

El impacto de los memes políticos en Facebook: Una mirada a dos medios de comunicación en Ecuador en 2024

The impact of political memes on Facebook: A look at two media outlets in Ecuador in 2024

Christian Echeverría Escobar¹

Martha Parra Aguirre²

Resumen

En la era digital, las redes sociales han transformado la comunicación, la interacción y el consumo de información. Los memes políticos se han convertido en una parte esencial del discurso político en línea y en una herramienta clave para la comunicación y la formación de opiniones en redes sociales. El objetivo de esta investigación fue analizar el contenido, formato y discurso de los memes políticos publicados en las páginas de Facebook de dos medios de comunicación ecua-

Abstract

In the digital age, social media has transformed the communication, the interaction, and the information consumption. Political memes have become an essential part of online political discourse and a key tool for communication and opinion formation on social media. The objective of this research was to analyze the content, format, and discourse of political memes published on the Facebook pages of two Ecuadorian media outlets during the first quarter of 2024, as well as to

¹ Universidad Central del Ecuador (<https://orcid.org/0009-0001-5548-7499>)
(cxecheverria@uce.edu.ec).

² Universidad Central del Ecuador (<https://orcid.org/0000-0002-9687-9755>)
(maparraa@uce.edu.ec).

Recibido: 2025-05-22 | Aceptado: 2025-07-08 | Publicado: 2025-07-31

DOI: <https://doi.org/10.53591/scmu.v4i2.2368>

Esta obra está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0. Los autores mantienen los derechos sobre los artículos y por tanto son libres de compartir, copiar, distribuir, ejecutar y comunicar públicamente la obra.



torianos durante el primer trimestre de 2024, así como evaluar su impacto en la percepción de los usuarios a través de las reacciones y comentarios generados. Este análisis buscó comprender el uso de los memes políticos como herramientas de comunicación en el contexto digital y su influencia en la formación de opiniones y actitudes hacia temas políticos, en un período marcado por eventos políticos significativos en Ecuador, como el enfrentamiento entre figuras políticas clave y debates sobre violencia y seguridad nacional. Se realizó un estudio con enfoque mixto, transversal y exploratorio en el que se analizaron 41 memes publicados por 'El suero de la verdad' y 'Memes Quito', páginas seleccionadas por su relevancia en la difusión de contenido político y humorístico. Los resultados muestran que el 30% de los memes publicados fueron de índole político, predominando la sátira como parte del discurso principal. Las reacciones más comunes fueron 'me gusta' y 'me divierte', reflejando actitudes positivas, aunque un 27% de los comentarios mostraron desvío temático. Las temáticas más abordadas incluyeron la violencia y la política nacional, reflejando los eventos políticos del momento. Se concluye que los memes políticos son efectivos para captar atención y amplificar narrativas, pero su impacto en la acción colectiva es limitado. Este estudio contribuye al entendimiento del rol de los memes en la comunicación política digital en Ecuador, destacando la necesidad de integrar estrategias que potencien su efectividad en el debate público y la participación ciudadana.

Palabras clave: Memes políticos, medios de comunicación, usuarios de Facebook, opinión pública, Ecuador 2024.

evaluate their impact on user perception through the reactions and comments generated. This analysis sought to understand the use of political memes as communication tools in the digital context and their influence on the formation of opinions and attitudes towards political issues in a period marked by significant political events in Ecuador, such as the confrontation between key political figures and debates on violence and national security. A study with a mixed, transversal, and exploratory approach was carried out in which 41 memes published by 'El suero de la verdad' and 'Memes Quito' were analyzed, pages selected for their relevance in the dissemination of political and humorous content. The results show that 30% of the published memes were political in nature, with satire predominating as the main discourse. The most common reactions were 'I like it' and 'I find it funny', reflecting positive attitudes, although 27% of the comments showed thematic deviation. The most addressed topics included violence and national politics, reflecting current political events. It is concluded that political memes are effective in capturing attention and amplifying narratives, but their impact on collective action is limited. This study contributes to the understanding of the role of memes in digital political communication in Ecuador, highlighting the need to integrate strategies that enhance their effectiveness in public debate and citizen participation.

Keywords: Political memes, media, Facebook users, public opinion, Ecuador 2024.

