el último meme de análisis *Resultados elecciones 2017* (fig. 3.33) los usuarios pertenecen a distintas provincias -de acuerdo a la información que se visualiza en sus perfiles-. Listando en orden secuencial se presentan usuarios de: Cuenca, Quito, Santa Elena, Machala, San Gabriel, Santo Domingo, Guayaquil, Ambato, Latacunga, Barcelona, La Plata, Ibarra, Salasaca, Quevedo, Nueva York, Ipiales, Sangolquí, Riobamba, Loja, Toledo, Los Ríos, Machachi, Manta, Manabí, Chimborazo, Sudáfrica, Portoviejo.

Ahora, en cuando a la temporalidad se mira también una liberación pues un tema que ya no se encuentra inmerso en la opinión pública, puede ser retomado e incrustado nuevamente dentro de la opinión pública generada en la red social Facebook. Un claro ejemplo de esto sucede en el inicio de los comentarios del meme *Primera dama* (fig. 3.31), donde el segundo comentario trae a la luz un tema que había sucedido el 16 de abril de 2016, y señala:

- D. L. C. “Falta, primera dama apoyando a los damnificados del terremoto en Esmeraldas y Manabí.”

Con este comentario el usuario no solo demuestra que está de acuerdo con la crítica que propone Crudo Ecuador, sino que además vincula dos ideas más. En primera, refleja que aún existe en la memoria colectiva preocupación e interés sobre el terremoto que afectó a varias localidades de la costa ecuatoriana en el 2016, sino que también el comentario da cuenta de que la ausencia de la primera dama persistió incluso en un evento tan trascendental como lo fue este desastre. Utilizando incluso un tono de sarcasmo para enfatizar que la crítica de Crudo Ecuador no es infundada.

**o. Peculiaridades de las redes sociales. Otras particularidades halladas**

Esta plataforma refleja el uso de un vasto número de recursos visuales en los que se demuestra que es posible vincular las gráficas presentadas por los medios y una opinión crítica a través del humor. Pero estos recursos no solo se presentan en la composición del meme, sino que además se encuentran otro tipo de herramientas dentro de los comentarios. Si bien López y Ciuffoli (2012) describen algunas de las facilidades que brindan las redes sociales, no se mencionan las actuales maneras que existen para poder reflejar un estado de ánimo. Es así que, como novedosas formas de participación se visualiza que los comentarios contienen emoticones, otros memes, videos y la tradicional escritura. Pero todos estos recursos se vuelven parte complementaria de la formación del criterio de opinión de cada uno de los usuarios de Facebook, lo cual vuelve visible la modificación en cuanto a las maneras en las que un mensaje y opinión son emitidos dentro de la red social.

Algunos ejemplos sobre estas dinámicas en las que los comentarios ya no solo se componen de palabras, se detallan a continuación:

Figura 3.36. Meme Cuando comenzó la campaña



Fuente: Publicaciones del muro de Crudo Ecuador, 16-02-2017.

- Comentario con emotición: *Cuando comenzó la campaña – cuando terminó la campaña* (fig. 3.36)

Figura 3.37. Comentario de la usuaria D.B.



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

La usuaria opta por utilizar un emoticon, el cual además tiene movimiento al visualizarlo dentro de la plataforma Facebook. Este emoticon demuestra una reacción de risa ante el meme de Crudo Ecuador.

- Comentario con palabras e incorporación de emotición: *En Rafael Correa ayer – Rafael Correa hoy* (fig. 3.28)

T. V. “DOBLE MORAL! 😡 😞”

En este tipo de comentario también se utilizan emoticones, pero son de menor tamaño ya que la usuaria opta por ponerlos como agregados de su comentario escrito, para brindar mayor exactitud acerca de qué emoción busca proyectar con sus palabras.



- Comentario con otro meme: En *Cuando comenzó la campaña – cuando terminó la campaña* (fig. 3.36)

Figura 3.38. Comentario de la usuaria K.G

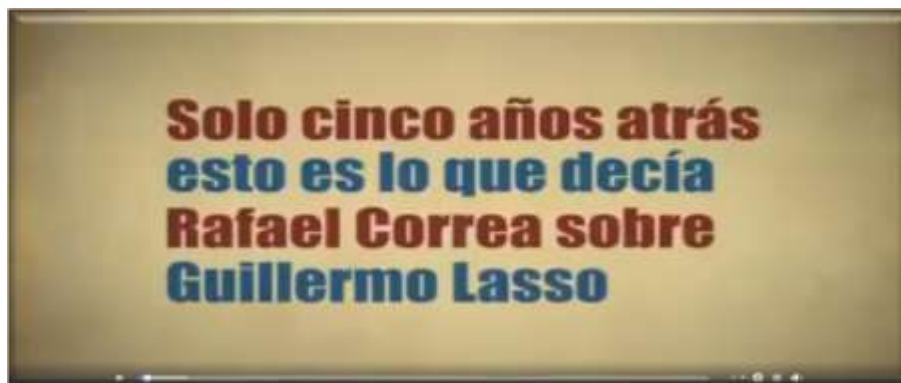


Fuente: Comentarios en la página del perfil de Crudo Ecuador, 2017.

Este tipo de comentario en el que se mantiene la línea del humor para reflejar un criterio es también popular ya que continúa con la dinámica propuesta por Crudo Ecuador.

- Comentario con video: *Rafael Correa ayer – Rafael Correa hoy* (fig. 3.28)

Figura 3.39. Comentario del usuario C.D.



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

Este tipo de comentario es menos popular, y refleja que a través de un video se busca informar a los demás usuarios, lo cual también es un mecanismo de respuesta dentro de las dinámicas de la red social.

Entonces, la selectividad ahora orientada a la selección de la herramienta que mejor pueda reflejar las ideas y emociones de un usuario, permite dar cuenta de que la idea de Castells (2001a) es cierta, la sociedad es la que modela a Internet de acuerdo a las necesidades que vayan surgiendo o los requerimientos que vayan apareciendo.

**p. Crítica irracional**

Muchos de los comentarios tienen una fuerte carga de crítica irracional, pues no solo se basan en aspectos frívolos como son la apariencia, el nombre de usuario o la ciudad de procedencia, sino que además tienden a ser muy agresivos, groseros e irrespetuosos, y no contienen ningún tipo de argumento. Principalmente buscan atacar a quien consideran un “ignorante” al no coincidir con sus ideas, sin llegar a debatir acerca de los criterios de cada usuario.

Algunos ejemplos de este particular se encuentran en el meme *Yo ni muerta votaría* (fig. 3.16), y son:

- S. Ll. “Puras estupideces para justificar su fracaso asnos!!!”
- J. Y. “Calla borrega”
- O. M. J. M. “Por lo mismo son correístas por no usar el cerebro y para colmo migrante pata mojada”
- V. S. “Ladrones”
- J. F. “Un clásico de los sirvientes del CNE”
- L. G. “que fue los memes del debate... ni pareces hincha de Lasso”

Como se detalla en este extracto, los comentarios no buscan aportar información, ni provocar un debate o brindar una respuesta que contenga ideas argumentadas, sino más bien se publican comentarios con el objetivo de atacar y agredir a otro usuario. Por ello que este tipo de publicaciones se encasillen dentro de la crítica irracional ya que no se enfocan en presentar argumentos o en comentar con respecto a la idea propuesta por Crudo Ecuador, estos comentarios solo se emiten de manera agresiva.

## Capítulo 4

### Conclusiones

Tras haber realizado un recorrido investigativo en el que a través del análisis realizado a los memes publicados por Crudo Ecuador en el desarrollo de los comicios presidenciales del 2017 y, a los comentarios desarrollados en el interior de cada una de estas publicaciones, se busca responder en principio a algunas de las interrogantes teóricas que surgieron alrededor de este estudio. Posterior a ello se procede con la respuesta a las preguntas de investigación que iniciaron el trabajo y verificación, o no, de las hipótesis planteadas, principalmente se busca responder a la primera 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?.

