

Universidad Católica de Santa María
Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas
Escuela Profesional de Ciencia Política y Gobierno



**Los memes como expresión digital de protesta en Facebook durante las
movilizaciones políticas del 2020 en Arequipa**

Tesis presentada por las Bachilleres:

Puma Churo, Yessica Lucy

ORCID: 0009-0001-6316-8594

Zegarra Alponete, Paola Yisell

ORCID: 0009-0002-2581-7407

para optar el Título Profesional de Licenciado en Ciencia Política y Gobierno

Asesor:

Dr. Rivera Flores, Víctor Alfonso

ORCID: 0000-0003-3677-9979

Arequipa - Perú

2025

UCSM-ERP

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

CIENCIA POLITICA Y GOBIERNO

TITULACIÓN CON TESIS

DICTAMEN APROBACIÓN DE BORRADOR

Arequipa, 21 de Octubre del 2025

Dictamen: 017196-C-EPCyG-2025

Visto el borrador del expediente 017196, presentado por:

2020204322 - PUMA CHURO YESSICA LUCY

2020177922 - ZEGARRA ALPONTE PAOLA YISELL

Titulado:

**LOS MEMES COMO EXPRESIÓN DIGITAL DE PROTESTA EN FACEBOOK DURANTE LAS
MOVILIZACIONES POLÍTICAS DEL 2020 EN AREQUIPA**

Nuestro dictamen es:

APROBADO

Título Profesional/Título de Segunda Especialidad/Grado Académico a optar:

LICENCIADO EN CIENCIA POLÍTICA Y GOBIERNO

**43288441 - GRUNDY LOPEZ RICARDO ENRIQUE
DICTAMINADOR**



**30564470 - ARIAS HUIZA YIGLIOLA GLENDA
DICTAMINADOR**



**41182599 - QUINTANILLA BEDREGAL PABLO ANTONIO
DICTAMINADOR**



Los memes como expresión digital de protesta en Facebook durante las movilizaciones políticas del 2020 en Arequipa

INFORME DE ORIGINALIDAD

12%

INDICE DE SIMILITUD

11%

FUENTES DE INTERNET

4%

PUBLICACIONES

4%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

tesis.usat.edu.pe

Fuente de Internet

1%

2

www.coursehero.com

Fuente de Internet

1%

3

www.dykinson.com

Fuente de Internet

<1%

4

Submitted to Universidad Católica de Santa
María

Trabajo del estudiante

<1%

5

revistas.urosario.edu.co

Fuente de Internet

<1%

6

repositorio.uwiener.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

7

repositorio.usil.edu.pe

Fuente de Internet

<1%

8

Submitted to Universidad Internacional de la
Rioja

Trabajo del estudiante

<1%

repositorio.upsin.edu.mx

DEDICATORIA

A la memoria de mi querida tía Nora, cuya luz sigue guiando mi camino y cuyo amor vive en cada uno de mis logros.

A mis padres, por su apoyo inquebrantable, por enseñarme a creer en mí y a no rendirme.

A mi familia, por ser mi sostén constante.

A quien, con su compañía silenciosa, me brindó serenidad y fuerza cuando más lo necesitaba.

Paola

A mis padres, padrino, hermanos, familiares y amigos.

Yessica

AGRADECIMIENTOS

Agradezco profundamente a mis docentes y asesores, por su guía y dedicación a lo largo de este proceso.

A mi familia, por su paciencia, comprensión y amor incondicional.

A aquella persona especial que me acompañó con cariño y calma en cada etapa.

Gracias por acompañarme en este proceso que no solo culmina una etapa académica, sino también una etapa personal de crecimiento.

Paola

Agradezco a mis docentes por brindarme conocimiento y ser guía en toda esta etapa, de manera particular al Dr. Víctor Rivera que gracias a su apoyo se ha podido concluir con la tesis.

A mis seres queridos que desde el inicio me brindaron su apoyo incondicional para culminar esta etapa.