Introducción

En la era digital, las redes sociales han transformado la forma en la que las personas se comunican, interactúan y consumen información (Geneteau, 2021). Estas plataformas son claves para el intercambio de ideas, la movilización social y para la comunicación política, dependiendo de la coyuntura del momento. El primer trimestre de 2024 en Ecuador estuvo marcado por un intenso enfrentamiento entre dos figuras políticas relevantes, Rafael Correa y Daniel Noboa, lo que generó un aumento significativo en la producción y difusión de memes políticos. Este contexto proporcionó un escenario ideal para analizar cómo los memes influyen en la percepción de los usuarios de Facebook.

En Ecuador, según el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC, 2024), el 83.6% de la población cuenta con acceso a internet, generando más de 15,29 millones de conexiones a redes sociales. En este contexto, la proliferación de memes políticos se ha convertido en una parte integral del discurso político en línea, influyendo en la opinión pública y la percepción de los usuarios.

El éxito de los memes radica en la simplicidad de sus contenidos, que incluyen un tono humorístico y apelan a los sentimientos de los usuarios. Su versatilidad los convierte en herramientas útiles para difundir mensajes políticos, permitiendo interacciones rápidas y simples (González et al., 2019). Los memes visibilizan imaginarios sociales y políticos al asociar sus mensajes con rasgos culturales propios de la sociedad objetivo. Además, se viralizan gracias a su componente humorístico (Celorio, 2020). El fuerte contenido emocional

incrementa la intención de difusión (Gonzales García & Villegas-Arteaga, 2021), convirtiéndolos en un recurso político poderoso que apela a la inconformidad ciudadana. A diferencia de las caricaturas políticas tradicionales, los memes, característicos de las redes sociales, se producen, manipulan y comparten principalmente por autores anónimos, utilizando el humor satírico y la ridiculización (Mercado et al., 2022). Sin embargo, esta autoría anónima puede comprometer la validez de la información incluida en los memes (Echeverría & González, 2019).

Un estudio realizado por (Guanoluisa et al., 2023) en Ecuador reveló que el 100% de los memes analizados utilizaban el humor como discurso comunicativo, funcionando como un “anzuelo” para captar atención y generar estrategias de diálogo y viralización. Este humor otorgó valor informativo a eventos noticiosos, y en algunos casos, ayudó a mejorar la popularidad de actores políticos. Por ejemplo, en la campaña presidencial de Guillermo Lasso, Facebook facilitó una corriente de acción inmediata que conectó a candidatos con ciudadanos de manera eficaz y económica (Hidalgo Chica & Cedeño Moreira, 2021).

A pesar de su propagación en redes sociales y creciente impacto en la esfera pública, el fenómeno de los memes políticos en Ecuador sigue siendo poco explorado. Existe una brecha en la comprensión de su difusión, alcance e influencia en la comunicación digital, así como en sus implicaciones para la sociedad ecuatoriana y el funcionamiento de la democracia.

El presente estudio tuvo como objetivo analizar el contenido, formato y discurso de los memes políticos publicados en las páginas de Facebook

de dos medios de comunicación ecuatorianos durante el primer trimestre de 2024, así como evaluar su impacto en la percepción de los usuarios a través de las reacciones y comentarios generados.

Dado que los memes trascienden las barreras tradicionales de comunicación (Mego et al., 2023), el uso de plataformas digitales para debatir temas de agenda pública, tradicionalmente dominada por gobiernos y medios de comunicación, podría fomentar una sociedad más activa en términos políticos (Rodríguez, 2023). Considerando entonces, la creciente relevancia de la comunicación digital en la esfera política y el papel influyente de los memes en la formación de opiniones y actitudes, se espera que los hallazgos de este estudio enriquezcan el campo de la comunicación digital y política en Ecuador.

Fundamentación teórica

Para este estudio se tomó como referencia la teoría memética de Richard Dawkins, quien describe a los memes como modelos de “información cultural” o de imitación que se transmiten de persona a persona a través de las mentes, influyendo tanto en las mentalidades como en las conductas (Leal-Toledo, 2013). Según Dawkins la replicación de un meme ocurre cuando es reiteradamente utilizado por diferentes personas, lo que permite que se mantenga a lo largo del tiempo e integre en una cultura. Se considera que el meme tiene un carácter cultural, ya que refleja las características de la sociedad donde surge y los eventos que ocurren en ese contexto (Bueno Olivera, 2022).