Es así que, como resultado de la investigación, se confirma que a pesar de que Internet sí cumple con ciertas de las características de la visión utópica, como la de fomentar la participación y convertirse en un canal que permite ampliar la información de los usuarios de Facebook, es evidente que Internet cumple con más características de la propuesta utilitarista. Es decir, los usuarios le han otorgado un uso individualizado a cada una de las herramientas que brinda Facebook, en este caso, ha existido un balance entre aquellos usuarios que practican e incluso fomentan el uso del espacio de comentarios como un lugar para el desarrollo del debate y del diálogo, esto con el fin de poder tomar una decisión electoral; pero por otro lado también se encuentran aquellos usuarios que utilizan el mismo espacio de comentarios para atacar, ridiculizar, insultar y herir los sentimientos de quienes no coinciden con sus posturas. Por ello, se concluye que Internet, y dentro de este estudio, Facebook es un espacio que se consolida con propósitos utilitarios que responden a los deseos particulares de cada usuario.

Así, recordando que tanto Castells (2001a) como Yarto Wong (2010) consideran que la apropiación individual de Internet, y de la tecnología, no responden a su funcionalidad de creación sino más bien a la necesidad que cada persona desea satisfacer dependiendo del contexto que anteceda a cada uno, es preciso afirmar que tras la realización de esta investigación, se confirma que el uso que se le otorga a Facebook responde más a los criterios y requerimientos que cada usuario posee. Por ello que dentro de los comentarios se refleja esa

apropiación y uso individualizado, tanto en las diferentes maneras en las que los individuos reaccionan como en las herramientas que usan para expresar sus pensamientos. De igual manera, bajo la confirmación de que son los usuarios los que le otorgan los usos a Facebook, y no al contrario, se llega a la conclusión de 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, como un mecanismo que permita a la ciudadanía expresarse acerca de temas políticos o manifestar ideas de denuncia y crítica política de una manera ágil y práctica. 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 estas 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 ciudadana -sin olvidar la necesidad de desahogo-, es decir, se confirma además la idea propuesta por Norris (2015), en la que afirma que las redes sociales favorecen la actividad política pues los usuarios sí deciden participar y proponer ideas críticas. Pero, es necesario tomar en cuenta que dentro de los comentarios, los usuarios no van más allá de la acción de comentar la publicación, por lo que su participación política se estanca en el debate y no en el accionar político.

Por otra parte, Facebook sí se convierte en una herramienta que facilita la participación democrática y, como se expone anteriormente, los usuarios son los que convierten a la red social en una herramienta democratizante, pero esto sucede de manera parcial. Pues a pesar de que permite que cualquier individuo pueda participar sin restricción alguna y de manera libre, es decir, en igualdad de condiciones frente al resto de usuarios, es necesario tomar en cuenta que dentro del grupo de usuarios que participan abiertamente en esta plataforma 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 al 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 demuestra 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 más lejanas pueden tener un acercamiento a los medios digitales de comunicación, pero esta labor no garantiza que los ciudadanos puedan acceder o si quiera conocer acerca de

la plataforma Facebook, o de los múltiples usos que le brindan sus usuarios. Entonces, Internet desde esta perspectiva cumple también con la visión pesimista pues en nuestro país aún se desarrolla una segregación poblacional que no permite un acceso verdaderamente democrático que involucre a todos los ciudadanos. A esto se suma que acceder al espacio cibernético no garantiza el acceso de quienes se hallan marginados de los sistemas políticos, quedando este espacio como una esfera de poder aún inalcanzable pese a la existencia de nuevas plataformas de expresión social.

En lo que se refiere al uso individualizado que le otorga cada usuario, sí existe una influencia tanto mediática como de las propias corrientes de opinión que se generan dentro de cada meme. 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 dentro de una opinión. Por otro lado, los múltiples usuarios, mientras generan una corriente de opinión con cada uno de sus criterios, también influyen en el uso que los otros usuarios le otorgan a Facebook, 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 así una influencia que modifica los usos individuales de cada usuario.

Se requiere también detallar que de acuerdo a la propuesta realizada por Sey y Castells (2006) sobre las características de Internet en comparación con los movimientos sociales tradicionales, en Internet (de manera específica en la red social Facebook) no existe un control central, es decir, un conjunto de acciones que repliquen el control que sucede en el interior de estos movimientos tradicionales. Esto se refleja en la fuerte actividad participativa y descontrolada que surge tanto en el apartado de comentarios del meme como en la sección de reacciones. Es así que, dentro de la investigación se refleja que no existe una verticalidad que dictamine quién participa o no, pues todas las publicaciones se producen de manera libre y sin un líder que dirija los contenidos. Sobre este comportamiento, se debe tomar en cuenta que este proceso excluye a aquellos usuarios que forman parte de un troll center, pues ellos sí responden a directrices fijas de un miembro superior que trabaja bajo un fin político específico.

Como otro punto, en lo que concierne al modo en que se ha utilizado a la red social, de acuerdo a lo obtenido en la investigación, Facebook es usado como un medio de ataque, crítica y denuncia, por parte de Crudo Ecuador; y como un medio interactivo de crítica, ataque

e intercambio de ideas y argumentos por parte de los usuarios que participan en el debate dentro del desarrollo de comentarios. De manera más detallada, esta red social ha sido utilizada como un medio de desahogo de la ira y frustración que tanto Crudo Ecuador como algunos de sus usuarios sienten y reflejan en medio de un proceso electoral. Entonces, este nuevo sistema de interacción social responde a la Teoría de la Descarga de Freud (1905), la cual, como se explica en el apartado de Marco Teórico, propone que el humor es un reflejo del sentimiento de liberación frente alguna situación de presión. En este caso, la situación que constriñe a los usuarios es la mezcla de sentimientos de ira, descontento, frustración, esperanza, etc., que se producen en medio de un proceso electoral que bombardea a los votantes con promesas de campaña y ataques en contra de sus rivales. Así, trasladando esta lectura a los aportes detallados por Schutz (1977) al analizar el humor político, sería la liberación de la agresividad que se produce como respuesta en contra de un poder superior o como resentimiento hacia la autoridad (Schutz, 1977).

En la investigación se pudo constatar además que dentro de la página Crudo Ecuador se desarrollan dos tipos de humor, aquel que es producido por el ingenio, y el humor que tiene un propósito agresivo. Sobre la primera categoría, la página en análisis procura elaborar memes que involucren un trabajo intelectual, es decir, con base en la realidad, el autor modifica o enfatiza ciertas características con el propósito de proporcionar un humor crítico, acentuando la ironía y el sarcasmo como recursos que promuevan la criticidad en los usuarios de Facebook. En cuanto al humor con propósito agresivo, la página Crudo Ecuador hace un fuerte uso de esta variante pues dentro de los resultados se visibiliza que la página ataca a declaraciones o actitudes de los personajes políticos a los que critica, en especial -de acuerdo a la información recolectada- a los miembros de Alianza PAIS, con Rafael Correa como su líder, a quien ataca por medio de sus memes de una manera enfática.

Por otra parte, los altos niveles de participación que se reflejan en el interior de la sección comentarios de cada uno de los memes, es una evidencia de 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, posibilitando incluso que esta se vuelva tendencia y se viralice. 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 crítica en los usuarios. Si bien es

cierto que varios de los usuarios utilizan la plataforma solo con el fin de ofender a otros, es más relevante tomar en cuenta la idea de que el meme, gracias a su humor, ayuda en el fomento del pensamiento crítico dentro de este formato de interacción social. Así, el humor se convierte tanto en camino de desahogo, fuente de visibilización y mayor participación, y fomento de pensamiento crítico. Pero dentro de este último, cabe señalar que este humor comprende las características detalladas debido al contexto en el que se desarrolla, es decir, volviendo a las ideas expuestas en el capítulo de Marco Teórico, el humor surge posterior a un proceso en el que, como explica S. Hall (1980), el usuario decodifica su realidad y realiza un análisis de esta para posteriormente llevarla a un nivel de conciencia en el que se le otorgue un valor social y político, transformando así su realidad, su contexto y lo que absorbe de este, en una práctica, algo tangible que refleje su aprehensión. Retomando lo explicado en el capítulo detallado, los usuarios desarrollan una apropiación de cada uno de los mensajes que los envuelven y, al buscar realizar una comprensión de ellos, se trasladará en una práctica social que, en este caso se refleja en la actividad y participación que proyectan dentro del escenario de la red social Facebook.