Yessica

RESUMEN

El presente trabajo, titulado, "Los memes como expresión digital de protesta en Facebook durante las movilizaciones políticas del 2020 en Arequipa". Objetivo: Investigar cómo los memes difundidos en Facebook contribuyen a la movilización social, fortalecen la identidad colectiva y funcionan como herramientas de protesta y expresión crítica en el contexto de las movilizaciones políticas del 2020 en Arequipa. Metodología: Estudio cualitativo de carácter interpretativo, basado en el análisis de memes difundidos en Facebook relacionados con las movilizaciones del 2020, y en la observación de las reacciones de jóvenes y usuarios, considerando el uso de figuras retóricas, símbolos cromáticos y contenido emocional. Se empleó la técnica de análisis multimodal y revisión de publicaciones, con enfoque no experimental y descriptivo. Resultados: Se encontró que los memes actúan como medio para canalizar emociones, generar conciencia social y reforzar la identidad colectiva mediante recursos discursivos como la ironía, la sátira y la parodia. Además, la simbología cromática y las figuras retóricas sirven para intensificar el mensaje crítico, favoreciendo la difusión de discursos sociopolíticos en el espacio digital, aunque con alcance limitado en acciones políticas fuera del entorno virtual. Conclusión: Los memes constituyen una forma dinámica y efectiva de ciberactivismo que, a través de recursos visuales y lingüísticos, refuerzan la protesta social, la identidad colectiva y la resistencia frente a los acontecimientos políticos, aunque su impacto en acciones concretas fuera del mundo digital requiere de mayor análisis y fortalecimiento.

Palabras claves: Memes, digital, protesta.

ABSTRACT

Title: Memes as a Digital Expression of Protest on Facebook During the 2020 Political Mobilizations in Arequipa: Analysis of Digital Communication in the Context of Protest

Objective: To investigate how memes shared on Facebook contribute to social mobilization, strengthen collective identity, and function as tools of protest and critical expression within the

context of the 2020 political mobilizations in Arequipa. **Methodology:** A qualitative, interpretative study based on the analysis of memes disseminated on Facebook related to the

2020 mobilizations, as well as the observation of the reactions of young people and users. The study considered the use of rhetorical figures, color symbolism, and emotional content. The

multimodal analysis technique and publication review were applied, under a non-experimental and descriptive approach. **Results:** The findings reveal that memes serve as a medium to

channel emotions, raise social awareness, and reinforce collective identity through discursive resources such as irony, satire, and parody. Moreover, chromatic symbolism and rhetorical

figures intensify the critical message, promoting the spread of sociopolitical discourse in digital spaces, although their impact on political actions beyond the virtual sphere remains limited.

Conclusion: Memes represent a dynamic and effective form of cyberactivism that, through visual and linguistic resources, reinforce social protest, collective identity, and resistance to

political events. However, their influence on concrete actions outside the digital realm requires further analysis and strengthening.

Keywords: Memes, digital, protest.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTOS

RESUMEN

ABSTRACT

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	2
1. Planteamiento del problema.....	2
1.1. Problema	2
1.2. Formulación del problema	3
1.2.1. <i>Problema general</i>	3
1.2.2. <i>Problemas específicos</i>	3
1.3. Justificación	3
1.4. Objetivos	4
1.4.1. <i>Objetivo General</i>	4
1.4.2. <i>Objetivos Específicos</i>	5
1.5. Variables	5
1.6. Operacionalización de variables	5
1.7. Hipótesis estadística.....	6
CAPITULO II	8
MARCO TEÓRICO.....	8
2.1. Antecedentes de la investigación	8
2.2. Marco conceptual.....	17
CAPITULO III.....	32
3.1. Metodología de la investigación	32