La teoría memética incorpora tres características fundamentales de los memes: fidelidad, fecun-

dad y longevidad. La fidelidad se refiere a la capacidad del meme para ser copiado con precisión, la fecundidad al número de veces que es replicado y compartido, y la longevidad a su capacidad para persistir en el tiempo. Estas características son esenciales para determinar el éxito de un meme, ya que condicionan su capacidad de replicación y su impacto en la sociedad (García Huerta, 2014)

Para comprender el impacto político de los memes, fue necesario complementar esta teoría con enfoques de otros autores que han abordado temas relacionados con la cultura política, así Almond & Verba, (1963) en su clásica obra *The Civic Culture* exploraron la relación entre la cultura cívica y la participación política. La cultura cívica es un tipo de cultura política que combina elementos de participación activa, pasividad y lealtad hacia el sistema político, donde la participación política es esencial para la estabilidad democrática. Según los autores, la percepción de competencia política, es decir la creencia personal en la capacidad de influir en decisiones políticas, es crucial para fomentar la participación (Schader, 2017). Esta percepción se desarrolla a través de experiencias tempranas de participación en la toma de decisiones en la familia y la escuela, lo cual se asocia con mayores sentimientos de competencia política en los adultos (Takei & Kleiman, 1976).

En la actualidad, los memes son vistos como una nueva forma de participación política, tanto en regímenes democráticos como no democráticos, pues actúan como herramientas para la crítica, la protesta y la expresión de valores políticos y sociales (Shifman, 2013). En el marco de la ciudadanía 2.0, los memes políticos se consolidan como una herramienta de expresión participa-

tiva (Martínez Rolán & Piñeiro Otero, 2017), ya que su carácter inacabado y flexible motiva a los usuarios no solo a compartirlos, sino también a convertirse en prosumidores, es decir, en creadores y adaptadores de contenido que reflejan sus opiniones, intereses y sentidos del humor citar a (Mego et al., 2023) y (Echeverría Victoria et al., 2019). Además, los memes actúan como catalizadores del discurso público, al integrar componentes visuales y narrativos que simplifican conceptos complejos y apelan a las emociones (Celorio, 2020; González et al., 2019).

Desde una perspectiva culturalista, los memes pueden entenderse como una manifestación de la cultura popular que permite a los ciudadanos interactuar con la política desde lógicas simbólicas alejadas de los formatos convencionales. A través de ellos, los ciudadanos retrabajan discursos del periodismo y de la política oficial para crear interpretaciones alternativas, en clave humorística, de la realidad política. Esta capacidad subversiva de los memes convierte al chiste y al humor popular en estrategias para desafiar al poder hegemónico, particularmente al poder político. Así, los memes emergen como una forma de expresión y opinión política que, mediante códigos de entretenimiento, conectan a las audiencias con referentes de actualidad y les ofrecen marcos interpretativos para ejercer su ciudadanía (Echeverría Victoria et al., 2019).

A pesar de su amplia circulación y del potencial que tienen para incluir a más personas en las conversaciones políticas, los memes enfrentan cuestionamientos respecto a su capacidad real para fomentar una ciudadanía crítica e informada. Su carácter viral permite difundir temas de manera rápida y atractiva; sin embargo, sus conteni-

dos podrían ser superficiales y coyunturales, enfocados más en el impacto humorístico que en el análisis o el seguimiento coherente de los hechos políticos (Echeverría Victoria et al., 2019). Si bien su facilidad de producción y viralización promueven una cadena de retroalimentación creativa donde los usuarios no solo consumen, sino también crean, remezclan y adaptan los contenidos a su propio contexto y necesidades comunicativas, esta apropiación activa no garantiza por sí sola un compromiso cívico profundo (Martínez Rolán & Piñeiro Otero, 2017). En este sentido, aunque los memes pueden servir como una puerta de entrada al debate público, la idea de que contribuyen de manera efectiva a una sociedad más políticamente activa y consciente aún requiere mayor respaldo empírico. No basta con observar su popularidad o alcance, es fundamental analizar cómo son percibidos y utilizados por las audiencias, y si estimulan una participación política informada, o si se limitan a ser consumidos como entretenimiento sin mayor implicación ciudadana.