Resueltas algunas de las interrogantes teóricas, y detallando varias de los principales hallazgos generales, a continuación se busca responder a las preguntas de investigación. Así, como respuesta a la pregunta ¿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?, la información recolectada permite concluir que los memes de humor político forman parte del clima de opinión que surge en esta red social a través de la viralización. Proceso que resulta de la amplia acogida que obtiene 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 de humor político (meme), y gracias a esta gran difusión de la imagen es que un meme puede incorporarse dentro del clima de opinión, pues cada comentario y compartir resulta en una consecuente cadena de comentarios y comparticiones posteriores producidas por el círculo de amistades 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 dentro de la percepción del clima de opinión en la red social Facebook. Entonces, de acuerdo a la información obtenida, las reacciones, comentarios y compartir sí facilitan la integración de

una información dentro del clima de opinión, pues estas tres acciones son las que visibilizan o no un tema, a esto se suma que las tres opciones reflejan la opinión ciudadana dentro del espectro de la red social 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 o de ampliar y dar mayor sentido a una reacción. 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 de investigación busca confirmar si la teoría de la Espiral del Silencio se refleja en la red social Facebook. Ante esta cuestión, en el apartado de resultados se da respuesta, y se explica 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 los posibles motivos por los que un usuario no otorga respuestas. Es así que, se concluye en 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 la teoría de 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.

Por otra parte, es preciso señalar que en el espacio de redes sociales, al existir más posibilidades para que el usuario controle el ambiente en el que se desarrollan sus opiniones, se promueve que el criterio real de cada individuo sí pueda evidenciarse, es decir, si las críticas señalan que Noelle-Neumann no percibe la posibilidad de que las personas se callen sus verdaderas intenciones, en el espacio de redes sociales se vuelve más sencillo visibilizar la “verdadera” opinión ya que la red social incluso permite controlar qué tipo de usuario puede o no ver cada una de las publicaciones. Entonces, este control del contexto virtual dentro de la red social Facebook es el que se requiere tomar en cuenta para poder detallar que los usuarios no evidencian temor al rechazo o desconfianza.

La tercera pregunta, sobre cómo puede influir un meme en el clima de opinión que se genera en Facebook. La respuesta ya se la ha especificado pues 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 de Facebook. 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.

En cuanto a las hipótesis, la primera descrita en esta investigación, en la que se señala que la percepción del clima de opinión que se produce en la red social Facebook se refleja en la interacción del diálogo entre usuarios que se genera durante el intercambio de comentarios dentro de los memes de humor político, sí se cumple. Pues los comentarios son muestra evidente de la percepción del clima de opinión que poseen los usuarios en el interior de la plataforma Facebook, esto se refleja principalmente en las ideas y argumentos que utilizan los usuarios dentro de sus comentarios ya que repiten mensajes emitidos por los medios de comunicación, publican cadenas de información que les llega de otros usuarios, emiten mensajes con ideas topo -como la idea del fraude-, y también reflejan las ideas que circulan dentro del entorno individual de cada usuario. Es así que, por medio de los comentarios es posible poseer una percepción acerca del clima de opinión virtual en la plataforma Facebook gracias a los contenidos argumentativos que se publican.

La segunda hipótesis en la que se señala que la Espiral del Silencio también se refleja en el espacio virtual de la red social Facebook, no se cumple. Esto debido a que la investigación refleja que los usuarios expresan sus criterios sin temor alguno a la exclusión o represalias, pero sí se generan corrientes de opinión en las que no necesariamente existe una opinión mayoritaria que opaque a la minoría, sino más bien, como se evidencia en las figuras 3.34 y 3.35, se producen momentos en los que las corrientes se mantienen y surge una fluctuación, pero no una absorción de la opinión mayor sobre la menor.

La hipótesis final en la que se afirma que los comentarios fortalecen la opinión del meme, sí se verifica. El contenido del meme no solo determina el contenido de los comentarios posteriores, sino que además la investigación permite dar cuenta de que la misma imagen meme se consolida como un criterio de opinión. Es decir, su carga visual y textual son tomadas por otros usuarios para ser difundidos como un comentario individual. Por otra parte, en cuanto a que el meme se convierta en una opinión dominante, al no tener un enfoque

cuantitativo durante la investigación, no se puede verificar, pero sí es posible afirmar que el meme posibilita y brinda apertura a la generación de corrientes de opinión en las que surja un apoyo hacia el criterio que busca publicar el meme.

Para finalizar, si bien a partir del desarrollo 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 también surge la pregunta acerca de la manera en la que los medios de comunicación enmarcan sus contenidos durante momentos sociales específicos trascendentes, como lo es un proceso electoral, y las variantes que podrían suscitarse entre la metodología de análisis de framing tradicional contrastada en el ambiente virtual de Facebook y sus dinámicas específicas, la verdad es que todas las investigaciones deben proponerse relacionar el contexto determinado con el objeto de estudio ya que las actuales dinámicas que se estudian se modifican constantemente y, lo más probable es que para las futuras escenas electorales se modifique el comportamiento de los usuarios. Lo interesante sería conocer qué tanto estos difieren de las futuras culturas virtuales ya que esto sería un reflejo de las modificaciones sociales y de las consecuentes nuevas 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 las actuales generaciones millennial y Z (1994-2010) que, en algunos años, serán las que gracias a su destreza en el manejo de plataformas, puedan producir nuevos mecanismos de interacción y propuestas de investigación.

Por ello, se espera que este trabajo permita a los futuros proyectos investigativos, tener una base analítica sobre la cual desarrollar y estudiar distintas propuestas teóricas y metodológicas.

## Anexos

### Anexo 1 – Matriz de Análisis

VARIABLE	MARCO CONCEPTUAL/TEÓRICO	VALOR	RESULTADOS
<b>DEL MEME</b>			
<b>Análisis del Discurso</b>			
<b>Situación política. Van Dijk (2005)</b>			
Protagonista	Miembro de un grupo. De quién se habla.	· Nombre	
Actor político	Miembro de un grupo (Van Dijk 1999). Su posición política.	· A favor de Correa, Opositor	
Gestualidad	Relación entre acción y proceso.	· Agresivo, Pasivo, Modificado (para burla)	
Contexto	Contexto y estructura social (Van Dijk 1999). Cuándo y dónde.	· Lugar/localización · Situación. Qué ocurría en ese entonces · Quién podría influir · Quién tiene algún interés oculto · Quién/A quién generar malestar	
Implicaciones del Discurso	Representaciones sociometales	· Qué dice la frase del meme · A qué hace referencia · A qué/quién se ataca/defiende	
Ejecución del poder - Actor	Poder como control	· El actor tiene poder económico/mediático/político	

		<ul style="list-style-type: none"> <li>· Cómo lo ejerce</li> <li>· A través de qué canales</li> <li>· Responde/favorece a algún grupo de poder. Sea económico, político o mediático</li> <li>· Cuáles eran las actitudes originales, variación con el meme</li> </ul>	
Ejecución del poder - Declaraciones	Poder como control	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Cuáles eran las declaraciones originales</li> <li>· Variación con relación a la frase del meme</li> </ul>	
Ejecución del poder – Contexto	El acceso al discurso y su control	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Cuál era el espacio temporal original</li> <li>· Variación con relación a la imagen del meme</li> <li>· Qué otros participantes están presentes (real o modificado)</li> <li>· Cuál es el objetivo/mensaje de Crudo Ecuador (perceptible/imperceptible). Cuál es su mensaje</li> <li>· Qué acciones se reflejan</li> <li>· Qué acciones y detalles se omiten</li> </ul>	
Fuente	El control sobre los modelos mentales	<ul style="list-style-type: none"> <li>· De qué medio se ha tomado la información: privado/público</li> <li>· De quién se ha tomado la información: académico/especialista/fuente</li> </ul>	