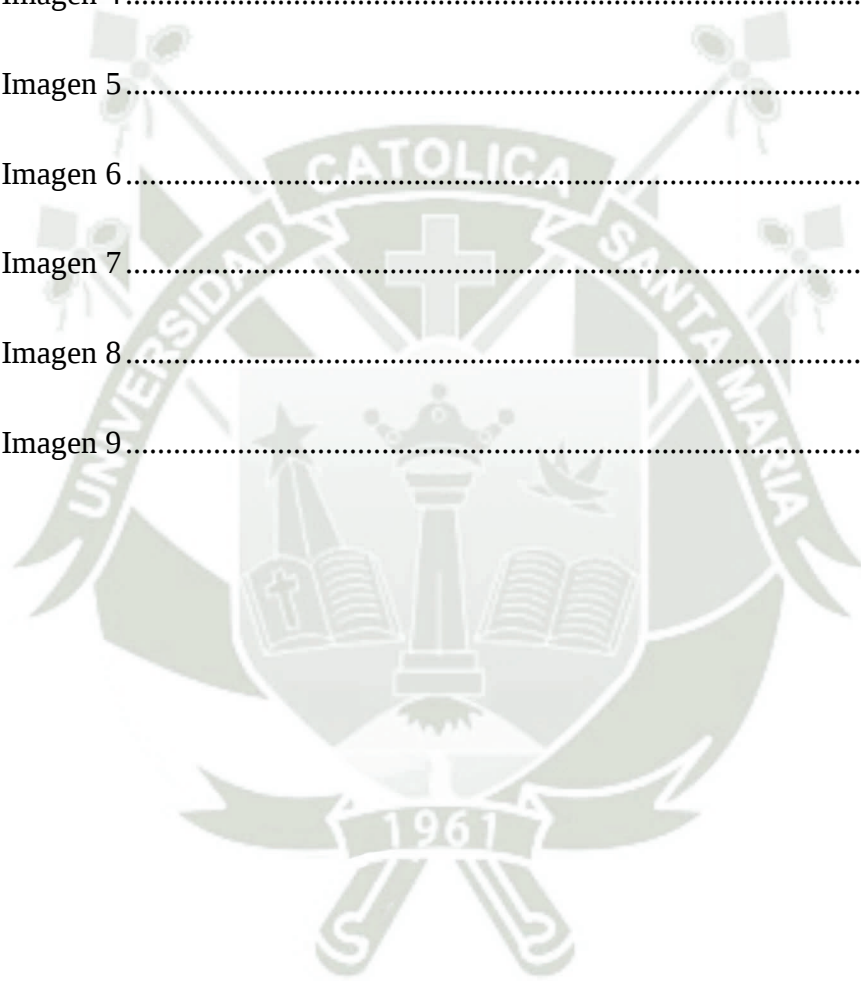
3.1.1. Tipo de investigación	32
3.1.2. Nivel de investigación	32
3.1.3. Diseño metodológico.....	32
3.1.4. Escenarios de estudio y participantes, Recolección y Análisis de información	32
3.1.5. Instrumento de investigación	33
CAPITULO IV.....	34
PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	34
4.1. Análisis de los resultados.....	34
4.2. Interpretación de los resultados	52
4.2.1. Confirmación o rechazo de hipótesis.....	52
4.3. Discusión de resultados.....	53
CONCLUSIONES	54
RECOMENDACIONES.....	55
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	56

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variables	5
Tabla 2 Memes sobre la pandemia por COVID-19	33
Tabla 3 Interpretación 1	34
Tabla 4 Interpretación 2	36
Tabla 5 Interpretacion 3	38
Tabla 6 Interpretacion 4	40
Tabla 7 Interpretacion 5	42
Tabla 8 Interpretacion 6	44
Tabla 9 Interpretacion 7	46
Tabla 10 Interpretacion 8	48
Tabla 11 Interpretacion 9	50