Metodología

El presente estudio adoptó un enfoque mixto, de diseño no experimental, transversal y exploratorio (Hernández et al., 2014). Se centró en el análisis de la red social Facebook, la plataforma más popular en Ecuador, con 13.3 millones de usuarios (Del Alcázar, 2023). Los medios de comunicación seleccionados para el análisis fueron “El suero de la verdad” y “Memes Quito”. La selección de estas páginas se basó en criterios específicos que las convierten en casos representativos para el análisis de memes políticos en Ecuador, no solo por su

alto número de seguidores, sino también porque representan dos enfoques diferentes en la publicación de memes: mientras “El suero de la verdad” se enfoca en contenido político y crítico, “Memes Quito” aborda humor general, cultura popular y política. Esta diversidad permitió un análisis más completo de cómo los memes políticos se integran en diferentes contextos comunicativos. En cuanto relevancia en la difusión de contenido, “El suero de la verdad” hasta el momento de la investigación contaba con 139,676 seguidores, convirtiéndola en una de las páginas más influyentes en el ámbito político ecuatoriano. Por otro lado, “Memes Quito” contaba con 408,299 seguidores, lo que la posiciona como una de las páginas de memes más seguidas en el país.

Población y muestra

La población de estudio estuvo conformada por el total de memes publicados en las páginas de Facebook ‘El suero de la verdad’ y ‘Memes Quito’ durante el primer trimestre de 2024. Este período se seleccionó debido a la alta actividad política en Ecuador, caracterizada por eventos como el enfrentamiento entre figuras políticas clave y debates nacionales sobre violencia y seguridad.

Los memes políticos se categorizaron según formato, discurso y temática. Además, se recolectaron y analizaron las reacciones y comentarios de los usuarios en estas publicaciones sin distinción de género, edad o geografía, ya que el objetivo fue analizar la percepción general y actitud hacia los memes políticos. Las reacciones y comentarios se clasificaron en actitudes positivas, negativas o indiferentes. Este análisis complementario permitió

contextualizar el impacto de los memes en la audiencia, aunque la población principal del estudio siguió siendo los memes publicados.”

Procedimiento de análisis

Para cuantificar la frecuencia de aparición de memes políticos, se realizó un monitoreo de publicaciones en ambas páginas en el periodo especificado. Para el análisis de los memes políticos, se utilizó una matriz de codificación que permitió capturar variables como el formato (imagen, GIF, video), el discurso (sátira, crítica, apoyo) y la temática abordada por los memes, como economía, corrupción, elecciones y violencia.

Para evaluar la actitud de los usuarios hacia los memes políticos, se recolectaron y clasificaron las reacciones (me gusta, me encanta, me importa, me divierte, me asombra, me entristece, me enoja) para determinar la actitud general hacia los memes. Los comentarios dejados por los usuarios en los memes fueron cuantificados y codificados para identificar patrones de actitud, categorizándolos en positivos, negativos o indiferentes.

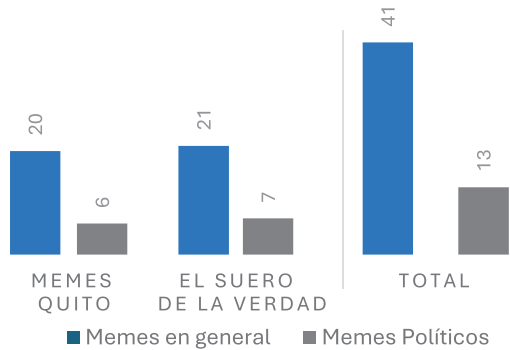
Resultados y discusión

Los resultados de esta investigación se presentan a continuación, organizados en torno a la frecuencia de publicación de memes políticos, las características de formato y discurso, las temáticas abordadas y las reacciones de los usuarios. Estos hallazgos se discuten en relación con el contexto político del primer trimestre de 2024 en Ecuador, un período de alta actividad política en el país debido al enfrentamiento entre dos figuras políticas

clave y la coyuntura de temas de debate nacional sobre violencia y seguridad. Este contexto fue fundamental para entender cómo los memes políticos reflejaron y amplificaron las narrativas políticas del momento.