		<p>oficial/fuente extraoficial</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Es un discurso único o tiene su contraste</li> </ul>	
Recursos Retóricos	El control sobre los modelos mentales	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Uso de símiles, metáforas, hipérbolos, ironías o eufemismos (en especial para mitigar lo negativo) para otorgarle mayor importancia a un evento</li> </ul>	
<b>Cuadrado ideológico. Van Dijk (2005)</b>			
Enfatizar	Buenas / Malas	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Cosas buenas de Crudo Ecuador / Oposición</li> <li>· Cosas negativas del gobierno</li> </ul>	
Minimizar	Buenas / Malas	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Cosas malas de Crudo Ecuador / Oposición</li> <li>· Cosas buenas del gobierno</li> </ul>	
<b>Estructuras Ideológicas Subyacentes Van Dijk (2005)</b>			
Autoglorificación positiva vs. descrédito a exógenos		<ul style="list-style-type: none"> <li>· Expresiones explícitas (“yo”)</li> </ul>	
Argumentación	<p>Van Dijk (2005)</p> <p>Waisanen (2009)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· A través de una autoridad. Usar una entidad para afirmar</li> <li>· Carga/Topos. Premisas que se dan por sentado para aceptar una conclusión</li> <li>· Comparación. Comparar para acentuar un argumento. Generalmente en tono negativo</li> </ul>	

		<ul style="list-style-type: none"> <li>· Ejemplificación. Con un ejemplo hacerlo más creíble</li> <li>· Evidencia: Para otorgarle mayor peso a la argumentación</li> <li>· Juego de Números. Utilizar para argumentar y enfatizar la idea propuesta</li> <li>· Presuposición. Enfatizar la idea e intentar argumentarla</li> </ul>	
Categorización		· Explicación del actor de acuerdo a la ideología, creencias, ideas	
Contrafáctico		· ¿Qué pasaría si?	
Descripción del actor		· Descripción que responde a una ideología	
Generalización		· Generalizaciones o ideas “comunes” como prejuicios	
Implicaciones		· Expresiones que se hallan de manera implícita	
Lexicalizaciones		· Significados similares expresados en palabras diferentes	
Presentación negativa del otro		· Como macro estrategia	
<b>Sobre el Humor</b>			
Tipo de Humor	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Berger (1997)</li> <li>· Berger (1997)</li> </ul>	· Como divertimento. Inofensivo. Resulta de un acto de torpeza	

Berger (1997)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Várnagy (2016) y Theofylakti (2016)</li> <li>· Freud (1905), Schutz (1977), y Várnagy (2016) y Theofylakti (2016)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Ingenio. Inducida por el chiste. Es una creación</li> <li>· Propósito agresivo. Representación visual con objetivo de denigrar. Es violento</li> <li>· Como liberador de la tensión acerca de la desagradable realidad, hacerla digerible</li> </ul>	
Visión mediática	Luhmann (2000)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Se toma en cuenta el tema planteado por los medios. Cuál era el titular de la fecha</li> </ul>	
Clima de Opinión  Noelle-Neumann <u>Pregunta general</u>	Habermas (1994)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Responde al debate racional (comentarios/compartir). Es un tema viralizado, o no</li> <li>· Responde a la temática planteada por los medios</li> <li>· Responde a que vienen de un actor representativo</li> </ul>	
<b>DE LOS COMENTARIOS</b>			
Temáticas	Peculiaridades de las redes sociales	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Existe algún tema o preocupación que se repita. Se refleja la liberación y expansión de la espacialidad y temporalidad</li> <li>· Se toma en cuenta el tema planteado por los</li> </ul>	

		<p>medios. Luhmann (2000)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Cuál era el titular de la fecha</li> <li>· Otras peculiaridades halladas</li> </ul>	
Cambios	<p>Presión social en el clima de opinión Noelle-Neumann (1995)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Existe, de manera explícita y visible en la red social, alguien que gracias a la influencia se sienta persuadido de modificar su pensamiento original</li> </ul>	
Expresión pública y debate	<p>Noelle Neumann (1995) <u>Pregunta secundaria 1 y 2</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Espiral del Silencio: <ul style="list-style-type: none"> <li>-Opinión pública: Se expresa abiertamente una idea, y se la sostiene/o no</li> <li>-Existe alguna muestra de temor al aislamiento/o no</li> </ul> </li> <li>· Clima de Opinión: Se percibe alguna corriente de opinión: fortalecida por otros comentarios/o no. Tendencias formadas</li> <li>· Se legitima algún discurso/o no</li> </ul>	
Institucionalidad Poder	<p>Visibilidad y fortalecimiento de una idea por la posición de influir. Watts (2006)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Existe alguna página institucional, o de alguna figura pública que realice el comentario</li> </ul>	



		<p>(Facilita la legitimación del mensaje por su acceso a alguno de los poderes tradicionales)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Se refleja el poder de su influencia /Pasa desapercibido</li> </ul>	
Selección	<p>Selectividad/ Descarte de la información percibida/mensajes</p> <p>Castells (2012)</p> <p>S. Hall (1980)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Responde a comentarios en específico</li> <li>· Responde al comentario del meme</li> <li>· No responde a ataques/Lo hace</li> <li>· Decodificación del mensaje y sus modificaciones de acuerdo a los intereses</li> </ul>	
Generación	<p>Millennial</p> <p>Categoría que no responde a los objetivos, pero genera curiosidad.</p> <p>Álvaro y Rubio (2017)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Es o no</li> <li>· Se refleja, o no en el uso de la herramienta de acuerdo a su rango de edad</li> </ul>	
<b>Sobre el Humor</b>			
Tipo de Humor	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Berger (1997)</li> <li>· Berger (1997)</li> <li>· Várnagy (2016) y Theofylakti (2016)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Como divertimento. Inofensivo. Resulta de un acto de torpeza</li> <li>· Ingenio. Inducida por el chiste. Es una creación</li> <li>· Propósito agresivo. Representación visual con objetivo de denigrar. Es violento</li> </ul>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Freud (1905), Schutz (1977), y Várnagy (2016) y Theofylakti (2016)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Como liberador de la tensión acerca de la desagradable realidad, hacerla digerible</li> </ul>	
<p>Argumentación</p> <p><b>Estructuras Ideológicas Subyacentes</b></p>	<p>Van Dijk (2005)</p> <p>Waisanen (2009)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· A través de una autoridad. Usar una entidad para afirmar</li> <li>· Carga/Topos. Premisas que se dan por sentado para aceptar una conclusión</li> <li>· Comparación. Comparar para acentuar un argumento. Generalmente en tono negativo</li> <li>· Ejemplificación. Con un ejemplo hacerlo más creíble</li> <li>· Evidencia: Para otorgarle mayor peso a la argumentación</li> <li>· Juego de Números. Utilizar para argumentar y enfatizar la idea propuesta</li> <li>· Presuposición. Enfatizar la idea e intentar argumentarla</li> </ul>	
<p>Crítica irracional</p>	<p>Hart (2007)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Crítica sin sustento argumentativo. Utilizar adjetivos. Ataque a atributos de usuarios, no al comentario</li> </ul>	

		· Si se ataca o no al comentario/argumento	
Reciprocidad Intención- Recepción	Theofylakti (2016)	· Se percibe una mayor reciprocidad entre la intención y la recepción del mensaje emitido/o no. Si los comentarios responden al mensaje que emite el meme. · Se utiliza el mensaje del meme como argumento dentro del comentario/o no	

Anexo 2 – Material analizado: memes

N°	Meme	# Comnt	Fecha	Imagen
1	Científicos de Yachay	386	13-01-2017	
2	Charlas motivacionales	490	25-01-2017	
3	Yo ni muerta votaría	262	26-01-2017	
4	Mientras tanto Lenin y Glas	209	26-01-2017	

5	Que nos roben todo menos la esperanza	718	31-01-2017	
6	Ofertas de campaña Lenín Moreno	424	06-02-2017	
7	Primera dama	928 (tomado en cuenta por el número de comentarios)	13-02-2017	
8	10 años antes - 10 años después	567	15-02-2017	

9	Cuando comenzó la campaña - cuando terminó la campaña	613	16-02-2017	
10	Gracias Cynthia	736	19-02-2017	
11	Rafael Correa ayer – Rafael Correa hoy	359	20-02-2017	
12	José Serrano denuncia inconsistencias	299	22-02-2017	

13	Supongamos que somos más	635	22-02-2017	
14	Elecciones con - sin fraude	389	23-02-2017	
15	Claro que regresarás, pero con la Interpol	380	23-02-2017	
16	Supongamos que me vienen a lanzar lo que doné. Lenín	444	03-03-2017	