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Imagen 1	34
Figura 2 Imagen 2	36
Figura 3 Imagen 3	38
Figura 4 Imagen 4	40
Figura 5 Imagen 5	42
Figura 6 Imagen 6	44
Figura 7 Imagen 7	46
Figura 8 Imagen 8	48
Figura 9 Imagen 9	50



INTRODUCCIÓN

En los últimos años, la transformación digital ha consolidado a las redes sociales y los memes como elementos fundamentales en la comunicación contemporánea. Estas plataformas no solo sirven para compartir información, entretenimiento y conexiones sociales, sino que también se han convertido en fértiles espacios de movilización social y activismo político. Los memes, en particular, debido a su carácter multimodal, rápido y accesible, han emergido como herramientas poderosas para expresar opiniones, canalizar indignaciones y cuestionar discursos hegemónicos en diversos contextos sociales y políticos.

La naturaleza humorística, irónica y satírica de los memes permite a los usuarios resignificar discursos oficiales y presentar narrativas alternativas que reflejan las percepciones, sentimientos y experiencias de diferentes colectivos. Su capacidad de difusión masiva y de influencia en la opinión pública ha propiciado que sean utilizados en movimientos sociales, protestas juveniles, activismo feminista y en debates políticos tanto a nivel nacional como internacional. En este sentido, los memes no solo cumplen funciones de entretenimiento, sino que también se constituyen en un medio para promover la conciencia social, movilizar acciones colectivas y desafiar el status quo.

Este trabajo se propone analizar el papel de las redes sociales y los memes en los procesos de participación y movilización social actuales. A través de una revisión de distintas investigaciones nacionales e internacionales, se abordará cómo estos recursos digitales fomentan el activismo, fortalecen la identidad colectiva y contribuyen en la construcción de discursos alternativos en escenarios de protesta y cambio social. La diversidad de casos y enfoques metodológicos utilizados en los estudios consultados permiten comprender la multifuncionalidad del ciberactivismo y su impacto en la esfera pública.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Problema

En el año 2020, ocurrió un hito histórico en Perú en respuesta a la continua crisis política. En razón a esto, se convocaron a movilizaciones de la sociedad civil, marcando hechos trascendentales como las realizadas entre los días 9 al 15 de noviembre del 2020. El colectivo arequipeño no fue indiferente a esta situación, es por ello que, se evidenció grupos juveniles universitarios que se organizaron para levantar su voz de protesta ante los hechos políticos citados líneas arriba.

A partir de esto, es que nace la investigación, en tanto que, a través de redes sociales, se tuvo una gran acogida por parte del colectivo universitario. Dicho suceso se realizó a través de la difusión de memes que tenían la finalidad de transmitir mensajes y posturas políticas a manera de que repercutan en la mente colectiva de los espectadores, sin embargo, existe un vacío en torno a la interpretación de la simbología cromática y su significado en base a los elementos visuales.

Este suceso plantea la necesidad de comprender cómo los memes pueden servir como elemento discursivo de protesta sociopolítica. En este sentido, surge la interrogante: ¿Cómo los memes que incorporan simbología cromática contribuyeron a la construcción y difusión de discursos sobre la situación sociopolítica durante las protestas?

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cómo se expresan los memes difundidos en Facebook como formas de protesta digital durante las movilizaciones políticas del año 2020 en Arequipa?

1.2.2. Problemas específicos

PE 1: ¿Cómo se interpreta el mensaje político y social que los memes comunican como manifestaciones de protesta digital en el contexto de las movilizaciones ciudadanas del año 2020 en Arequipa?

PE 2: ¿Cuáles son las características visuales, discursivas y simbólicas de los memes difundidos en Facebook durante las movilizaciones políticas del 2020 en Arequipa?

1.3. Justificación

La investigación sobre la influencia de los memes y la simbología cromática en la percepción sobre las protestas político-sociales permite explorar cómo el activismo en línea transforma la dinámica social, dando nueva forma de comunicación a los movimientos sociales y redefiniendo la naturaleza de la participación ciudadana en la era digital. Por lo tanto, esta investigación es oportuna y crucial, ya que tiene por utilidad comprender y abordar los cambios profundos que están aconteciendo en nuestra sociedad.