En cuanto a la frecuencia de publicación de memes en los medios de comunicación analizados, se identificaron 41 memes en total, de los cuales 13 fueron de carácter político (figura 1). Esto representa que 3 de cada 10 memes publicados fueron de índole político, lo que resalta la importancia de los memes como vehículos de discurso político en las plataformas digitales observadas. Este dato sugiere que los memes políticos son una herramienta cada vez más utilizada para comunicar ideas políticas de manera rápida y efectiva, logrando captar la atención de las personas, especialmente en contextos de alta actividad política (González et al., 2019).

Figura 1. Frecuencia de publicación de memes políticos en las páginas de Facebook de “El suero de la verdad” y “Memes Quito”, primer trimestre del 2024.



En la Tabla 1, se muestra una comparación de la frecuencia de publicación mensual de memes en general y los de índole político según el medio de comunicación.

Tabla 1. Comparación de la frecuencia de publicación mensual de memes en general y los de índole político según el medio de comunicación. Primer trimestre del 2024

Medio de Comunicación	Enero		Febrero		Marzo		Total de memes	Total de memes políticos	%
	Total	Políticos	Total	Políticos	Total	Políticos			
Memes Quito	16	5	2	0	2	1	20	6	14,6
El suero de la verdad	8	5	4	2	9	0	21	7	17,1
Total	24	10	6	2	11	1	41	13	31,7

Respecto a las características del formato utilizado, se observó que el medio “Memes Quito” empleó exclusivamente el formato de imagen para todos los memes políticos publicados, mientras que “El suero de la verdad” utilizó únicamente el formato de video para sus memes políticos. Esta diferencia en los formatos refleja las estrategias comunicativas de cada medio: mientras “Memes Quito” apela a la inmediatez y simplicidad de las imágenes, “El suero de la verdad” busca una mayor profundidad narrativa a través de videos, lo que podría estar relacionado con su enfoque más político y crítico (Celorio, 2020).

En cuanto al discurso, el 100% de los memes políticos publicados por “Memes Quito” usaron la sátira en su discurso, mientras que “El suero de la verdad” empleó la sátira en el 85,7% de sus publicaciones y la crítica en el 14,7% de ellas. Este predominio de la sátira refleja cómo el humor se ha convertido en un recurso clave para captar la atención de los usuarios y facilitar la difusión de mensajes políticos, aunque también puede limitar la profundidad del debate (Gutiérrez & Reyna, 2020).

Los temas más representativos abordados en los memes políticos fueron aquellos relacionados con la violencia, particularmente destacando la actitud de las fuerzas del orden y la justicia frente a la delincuencia (Tabla 2). Los personajes políticos más mencionados en los memes analizados fueron Daniel Noboa y Rafael Correa, figuras centrales en el debate político ecuatoriano durante el primer trimestre de 2024. Este enfoque en la violencia y los personajes políticos refleja cómo los memes pueden condensar eventos complejos en contenidos breves y poderosos, facilitando su difusión y viralización (González et al., 2019).

Tabla 2. Temática de memes políticos publicados en las páginas de Facebook de “El suero de la verdad” y “Memes Quito”, primer trimestre del 2024

Temática	Memes Quito	El suero de la verdad	Total	%
Elecciones	0	1	1	7,69
Violencia	5	1	6	46,15
Personajes políticos	1	5	6	46,16
Total	6	7	13	100

Para determinar la actitud general de los usuarios hacia los memes, se cuantificaron y clasificaron las reacciones como se muestra en la Tabla 3.

Tabla 3. Reacciones a los memes políticos publicados en las páginas de Facebook de “El suero de la verdad” y “Memes Quito”, primer trimestre del 2024

Reacciones	Memes Quito	Suero de la Verdad	Total	%
Me gusta	2989	1021	4010	45,29
Me encanta	906	14	920	10,39
Me importa	30	7	37	0,41
Me divierte	3358	325	3683	41,60
Me asombra	38	11	49	0,55
Me entristece	136	1	137	1,54
Me enoja	11	6	17	0,19
Total	7468	1385	8853	100

Las reacciones más frecuentes frente a los memes fueron “me gusta” y “me divierte”, mientras que la menos frecuente fue “me enoja”. Esto sugiere que los memes políticos generan mayormente respuestas positivas, aunque su impacto en la acción colectiva es limitado, ya que las reacciones no siempre se traducen en participación política activa. Sin embargo, una de las características clave de los memes es su capacidad para condensar eventos políticos en contenidos breves y poderosos que difícilmente pasan desapercibidos. Por su efectividad, en comunicación política no se puede ignorar su potencial como modalidad de participación ciudadana en la discusión pública (Gutiérrez & Reyna, 2020). En las redes sociales, se multiplica la frecuencia de participación, permitiendo a los usuarios no solo reaccionar con “me gusta” o “me divierte”, sino también comentar, compartir y colaborar en la difusión del contenido.