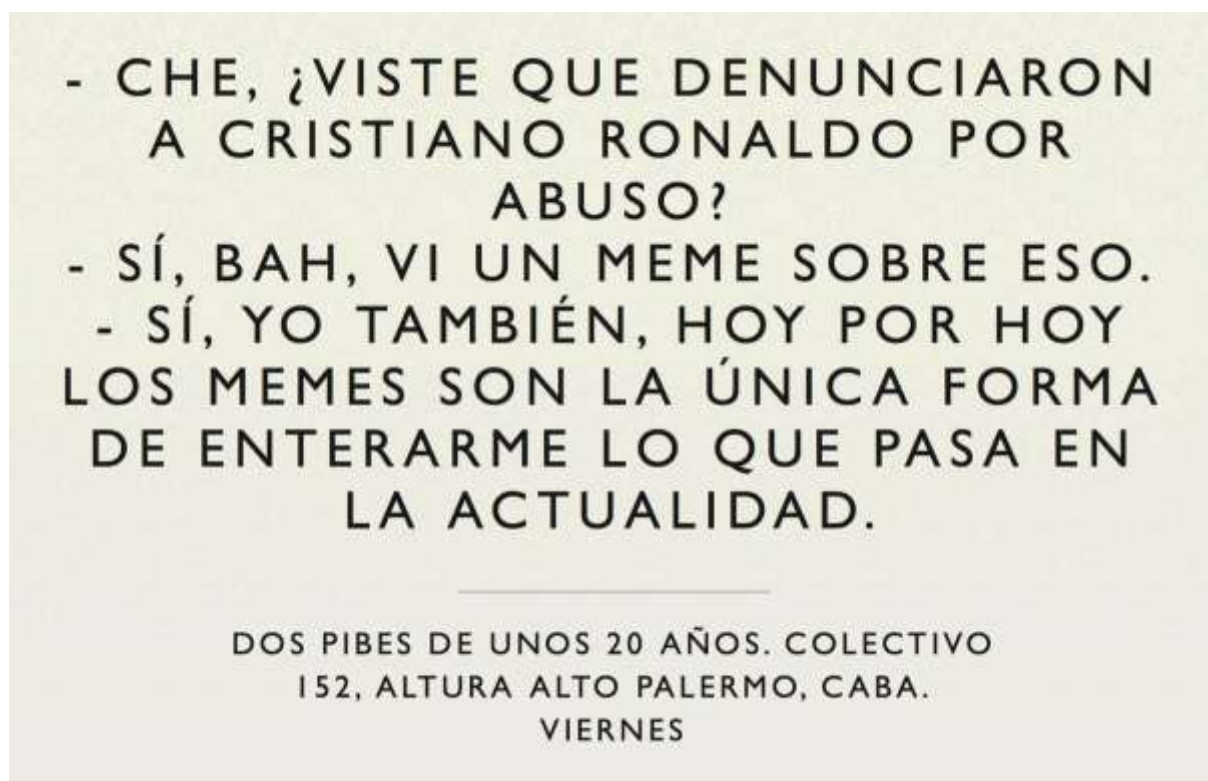
17	Ahora revísale en los techos	455	07-03-2017	 <p>Como puede ver Lulaa, sólo tengo \$8.000 en mi cuenta de ahorros</p> <p><b>AHORA REVÍSALE EN LOS TECHOS!</b></p>															
18	Supongamos que aparece un majadero	233	12-03-2017	 <p>Supongamos que aparece un majadero, y YO ME HAGO RESPETAR...</p> <p>O controlan a estos majaderos si los controlan yo y se va a ser la grande... porque yo les hará respetar</p> <p>Yo solito nunca!</p> <p><b>SINO CON LA AYUDA DE MIS 5 GUARDAESPALDAS</b></p> <p>pero supongamos...</p>															
19	O le falta plata en la cuenta	1 mil	13-03-2017	 <p><b>O le falta plata en la cuenta...</b></p> <table border="1" data-bbox="1037 1030 1340 1299"> <tr> <td>Saldo Jorge Glas</td> <td>Saldo de su Esposa</td> <td>Total ingresos mensual</td> </tr> <tr> <td>6000</td> <td>+ 4000</td> <td>= 10.000</td> </tr> <tr> <td>mensual</td> <td>meses</td> <td>Total ingresos de la Década Ganada</td> </tr> <tr> <td>10.000</td> <td>x 120</td> <td>= 1'200.000</td> </tr> <tr> <td colspan="3"><b>Total en la cuenta de ahorros: \$8.000</b> (según Jorge Glas)</td> </tr> </table> <p><b>O es peor administrador que el Mashi...</b></p>	Saldo Jorge Glas	Saldo de su Esposa	Total ingresos mensual	6000	+ 4000	= 10.000	mensual	meses	Total ingresos de la Década Ganada	10.000	x 120	= 1'200.000	<b>Total en la cuenta de ahorros: \$8.000</b> (según Jorge Glas)		
Saldo Jorge Glas	Saldo de su Esposa	Total ingresos mensual																	
6000	+ 4000	= 10.000																	
mensual	meses	Total ingresos de la Década Ganada																	
10.000	x 120	= 1'200.000																	
<b>Total en la cuenta de ahorros: \$8.000</b> (según Jorge Glas)																			
20	Juan Pablo Pozo será el encargado de contabilizar los goles	327	28-03-2017	 <p><b>Juan Pablo Pozo será el encargado de contabilizar los goles del partido</b></p> <p>FEDERACION COLOMBIANA DE FUTBOL vs F.E.F.</p> <p><b>Entregará los resultados el viernes</b></p>															



21	Compra de palcos	1,4 mil (tomado en cuenta por el número de comentarios)	01-04-2017	
22	Resultados elecciones 2017	631	02-04-2017	

**Total de comentarios analizados:** 11 885 comentarios

### Anexo 3 – Meme sobre la opinión ciudadana



Fuente: Muro de la página de Facebook *La gente anda diciendo*, 2018.

## Lista de referencias

- Acevedo, Evaristo. 1966. *Teoría e interpretación del humor nacional*. Madrid: Editorial Nacional.
- Acosta, Alberto, y John Cajas G. 2015. “Ecuador: La herencia económica del correísmo, una lectura frente a la crisis”, <http://www.sinpermiso.info/textos/ecuador-la-herencia-economica-del-correismo-una-lectura-frente-a-la-crisis>.
- Ainsworth, Susan, Cynthia Hardy, y Bill Harley. 2005. “Online consultation”. *Management Communication Quarterly* 9 (1): 120-145.
- Alexa. 2019. “Top sites in Ecuador”, <https://www.alexa.com/topsites/countries/EC>.
- Álvaro, Martín, y Rafael Rubio. 2017. *Las TIC en la participación política de los jóvenes*. Madrid: Instituto de la Juventud.
- América Economía. 2012. “Conozca la historia de Alianza PAIS, de un binomio al control del poder en Ecuador”, <https://www.americaeconomia.com/politica-sociedad/politica/conozca-la-historia-de-alianza-pais-de-un-binomio-al-control-del-poder-en>.
- Arcila, Carlos, y Mabel Calderín. 2015. “Comunicación digital, redes y procesos. Balance de la investigación en América Latina”. En *La contribución de América Latina al campo de la comunicación. Historia, enfoques teóricos, epistemológicos y tendencias de la investigación*, coordinado por César Bolaño, Delia Crovi Druetta y Gustavo Cimadevilla, 361-375. Buenos Aires: Prometeo Libros.
- Avilés, Mariana, Mary Cuadrado, César Roldán, y Sally Tola. 2016. “¿Los memes, publicidad no tradicional o el gen egoísta? la publicidad desde una perspectiva digital abstracta”, <http://www.eumed.net/rev/caribe/2016/05/memes.html>.
- Banc, C. (pseudónimo), y Alan Dundes. 1990. *You call this living? A collection of east european political jokes*. Atenas: University of Georgia Press.
- Bauman, Zygmunt, entrevista de Ricardo De Querol. 2016. Zygmunt Bauman: “Las redes sociales son una trampa”, [https://elpais.com/cultura/2015/12/30/babelia/1451504427\\_675885.html](https://elpais.com/cultura/2015/12/30/babelia/1451504427_675885.html).
- Bauman, Zygmunt, y Leonidas Donskis. 2015. *Ceguera moral. La pérdida de sensibilidad en la modernidad líquida*. Barcelona: Paidós.
- Benton, Gregor. 1988. “The origins of the political joke”. En *Humour in society. Resistance and control*, editado por Chris Powell y George E.C. Paton. London: Macmillan Press.