Esta investigación se ve reforzada por el contexto de cambio político-social marcado por la emergente que algunos han llamado "la segunda edad mediática" (Sancho, 2013). En esta nueva era, la omnipresencia de internet y las redes sociales está transformando fundamentalmente la manera en que las personas interactúan con la información y participan en la esfera pública. Por ello es pertinente investigar las implicancias de cada meme difundido

en línea, abordando el significado de su simbología cromática y el cómo repercuten en la construcción de un sentido compartido dentro del espacio digital.

Además, esta investigación surge en un momento coyuntural de gran trascendencia, en el que el escenario nacional atravesó una crisis política ocasionada por las constantes vacancias presidenciales aprobadas mediante consenso parlamentario. Suceso que se plasmó en aproximadamente 119 manifestaciones registradas a nivel nacional (Guerra & Yalán-Dongo, 2022), resaltando la participación de grupos estudiantiles con una relevancia sin precedentes, utilizando plataformas digitales como herramientas de organización y difusión de la información.

Por lo tanto, la investigación, al tocar aspectos vinculados con las redes sociales, los memes y las protestas, resulta esencial para comprender cómo es que estas plataformas están transformando las dinámicas políticas y sociales, destacando su relevancia sociopolítica. En particular los memes con simbología cromática sirvieron como herramienta principal para la expresión de diversas posturas. Este fenómeno cobra especial importancia al contexto de la crisis política nacional y el notable aumento que surgió en la actividad de usuarios sobre las manifestaciones a lo largo del año 2020 al involucrar grupos estudiantiles y redes sociales. Permitiendo de esta manera analizar cómo las redes sociales y los memes difundidos impactaron en el pensamiento y la mente colectiva.

1.4. Objetivos

1.4.1. *Objetivo General*

OG: Analizar los memes difundidos en Facebook como formas de expresión digital de protesta durante las movilizaciones políticas del año 2020 en Arequipa.

1.4.2. Objetivos Específicos

OE 1: Interpretar el mensaje político y social que los memes comunican como manifestaciones de protesta digital en el contexto de las movilizaciones ciudadanas de ese año.

OE 2: Identificar las características visuales, discursivas y simbólicas de los memes difundidos en Facebook durante las movilizaciones políticas del 2020 en Arequipa.

1.5. Variables

Independiente: Memes

Dependiente: Protestas

1.6. Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de variables

Tipo de variable	Variable	Indicadores	Sub indicadores
Independiente	Memes	Simbología cromática	Semiótica Significado cultural del color
		Memética	Evolución cultural Memeplex
Dependiente	Protestas	Participación activista	Motivaciones públicas Carácter ético Identidad colectiva superior
		Cultura alteractivista	Subjetivación personal Militantismo

			Aspiraciones futuras
		Intergrupo social	Cooperación intergrupala
			Identidad social
			Autocategorización
Interviniente	Facebook	Activismo en línea	Causas colectivas
			Digilantismo
			Comunidad en línea
		La red	Organización de nodos
			Estructura de comunicación
			Ideal normativo
		Alfabetización informacional digital	La gestión de la información
		Recursos de interacción	Procesamiento de la información
			Mensajes directos
			Mensajes sincrónicos
			Acciones de adhesión

Nota: *Elaboración propia*

1.7. Hipótesis estadística

Dado que los memes difundidos en Facebook constituyen formas contemporáneas de expresión digital y la simbología cromática cumple un rol comunicativo esencial en la transmisión de emociones y significados colectivos, **es probable que** los memes que incorporan colores simbólicos hayan contribuido a la construcción y difusión de discursos sobre la

situación sociopolítica durante las protestas del 2020 en Arequipa, reforzando la identidad y el sentimiento de protesta en el espacio digital.



CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. *Variable independiente: Memes*

Según Paradinas Márquez y Marín P. (2025), en su estudio sobre la teoría memética aplicada a las relaciones interpersonales, el caso Piñagate de Mercadona ejemplifica cómo las plataformas digitales amplifican los comportamientos meméticos y transforman los deseos individuales en fenómenos colectivos. Los autores explican que la imitación actúa como motor de propagación de conductas y símbolos en el entorno digital, donde un simple gesto o elemento como una piña colocada al revés puede adquirir significados sociales compartidos y difundirse masivamente a través de redes como Twitter. El análisis se realizó mediante la recolección de tuits que incluían las palabras clave “*piña*”, “*Mercadona*” y “*ligar*”. Tras un proceso de limpieza de datos y aplicación de un pipeline de procesamiento lingüístico con la herramienta NLTK, los resultados mostraron que la mayoría de los mensajes presentaban un tono favorable hacia la tendencia. Los investigadores concluyen que los comportamientos miméticos pueden transformar objetos, espacios y signos en símbolos de interacción digital, evidenciando cómo las normas sociales pueden emerger y propagarse rápidamente dentro del ecosistema de las redes sociales.

De igual manera López-Paredes & Carrillo-Andrade (2022), en su artículo titulado “*The Normative World of Memes: Political Communication Strategies in the United States and Ecuador*”, analizan el papel fundamental de los usuarios prosumidores en la configuración del espacio digital, pues son ellos quienes difunden y reinterpretan contenidos cargados de valores públicos e ideológicos, contribuyendo así a la creación de un ciber mundo normativo. El

estudio, de carácter multimodal y comparativo, aborda cómo los ciudadanos de Ecuador y Estados Unidos se apropian de los memes como herramientas de comunicación política, tomando como casos los debates electorales de Trump vs. Biden (2020) y Lasso vs. Arauz (2021). Los resultados evidencian que en las discusiones públicas el humor funciona como un recurso recurrente sustentado en referencias de la cultura popular, y que un meme alcanza su eficacia humorística cuando existe una disonancia evidente entre la realidad y las expectativas sociales.

Finalmente, Collado Campos (2020), en su artículo titulado *“La resignificación del discurso político por medio de memes: el caso de Enrique Peña Nieto”*, analiza cómo los memes difundidos principalmente a través de la red social Facebook se convierten en herramientas de crítica, denuncia y resignificación del discurso político. Esta resignificación consiste en otorgar un nuevo sentido al discurso oficial, transformándolo en parodia o sátira, lo que provoca el cuestionamiento del poder por parte de los prosumidores (usuarios que producen y consumen contenidos). El estudio, de carácter cualitativo y multimodal, abarcó el periodo comprendido entre el inicio de las campañas electorales y la toma de posesión del nuevo presidente de México, analizando memes que circularon durante el sexenio presidencial de Enrique Peña Nieto (2012-2018), un periodo caracterizado por numerosos hechos mediáticos que llevaron a que su imagen pasara del enaltecimiento a la ridiculización pública. Como resultado, Collado concluye que los memes reflejan las percepciones y opiniones de distintas clases sociales sobre la clase política, y que en ellos se observa una resignificación cambiante y fluida del discurso hegemónico. Además, sostiene que el potencial destabilizador no reside en el meme en sí, sino en el actor social que lo emplea como vehículo de debate, manifestación, crítica y reflexión hacia el poder público.

2.1.2. *Variable dependiente: Protestas*

Fazio-Vargas (2023) en su artículo científico sobre la resonancia en las protestas, se centra en explicar cómo la crítica permite a los actores sociales el cuestionarse y ser capaces de desafiar a la realidad en la que viven, siendo las protestas aquellas que les brindan la posibilidad de expresar sus aspiraciones de cambio. Además, analiza la resonancia como una sincronización emocional entre los individuos y su entorno, aspecto potenciado por las revueltas que frenan la aceleración cotidiana de la vida social, facilitando así un cambio significativo en el mundo y en los grupos de actores. Entendiendo estos aspectos como una pieza clave para la interpretación de la dinámica transformadora, en la que se ponen en duda la realidad, se critica y se requiere una sincronización de todos los sujetos.