En esta investigación, se encontró una amplia generación de reacciones ante los memes políticos. Sin embargo, aunque estas acciones amplían la visibilidad y alcance del mensaje, no necesariamente convierten a los usuarios en activistas (Martínez Rolán & Piñeiro Otero, 2017). Más bien, estas interacciones destacan el rol de los memes en fomentar una comunicación interactiva colectiva (Antón, 2020).

Para identificar los patrones de actitud de los usuarios, se cuantificaron y codificaron los comentarios en actitudes positivas, negativas o indiferentes (Tabla 4). La mayoría de los comentarios reflejaron una actitud positiva hacia los memes (45,88%), lo que sugiere que los usuarios valoran el contenido humorístico y satírico. Sin embargo, un 27,17% de los comentarios mostraron indife-

rencia, desviando el enfoque hacia otros temas o utilizando el espacio para ganar notoriedad. Este hallazgo resalta que, aunque los memes poseen un valor democrático al facilitar el debate político y fomentar una ciudadanía más participativa, es fundamental que los usuarios desarrollen habilidades para decodificar su contenido, ya que una comprensión superficial podría limitar su efectividad como herramienta para la construcción de narrativas colectivas y la acción social (Tejedor et al., 2022).

Tabla 4. Categorización de los comentarios a los memes políticos publicados en las páginas de Facebook de “El suero de la verdad” y “Memes Quito”, primer trimestre del 2024

Categoría	Memes Quito	Suero de la Verdad	Total	%
Positiva	73	133	206	45,88
Negativa	45	76	121	26,95
Indiferente	57	65	122	27,17
Total	175	274	449	100

Los resultados de esta investigación muestran que los memes políticos son una herramienta efectiva para captar la atención de los usuarios y amplificar narrativas políticas, especialmente en contextos de alta actividad política. Sin embargo, su impacto en la acción colectiva es limitado, ya que las reacciones positivas no siempre se traducen en participación política activa. Este hallazgo coincide con lo planteado por Antón (2020), quien argumenta que los memes pueden fomentar una comunicación interactiva colectiva, pero no necesariamente movilizan a los ciudadanos hacia formas más activas de participación política.

La intencionalidad política de los memes se evidenció en el contexto de esta investigación, donde la coyuntura política del momento influyó directamente en el aumento de publicaciones de este tipo. Por ejemplo, durante el primer trimestre de 2024, el enfrentamiento político entre Rafael Correa y Daniel Noboa generó expresiones virales como “because is nice, because is handsome, is something incredible”. Estas frases fueron ampliamente utilizadas en memes para construir discursos políticos que tanto los partidarios del gobierno como los opositores adoptaron para sus agendas. Este fenómeno refleja cómo los memes están contribuyendo a la construcción del discurso público en la actualidad (Gutiérrez & Reyna, 2020).

Además, el predominio de la sátira en los memes políticos analizados refleja cómo el humor se ha convertido en un recurso clave para captar la atención de los usuarios y facilitar la difusión de mensajes políticos. Sin embargo, este enfoque humorístico también puede limitar la profundidad del debate, ya que los usuarios tienden a reaccionar de manera superficial, sin profundizar en los temas políticos subyacentes (Gutiérrez & Reyna, 2020).

En general los memes políticos son una herramienta poderosa dentro de la comunicación digital, pero su efectividad como medio de construcción de narrativas colectivas y fomento de la acción social sigue siendo limitada. Futuras investigaciones podrían explorar estrategias para integrar los memes en campañas de comunicación política, considerando su capacidad para movilizar a los ciudadanos en entornos digitales.