- Berger, Peter. 1997. *Risa redentora: La dimensión cómica de la experiencia humana*. Barcelona: La Campana.
- Bergson, Henri. 2003. *La risa: ensayo sobre la significación de lo cómico*. Buenos Aires: Losada.
- Billig, Michael. 2005. *Laughter and ridicule. Towards a social critique of humor*. Loughborough: Sage Publications.
- Blackmore, Susan. 2000. *La máquina de los memes*. Barcelona: Paidós.
- Cárcar, Jesús. 2015. “Las redes y los movimientos sociales. ¿Una acción colectiva o marketing viral?”. *Ícono* 14 (13): 125-150.
- Carlón, Mario. 2011. “En el ojo de la convergencia. Los discursos de los usuarios de Facebook durante la transmisión de la Ley de Matrimonio Igualitario”. En *Las políticas de los internautas*, editado por Mario Carlón y Antonio Fausto, 173-194. Buenos Aires: La Crujía.
- Castells, Manuel. 2012. “El poder en la era de las redes sociales”. *Nexos*.  
<https://www.nexos.com.mx/?p=14970>
- Castells, Manuel. 2001a. “Internet y la sociedad red”. *La Factoría* 14-15 (febrero-septiembre) — 2001b. *La Galaxia Internet*. Barcelona: Areté.
- [CCG], Cámara de Comercio de Guayaquil. 2017. “Informe de Posición Estratégica 184. PIB 2016 y Proyecciones 2017”. *Lectura cifras económicas año 2016 para proyectar al 2017*. Guayaquil.
- Chadwick, Andrew. 2003. “Bringing E-Democracy Back In”. *Social Science Computer Review* 21 (4): 443-455.
- Chamorro, Javier A. 2014. “Viralización de contenidos y memes en Internet”. Tesis de Grado, Universidad de Chile.
- Chen, Wenhong, Jeffrey Boase, y Barry Wellman. 2002. “The global villagers: comparing Internet users and uses around the world”, [https://www.researchgate.net/publication/2586400\\_The\\_Global\\_Villagers\\_Comparing\\_Internet\\_Users\\_And\\_Uses\\_Around\\_The\\_World](https://www.researchgate.net/publication/2586400_The_Global_Villagers_Comparing_Internet_Users_And_Uses_Around_The_World).
- Chomsky, Noam. 2013. “Noam Chomsky on Sandwiches. Noam Chomsky Videos”, <https://www.youtube.com/watch?v=Mz0epdmYpY0>.
- [CNE], Consejo Nacional Electoral. 2016. “19 de febrero de 2017 serán elecciones generales”, <http://cne.gob.ec/es/institucion/sala-de-prensa/noticias/3378-19-de-febrero-de-2017-seran-elecciones-generales>

- Coleman, E. Gabriella. 2012. “Phreaks, hackers, and trolls. The politics of transgression and spectacle”. En *The social media reader*, editado por Michael Mandiberg, 99-119. New York: New York University Press.
- Colombo, Clelia. 2006. “Innovación democrática y TIC, ¿Hacia una democracia participativa?”. *IDP Revista de Internet, derecho y política* 3: 28-40.
- Contreras, Fernando. 2013. “La colaboración en la esfera pública digital”. En *Ciudadanía, Tecnología y Cultura: Nodos conceptuales para pensar la nueva mediación digital*, coordinado por Francisco Sierra, 119-149. Barcelona: Gedisa.
- Cortés, Carlos. [2012?]. “Vigilancia de la red: ¿qué significa monitorear y detectar contenidos en Internet?”, <http://www.palermo.edu/cele/pdf/El-deseo-de-observar-la-red.pdf>.
- Cutimbo, María Teresa. 2011. “Ecuador: hacia una democratización de la comunicación”, [http://www.flacsoandes.edu.ec/sites/default/files/agora/files/1304110317.comunicacion\\_ecuador.pdf](http://www.flacsoandes.edu.ec/sites/default/files/agora/files/1304110317.comunicacion_ecuador.pdf).
- Da Cunha, Raquel. 2007. “Memes em weblogs: proposta de uma taxonomia”. *FAMECOS* (32): 23-31.
- Dahlgren, Peter. 2005. “The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation”. *Political Communication*. 22: 147-162. Online DOI: 10.1080/10584600590933160
- Danung, Joakim, y Lissa Holloway A. 2008. “All your media are belong to us: an analysis of the cultural connotations of the Internet meme”. *Literature, Culture and Digital Media* 17.
- Davidson, Patrick. 2012. “The language of Internet memes”. En *The social media reader*, editado por Michael Mandiberg, 120-134. New York: New York University Press.
- Dawkins, Richard. 1976. *The Selfish Gene*. Nueva York: Oxford University Press.  
—1993. *El gen egoísta*. Las bases biológicas de nuestra conducta. Traducido por Juana Robles Suárez. Barcelona: Salvat.
- Dewey, John. 1954. *The public and its problems*. Chicago: Swallow Press.
- Dittus, Rubén. 2005. “La opinión pública y los imaginarios sociales: hacia una redefinición de la espiral del silencio”. *Athenea Digital* 7: 61-76.
- Ebo, Bosah. 1998. “Internet or outernet?”. En *Cyberghetto or cybertopia? Class, and gender on the Internet*, editado por Bosah Ebo, 1-12. Westport: Praeger.
- Eco, Umberto, entrevista por Luis Antonio Girón. 2011. Umberto Eco: “O excesso de informação provoca amnésia”, <http://revistaepoca.globo.com/ideias/noticia/2011/12/umberto-eco-o-excesso-de-informacao-provoca-amnesia.html>.

- El Telégrafo. 2011. “El método de Webster para elecciones 2013”, <http://www.letelegrafo.com.ec/noticias/informacion-general/1/el-metodo-de-webster-para-elecciones-2013>. —2017. “Ecuador, diez años después”, <http://digital.letelegrafo.com.ec/epaper/epaper.html?tpu=ELTELEGRAFO>.
- Faerman, Juan. 2009. *Faceboom. Facebook, el nuevo fenómeno de masas*. Buenos Aires: Alienta Editorial.
- Fernández Flórez, Wenceslao. 1945. *Humor en la literatura española*. Madrid: Imprenta Saenz.
- Fernández Prados, Juan Sebastián. 2012. “Ciberactivismo: conceptualización, hipótesis y medida”. *Arbor. Ciencia, pensamiento y cultura* 188: 631-639.
- Fernández Sánchez, Carmen. 1988. *Sobre el concepto de humor en literatura*. Oviedo: Universidad de Oviedo.
- FindASense. 2015. *Find Out: Mitos y verdades sobre los teens en Latinoamérica y España*. Investigación, FindASense.
- Freud, Sigmund. 1905. “El chiste y su relación con lo inconsciente”. En *Obras completas Sigmund Freud*. Vol 8. Traducido por James Strachey. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Galindo, Luis Jesús. 2013. “Comunicología e ingeniería en comunicación social del servicio de redes sociales Facebook. De la arquitectura a la ingeniería de la cultura y la cibercultura”. En *Ciudadanía, tecnología y cultura: Nodos conceptuales para pensar la nueva mediación digital*, de Franciso Sierra, 285-311. Barcelona: Gedisa.
- Garton, Laura, Caroline Haythornthwaite, y Barry Wellman. 1997. “Studying Online Social Networks”, <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.10836101.1997.tb00062.x/full>.
- Ginger, Jeff. 2007. The Facebook project. “Performance and construction of digital identity”, <https://www.ideals.illinois.edu/bitstream/handle/2142/8818/FacebookProjectMastersPaperR4.pdf>.
- Glueck, Ingeborg. 2001. “Why do we laugh? A multidimensional theory”. Tesis doctoral, Saybrook Graduate School and Research Center.
- Grimmelmann, James. 2009. “Saving Facebook”. *Iowa Law Review* 94: 1137-1206.
- Gruner, Charles. 1977. *The game of humor: a comprehensive theory of why we laugh*. New Jersey: Transaction Publishers.
- Gullino, Pablo. 2017. “Alegría. El humor político en Internet”, [http://www.ungs.edu.ar/ms\\_idh/wp-content/uploads/2017/07/REDES\\_Gullino.pdf](http://www.ungs.edu.ar/ms_idh/wp-content/uploads/2017/07/REDES_Gullino.pdf).