Por otro lado, Papadogiannis & Pinto (2023) en su artículo científico sobre las protestas y participación se centra en comprender las dinámicas de las protestas en Portugal, España y Grecia, considerando los desequilibrios cronológicos y temáticos de cada movimiento. Analiza la evolución de las protestas, destacando que, en Portugal y España, entre los años 50 y 70, estuvieron marcadas por movimientos rurales, mientras que, en Grecia, en los años 70, abarcaban aspectos políticos y sociales. Resaltando la influencia de las condiciones sociales y políticas de cada país. Además, la investigación no se enfoca únicamente en partidos políticos y trabajadores, sino que incorpora nuevos actores motivados por cuestiones de género, cultura, sexualidad, discapacidad y salud mental. Permitiendo una comprensión más profunda de los objetivos y patrones de protesta.

A su vez, Silva & Neira (2021) en su artículo científico sobre las convocatorias a protestas vía Instagram, se realiza un análisis sociocognitivo de estrategias discursivas en el movimiento chileno del 2019-2020, enfocándose en cómo es que las convocatorias a protestas forman un género discursivo en comunidades, siendo principalmente que los participantes

construyen una identidad y contribuyen a cambios socioculturales. Los casos que fueron examinados fueron aquellos publicados en la página @capucha_informa haciendo principal énfasis en la formación de esquemas ideológicos que desafían valores hegemónicos; cuestionando las estructuras políticas y económicas existentes mediante la movilización y enmarcación de la crisis sociopolítica del país.

2.1.3. *Variable Interviniente: Facebook*

Ramírez, Mata, Malo, & Paredes (2023) en su artículo científico sobre las redes sociales y su impacto en la política, se investigó bajo el propósito de analizar si el uso de redes sociales como medio de información y participación durante la pandemia generó mayor participación política de los jóvenes universitarios o si generó mayor desafección política, analizando también, si las redes sociales afectaron en la percepción de los actores políticos. Esta investigación se realizó bajo el diseño instrumental cuantitativo, con una muestra de 900 estudiantes de la facultad de “Ciencias políticas y Relaciones Internacionales”. Teniendo como resultado de la investigación una correlación positiva entre la participación política en redes sociales y la confianza en actores políticos, asimismo se concluye que existe la percepción por parte de los universitarios de que los políticos toman más en cuenta las expresiones en redes sociales para el cuidado de su imagen, se determinó que los estudiantes preferían dar “like” que publicar opiniones, y en cuanto a las plataformas más utilizadas para informarse fueron Facebook sucesivamente Instagram y luego Twitter.

Alonso (2016) en su artículo científico sobre la web 2.0 y el barómetro, tiene el propósito de interpretar las interacciones digitales de los partidos políticos de España en las redes sociales con la opinión pública, debido a que la web 2.0. son instrumentos de fácil acceso para la comunicación, así como para difundir su programa electoral de los partidos. Es por esto que, se realizó una investigación de correlación de intención de voto digital (con las

plataformas de Facebook y Twitter) e intención de voto de forma tradicional con el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), la muestra fue de los 6 principales partidos que concurrieron para las próximas elecciones en España (“Partido Popular, Partido Socialista Obrero Español, Izquierda Unida, Unión Progreso Y democracia, Podemos y Ciudadanos”). Llevando a cabo una metodología de investigación mixta: cualitativa y cuantitativa. Concluyendo que las redes influyeron directamente en las intenciones de voto digital y tradicional, siendo así el partido “Podemos” el primero con intención de votos en redes y el segundo en el CIS, asimismo, la web 2.0 permite conocer a sus simpatizantes cuales son los principales problemas que pretenden solucionar como empleo, economía, corrupción, etc.