Entre las limitaciones de este estudio se encuentra el análisis exclusivo de dos medios de

comunicación, lo que podría restringir la generalización de los resultados. Futuras investigaciones podrían ampliar el análisis a otros medios y plataformas, así como explorar los efectos a largo plazo de los memes políticos en la percepción y comportamiento de los usuarios. Aunque la población de estudio fueron los memes publicados, se analizaron las reacciones y comentarios de los usuarios para comprender mejor su percepción. Sin embargo, no se recopilaban datos demográficos específicos (edad, género, ubicación) de los usuarios, ya que el foco del estudio no era analizar a la audiencia, sino el contenido de los memes y su impacto general. Sin embargo, se reconoce como una limitación del estudio la falta de segmentación demográfica de los usuarios de Facebook, lo que podría ser abordado en futuras investigaciones. También sería valioso incluir métodos cualitativos como entrevistas o grupos focales para profundizar en las motivaciones y percepciones de los creadores y consumidores de memes.

Conclusiones

Los memes políticos se han consolidado como una herramienta poderosa dentro de la comunicación digital. Su capacidad para transmitir ideas complejas de forma breve, humorística y emocional los convierte en recursos efectivos para captar la atención de los usuarios y fomentar la difusión de mensajes en redes sociales. En ambos medios de comunicación, el uso de memes políticos varía según los acontecimientos que se producen en el ámbito político y la atención mediática que reciban. Con estas publicaciones, los medios de comunicación no solo influyen en qué temas pen-

sar, sino también en cómo pensar. Al darle más cobertura a ciertos temas, los medios hacen que la audiencia perciba esos temas como más importantes que otros.

El aumento en la publicación de memes políticos en contextos de alta actividad política, como las elecciones o enfrentamientos entre líderes, demuestra su intencionalidad como mecanismo para modelar opiniones. Durante el primer trimestre de 2024, expresiones virales relacionadas con el conflicto entre Rafael Correa y Daniel Noboa ejemplificaron cómo los memes pueden amplificar narrativas tanto de apoyo como de oposición, participando activamente en la construcción de discursos públicos.

Aunque los memes logran fomentar la democratización de la información, la participación ciudadana y la libertad de expresión a través de reacciones y comentarios, la mayoría de estas interacciones no trascienden hacia formas más activas de participación política. Por lo tanto, el uso de memes como herramienta de comunicación política implica tantas oportunidades como desafíos. Por un lado, democratizan el debate al permitir que más personas participen en la creación y difusión de mensajes. Sin embargo, también requieren un nivel adecuado de decodificación para evitar interpretaciones superficiales o descontextualizadas. En este sentido, su efectividad como medio de construcción de narrativas colectivas y fomento de la acción social sigue siendo limitada.

Los resultados de este estudio destacan la necesidad de explorar estrategias que integren los memes como parte de las campañas de comunicación política, considerando su capacidad para movilizar a los ciudadanos en entornos digitales. Este

estudio aporta una base inicial para comprender su rol en el panorama político contemporáneo y abre la puerta a investigaciones futuras que exploren más a fondo este fenómeno cultural.

Referencias

- Almond, G., & Verba, S. (1963). *La Cultura Cívica* (Euramerica, Ed.).
- Antón, A. del P. (2020). Los memes: comunicación y cultura política para una ciudadanía digital centennials. *Conrado*, 16(75), 159–167. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442020000400159&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Bueno Olivera, E. (2022). *Los memes y su función en la propagación de la información*. [Tesis de grado, Universitat Jaume I]. Repositori UJI. <https://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/197262>
- Celorio, G. (2020). Los memes, un producto comunicacional de visibilización y construcción de imaginarios políticos en Ecuador. *Uru: Revista de Comunicación y Cultura*, 3, 102–120. <https://doi.org/10.32719/26312514.2020.3.8>
- Del Alcázar, J. P. (2023). *Informe “Estado Digital Ecuador 2023”*. Mentinno Insights. <https://www.mentinno.com/informesdigitalesecuador/>
- Echeverría, M., & González, R. (2019). Los memes como entretenimiento político. Recepción, usos y significados. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 2(27), 117–133. <https://doi.org/10.22201/FCPYS.24484911E.2019.27.66001>