- Habermas, Jürgen. 1994. *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona: Editorial Gustavo Gilli.
- 1998. *Facticidad y validez*. Madrid: Trotta.
- Hall, Martin. 1999. “Virtual colonization”. *Journal of Material Culture* 4 (1): 39-55.
- Hall, Stuart. 1980. “Codificar/decodificar”. En *Culture, Media, Language. Working Papers in Cultural Studies*, de Routledge & The CCCS University of Birmingham. Londres: Unwin Hyman Ltd.
- Hampton, K.N., L. Rainie, W. Lu, M. Dwyer, I. Shin, y K Purcell. 2014. *Social media and the spiral of silence*. Washington, D.C.: Pew Research Center.
- Han, Byung-Chul. 2013. *La sociedad de la transparencia*. Atamansha.
- Hart, Marjolein T. 2007. “Humour and social protest: an introduction”. *Internationaal Instituut voor Sociale Geschiedenis* 52: 1-20.
- Hernández G., Ma. Belén. 1999. “El humor, la ironía y el cómico: códigos transgresores de lenguajes e ideologías”, [http://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/signa-revista-de-la-asociacion-espanola-de-semiotica--3/html/dcd93078-2dc6-11e2-b417-000475f5bda5\\_31.html#I\\_43\\_](http://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/signa-revista-de-la-asociacion-espanola-de-semiotica--3/html/dcd93078-2dc6-11e2-b417-000475f5bda5_31.html#I_43_).
- Heylighen, Francis. 1998. “What makes a meme successful? Selection criteria for cultural evolution”, <http://pespmc1.vub.ac.be/Papers/MemeticsNamur.html>.
- Hodgart, Matthew. 1969. *La sátira*. Madrid: Ediciones Guadarrama.
- 2010. *Satire: Origins and principles*. Transaction Publisher.
- Holmes, Janet. 2000. “Politeness, power and provocation. How humor functions in the workplace”. *Discourse Studies* 2 (2): 159-185.
- Howe, Neil, y William Strauss. 2000. *Millennials Rising: the next great generation*. New York: Vintage Books.
- Igarza, Roberto. 2009. *Burbujas de ocio: nuevas formas de consumo cultural*. Buenos Aires: La Crujía.
- [INEC], Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. 2014. “Encuesta de condiciones de vida”, [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/ECV/ECV\\_2015/documentos/Infografia\\_ECV.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/ECV/ECV_2015/documentos/Infografia_ECV.pdf).
- 2017. “Tecnologías de la información y comunicación ENEMDU – TIC 2017”, [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/2017/Tics%202017\\_270718.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/Estadisticas_Sociales/TIC/2017/Tics%202017_270718.pdf).
- Jenkins, Ron. 1994. *Subversive Laughter. The liberating power of comedy*. New York: Free Press.

- Kampen, Jarl, y Kris Snijkers. 2003. "E-Democracy. A critical evaluation of the ultimate e-dream". *Social Science Computer Review* 21 (4): 491-496.
- Kuipers, Giseline. 2008. "The Sociology of Humor". En *The Primer of Humor Research*, editado por Victor Raskin y Willibald Ruch. Berlín: Mouton de Gruyter, [https://www.academia.edu/1166958/The\\_sociology\\_of\\_humor](https://www.academia.edu/1166958/The_sociology_of_humor).
- Kraemer, Kenneth, y William Dutton. 1979. "The interests served by technological reform. The case of computing". *Administration & Society* 11 (1): 80-106.
- La Hora. 2013. "Conozca el método D'Hondt para darle más valor a su voto", <https://lahora.com.ec/noticia/1101466009/conozca-el-mc3a9todo-de28099hondt-para-darle-mc3a1s-valor-a-su-voto->.
- Lankshear, Colin, y Michele Knobel. 2008. *Nuevos alfabetismos. Su práctica cotidiana y el aprendizaje en el aula*. Madrid: Morata.
- Lankshear, Colin, Michele Knobel, Chris Bigum, y Michael Peters. 2007. "Online memes, affinities, and cultural production". En *A new literacies sampler*, editado por Michele Knobel, Colin Lankshear, Chris Bigum y Michael Peters, 199-277. Nueva York: Peter Lang.
- Latinobarómetro. 2018. *Informe 2018*. Santiago de Chile: Corporación Latinobarómetro.
- Levato, Vanina. 2013. "Redes sociales, lenguaje y tecnología. Facebook. The 4th Estate Media?". *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación* 45: 65-77.
- Levy, Pierre. 2017. "Pierre Levy's Blog", <https://pierrelevyblog.com/>.
- Levi, Simone – Xnet. 2019. *Informe para la acción estratégica y legislativa #FakeYou - Fake news y desinformación - Gobiernos, partidos políticos, medios de comunicación de masas, corporaciones, grandes fortunas: monopolios de la manipulación informativa y recortes de la libertad de expresión*. Barcelona: Rayo Verde.
- Lim, Merlyna. 2002. "Cyber-civic space in Indonesia". *International Development Planning Review* 24 (4): 383-400.
- Loader, Brian. 1997. "The governance of cyberspace. Politics, technology and global restructuring". En *The governance of cyberspace. Politics, technology and global restructuring*, editado por de Brian Loader, 1-19. London: Routledge.
- López, Guadalupe, y Clara Ciuffoli. 2012. *Facebook es el mensaje: oralidad, escritura y después...*. Buenos Aires: La Crujía.
- Luhmann, Niklas. 2000. *La realidad de los medios de masas*. Barcelona: Universidad Iberoamericana.



- Marí Sáez, Víctor Manuel. 2002. *Globalización, nuevas tecnologías y comunicación*. 2da. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Matallana, Andrea. 1999. *Humor y política. Un estudio comparativo de tres publicaciones de humor político*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- McAdam, Doug, John D. McCarthy, y Mayer N. Zald. 1999. "Oportunidades, estructuras de movilización: hacia una perspectiva sintética y comparada de los movimientos sociales". En *Movimientos sociales: perspectivas comparadas*, editado por Doug McAdam, John D. McCarthy y Mayer N. Zald, 21-46. Madrid: Istmo.
- Menéndez, María Cristina. 2011. "Las redes sociales y su efecto político". *Telos. Cuadernos de comunicación e innovación* 89: 74-83.
- Mihura, Miguel. 1948. *Mis memorias*. Madrid: Temas de Hoy.
- Moreno Gálvez, Javier. 2017. "La emergencia de la ciudadanía digital en el espacio público". Quito, grabación de la charla magistral realizada el 5 de diciembre de 2017.
- Morozov, Evgeny. 2012. *El desengaño de internet: los mitos de la libertad en la red*. Barcelona: Destino.
- Neuman, Laura. 2002. "Proyecto de acceso a la información: el caso Jamaica". En *Acceso a la información*, editado por Laura Neuman, 31-37. Atlanta: El Centro Carter.
- Nielsen, Jakob. 2006. "The 90-9-1 Rule for participation inequality in social media and online communities", <https://www.nngroup.com/articles/participation-inequality/>.
- Noelle-Neumann, Elisabeth. 1995. *La espiral del silencio: opinión pública nuestra piel social*. Buenos Aires: Paidós.
- Norris, Pippa. 2015. "Movilización política y redes sociales. El ejemplo de la Primavera Árabe". *Infoamérica: Iberoamerican Communication Review* 9: 17-36.
- Núñez-Gómez, Patricia; García-Guardia, María Luisa y Hermida-Ayala, Lourdes Ainhoa. 2012. "Tendencias de las relaciones sociales e interpersonales de los nativos digitales", *Revista Latina de Comunicación Social. La Laguna (Tenerife)*. Universidad de La Laguna: 179 – 206, [http://www.revistalatinacs.org/067/art/952\\_UCM/08\\_Patricia.html](http://www.revistalatinacs.org/067/art/952_UCM/08_Patricia.html). DOI: 10.4185/RLCS-67-952-179-206
- Orihuela, José Luis. 2008. "Internet: la hora de las redes sociales". *Nueva revista* 119 (octubre): 57-62.
- Ortiz de Zárate, Roberto. 2017. "Rafael Correa Delgado", [https://www.cidob.org/biografias\\_lideres\\_politicos/america\\_del\\_sur/ecuador/rafael\\_correa\\_delgado#3](https://www.cidob.org/biografias_lideres_politicos/america_del_sur/ecuador/rafael_correa_delgado#3)
- Orwell, George. 1945. "Funny but not Vulgar". *Leader*, Julio 28.