- García Huerta, D. (2014). Las imágenes macro y los memes de internet: posibilidades de estudio desde las teorías de la comunicación. *Paakat. Revista de Tecnología y Sociedad*, 6.
- Geneteau, G. (2021). La comunicación social y el desarrollo de la sociedad en tiempos de la era digital. *Revista Científica CENTROS*, 10, 110–126.
- Gonzales García, C., & Villegas-Arteaga, J. (2021). Memes y reacciones ciudadanas en las campañas electorales de Perú (2016) y Bolivia (2019). *Comunicación y Medios*, 30(44), 28–43. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2022.64609>
- González, E., Figueroa, J., & Meyer, J.-H. (2019). Los memes y la política. ¿Por qué algunos memes se vuelven virales y otros no? *IC - Revista Científica de Información y Comunicación*, 16, 579–613. <https://doi.org/10.12795/IC.2019.i19.18>
- Guanoluisa, C. J., Lomas, P. E., & Arévalo, R. P. (2023). El meme como herramienta para informar desde los medios en Ipinea de Ecuador: caso El Comercio y La Hora Tungurahua. *Revista Chakiñan de Ciencias Sociales y Humanidades*, 21, 47–62. <https://doi.org/10.37135/CHK.002.21.03>
- Gutiérrez, S., & Reyna, M. (2020, December 16). *Los memes en la política: primer debate de la contienda presidencial mexicana 2018*. <https://www.revistavirtualis.mx/index.php/virtualis/article/download/338/399>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). Metodología de la investigación(6.^a ed.). McGraw-Hill / Interamericana Editores.
- Hidalgo Chica, A., & Cedeño Moreira, C. (2021). Comunicación política en redes sociales durante la segunda vuelta electoral de Ecuador, año 2021: Análisis del uso de la red social Facebook. *ReHuSo*, 7(1), 104–115. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5825838>
- Instituto Nacional De Estadísticas Y Censos (INEC). (2024, Junio). *Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)*. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/tecnologias-de-la-informacion-y-comunicacion-tic/>
- Leal-Toledo, G. (2013). Em busca de uma fundamentação para a Memética. *Trans/Form/Ação*, 36(1), 187–210. <https://doi.org/10.1590/S0101-31732013000100011>
- Martínez Rolán, X., & Piñeiro Otero, T. (2017). El uso de los memes en la conversación política 2.0 una aproximación a una movilización efímera. *Prisma Social*, 18, 55–84. <https://www.redalyc.org/pdf/3537/353751820003.pdf>
- Mego, J. D. M., Mego, F. P. M., Mego, J. C. M., & Morisaki, R. N. Q. (2023). La cultura de los memes en la actualidad y su impacto en la sociedad y educación. *Hacedor&*, 7(2), 210–224. <https://doi.org/10.26495/RCH.V7I2.2532>
- Mercado, A. B., Scargiali, E. A., Mercado, A. B., & Scargiali, E. A. (2022). Las derechas hechas meme en Argentina y Brasil (2015-2019): un análisis sobre los contenidos de humor político en el contexto de gobiernos conservadores. *Cuadernos Del Centro de Estudios En Diseño y Comunicación. Ensayos*, 112, 336–354. <https://doi.org/10.18682/CDC.VI112.4108>

- Rodríguez, A. (2023, September). *Los memes políticos: entre la sátira colectiva y la estrategia* - OIME. <https://oime.com.ec/?p=1638>
- Schader, M. (2017). Three approaches to the political involvement of migrants – a short overview over the state of research and some theoretical considerations. *Religion as a Political Resource*, 27–58. https://doi.org/10.1007/978-3-658-16788-2_2
- Shifman, L. (2013). Memes in Digital Culture. *Memes in Digital Culture*. <https://doi.org/10.7551/MITPRESS/9429.001.0001>
- Takei, Y., & Kleiman, M. (1976). *Participation and feelings of political efficacy: An examination of the transference model*. *The Journal of Politics*, 20(3), 381–399. <https://doi.org/10.1086/445908>
- Tejedor, S., Tusa, F., & Cervi, L. (2022). Estudio comparativo sobre el potencial del meme como recurso de comunicación política: recepción, usos y significados en estudiantes universitarios (Ecuador-España). *Revista de La Asociación Española de Investigación de La Comunicación*, 17, 133–159. <https://doi.org/10.24137/raeic.9.17.6>