- Palacios D., Martha L. 2013. “El prosumer y el surgimiento de espacios alternativos de comunicación para la difusión de contenidos noticiosos”. Tesis de maestría, México D.F.: Universidad Iberoamericana.
- Pacheco, Adriana. 2017. *En Ecuador el desempleo y subempleo presentó un crecimiento en el 2016, según INEC*. <https://www.radiocre.com/noticias/2017/01/17/156490/ecuador-desempleo-subempleo-presento-una-creciente-2016-segun-inec/ei>.
- Pallares, Martín. 2017. 4pelagatos. “La alarmante posibilidad de que Pozo escrute la consulta”, <https://4pelagatos.com/2017/11/02/la-alarmante-posibilidad-de-que-pozo-escrute-la-consulta/>.
- Peled, Alon. 2001. “Centralization or diffusion? Two tales of online government”. *Administration & Society* 32 N (6): 686-709.
- Pérez, Gabriel, Andrea Aguilar, y María Guillermo. 2014. “El meme en Internet. Usos sociales, reinterpretación y significados, a partir de Harlem Shake”. *Argumentos*: 79-100.
- Putnam, Robert. 2000. *Bowling alone: the collapse and revival of american community*. New York: Simon and Schuster Paperbacks.
- Ramos, Isabel. 2017. “Fraude electoral, una estrategia preparada por el candidato perdedor”, <https://www.andes.info.ec/es/noticias/actualidad/1/55519/fraude-electoral-estrategia-preparada-candidato-perdedor>.
- Resnick, David. 1997. “Politics on the Internet: the normalization of cyberspace”. *New Political Science*, N° 41-42.
- Rheingold, Howard. 2000. *The virtual community: homesteading on the electronic frontier*. London: MIT Press edition.
- Richter, Jean Paul. 2002. “Del humorismo”. *Cuadernos de información y comunicación* 7: 53-68.
- Rodrigo, Iván. 2006. “La caricatura y el texto satírico-político”. *Representación mediática y crisis de representación política: La caricatura y el texto satírico – político frente al discurso de lo injurioso en el contexto político*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Rojas, Germán, entrevista de Sección Política diario El Universo. 2009. *Método para reparto de escaños favorece el voto 'en plancha'* (26 de abril).
- Ruch, Willibald. 1998. “Introduction”. En *The sense of humor. Explorations of a personality characteristic*, editado por Victor Raskin y Willibald Ruch, 3-14. Berlín: Mouton de Gruyter.

- Rushkoff, Douglas. 2010. *Program or be programmed. The commands for a digital age*. New York: OR Books.
- Salmon, Charles T., y F. Gerald Kline. 1985. "The spiral of silence ten years later an examination and evaluation". En *Political communication Yearbook*, 1984, de Keith R. Sanders, Lynda Kaid y Dan D. Nimmo, 3-30. Southern Illinois University Press.
- Santana, Beatriz. 1997. "Introducing the technophobia/technophilia debate: some comments on the information age", <http://www.ub.edu/prometheus21/articulos/obsciberprome/santanab.pdf>.
- Santibáñez Y., Cristián. 2001. "Teoría Social y Memes". <http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/memes.pdf>.
- Schutz, Charles E. 1977. *Political humor. From Aristophanes to Sam Ervin*. New Jersey: Associated University Presses.
- Scolari, Carlos . 2011. "The filter bubble. Alguien te está mirando", <https://hipermediaciones.com/2011/07/22/the-filter-bubble-alguien-te-esta-mirando/>.
- Scott, James C. 1985. *Weapons of the weak. Everyday forms of peasant resistance*. New Haven: Yale University.
- Serrano Marín, Vicente, entrevista de Luisa Cabello. 2016. "Con Facebook el capitalismo ha accedido a nuestra dimensión más humana", (26 de mayo de 2016).
- Sey, Araba, y Manuel Castells. 2006. "De la política en los medios a la política en red: Internet y el proceso político". En *La Sociedad Red: una visión global*, de Manuel Castells. Madrid: Alianza.
- Shifman, Limor. 2011. "An anatomy of a YouTube meme". *New Media & Society* 14 (2): 187-203.
- Shirky, Clay. 2008. *Here comes everybody: The power of organizing without organizations*. St Ives plc: Allen Lane.
- Simelio, Núria, y Catalina Gayà. 2014. "El caso de los medios, la reconfiguración del sentido de media y audiencia". En *El uso de las redes sociales: ciudadanía, política y comunicación. La investigación en España y Brasil*, de Carme Ferré, 64 -79. Barcelona: Institut de la Comunicació.
- Speier, Hans. 1998. "Wit and politics: an essay on power and laughter". *The American Journal of Sociology* 103 (5): 1352-1401.
- Steyaert, Jo. 2000. "Local governments online and the role of the resident". *Social Science Computer Review* 18 (1): 3-16.

- Streck, John. 1997. "Pulling the plug on electronic town meetings: participatory democracy and the reality of the usenet". *New Political Science* 41-42.
- Stryker, Cole. 2011. *Epic win for anonymous*. New York: The Overlook Press
- Taylor, Mark L. 2005. "Generation NeXt: today's postmodern student-meeting, teaching, and serving". *A Collection of Papers on Self-Study and Institutional Improvement* 2 (4): 99-107.
- Theofylakti, Zavitsanou. 2016. "Humor y discurso político: El humor como recurso de opinión y crítica en la prensa contemporánea griega y española". Tesis doctoral, Universitat Pompeu Fabra. Departament de Comunicació.
- Urteaga, Eguzki. 2015. "Ceguera moral. La pérdida de sensibilidad en la modernidad líquida". *Reflexión Política* 17 (34): 160-165.
- Valbuena de la Fuente, Felicísimo. s.f. "La teoría de los efectos de E. Noelle-Neumann", <http://www.fgbueno.es/edi/val/fvtgi38.pdf>.
- Valdés Jahnsen, Anita. [2000?]. "Redes sociales: un camino para la apropiación de la ciencia y tecnología", [https://www.oei.es/historico/forocampinas/PDF\\_ACTAS/COMUNICACIONES/grupo7/275.pdf](https://www.oei.es/historico/forocampinas/PDF_ACTAS/COMUNICACIONES/grupo7/275.pdf).
- Van Dijk, Teun. 2005. "Política, ideología y discurso". *Quórum Académico* 2 (2): 15-47.
- Várnagy, Tomás. 2016. *"Proletarios de todos los países... ¡Perdonadnos!"*. Buenos Aires: Eudeba.
- Vercelli, Ariel. 2018. "La (des)protección de los datos personales: análisis del caso Facebook Inc. - Cambridge Analytica". SID, Simposio Argentino de Informática y Derecho. 47:1-12, [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/71755/Documento\\_completo.PDF-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/71755/Documento_completo.PDF-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Waisanen, Don. 2009. "A citizen's guides to democracy inaction: Jon Stewart and Stephen Colbert's comic rhetorical criticism". *Southern Communication Journal* 74 (2): 119-140.
- Watts, Duncan. 2006. *Seis grados de separación. La ciencia de las redes en la era del acceso*. Barcelona: Paidós.
- Wilhelm, Anthony G. 2000. *Democracy in the digital age. Challenges to political life in cyberspace*. New York: Routledge.
- Winner, Langdon. 2003. "Internet y los sueños de una renovación democrática". *Isegoría* 28: 55-71.
- Yang, Kaifeng. 2003. "Neoinstitutionalism and e-government". *Social Science Computer Review* 21 (4): 432-442.

Yarto Wong, C. 2010. "Limitaciones y alcances del enfoque de domesticación de la tecnología en el estudio del teléfono celular". *Comunicación y Sociedad* 13: 173-200.