Wang & Zhou (2021) en su artículo científico sobre el activismo Hashtag y la acción conectiva, pretende determinar cuáles son las estrategias de los activistas en línea (Twitter con hashtags) como medio para que puedan compartir información en redes para movilizar la atención global y contrarrestar el silencio de los medios de comunicación tradicionales. En este trabajo se recopilan datos que se utilizaron en Twitter como “HongKongPoliceBrutaly” desde el 15 de octubre (2019) hasta el 30 de noviembre (2020), este periodo de tiempo fue seleccionado debido a que existió una creciente cobertura mediática entre los policías y manifestantes después del desfile del aniversario de China. Se recopilaban los datos mediante Twitter Streaming API, obteniendo “204.079” tweets y para posteriormente hacer un análisis determinado que los tweets originales fueron “33.003”, sugiriendo que el slacktivismo podría ser más frecuente de lo que se piensa. Los autores concluyen que las redes sociales son un medio de participación tanto en línea como offline, asimismo, el uso del hashtag mediante la acción conectiva sirve para concientizar y para el intercambio de información.

2.1.4. *Tesis Internacionales*

Lejía (2023) en su tesis sobre Redes Sociales y su futuro en las protestas, establece como principal objetivo de la investigación el análisis de las redes sociales como herramienta metodológica en la organización y movilización de personas a nivel macro. Para ello, se optó por realizar un análisis descriptivo exploratorio sobre las dinámicas de participación, basado en los datos del “MMCHIVED: Multimodal Chile and Venezuela Event Data” al describir de manera detallada las manifestaciones con criterios sociodemográficos. Obteniendo como principales hallazgos que las redes sociales cambiaron las dinámicas de participación en protestas, suponiendo en el caso de las protestas chilenas la superación al dilema de la acción colectiva. Estas plataformas intensificaron los sentimientos en contra del régimen y, en respuesta, motivaron a más personas a manifestarse. Asimismo, las redes sociales redujeron los costos de participación al ser la principal herramienta de coordinación y difusión de información, consiguiendo finalmente el desarrollo de protestas persistentes y efectivas.

Por otro lado, Ortiz (2020) en su tesis enfocada en el análisis del movimiento “banderas negras” como un actor colectivo en las movilizaciones en contra de la “Ley de Herencias”, indaga principalmente en las formas organizativas, los repertorios de acción, discursos de acción colectiva en los distintos medios de comunicación. Para ello, la investigación utiliza un enfoque metodológico distinto, partiendo en que el trabajo debe ser considerado como un estudio de caso ideal, para el cual se utilizó una metodología cualitativa para analizar el caso a profundidad, considerando las perspectivas de actores sociales; siendo para ello, necesaria la recopilación de información en medios, documentos, datos estadísticos para la comprensión profunda del fenómeno. Obteniendo como resultado que el movimiento de protesta “banderas negras” tuvo una alta relación con las redes sociales ya que fueron uno de los factores que ampliaron y potenciaron hoy la acción en el mundo real, facilitando la resonancia y

amplificación de percepciones de injusticia entre los actores, agilizando la coordinación de acciones colectivas. Fue este uso estratégico de las redes sociales aquel que visibilizó y coordinó el movimiento para que tuviese un impacto significativo en el desarrollo y efectividad de las protestas contra la ley de Herencias.

Finalmente, la tesis de Ciberactivismo en colectivas feministas por Araiza (2022) en Puebla, México. Se enfoca en el análisis de las acciones colectivas feministas y la utilización de redes sociales para formular acciones colectivas; también busca definir el impacto y alcance de las redes digitales sobre los asuntos sociales a manera de definir su relevancia en las movilizaciones sociales actuales. Para cumplir con su objetivo el trabajo utiliza un enfoque cualitativo, a través de la técnica de una entrevista semi estructurada con las líderes de las colectivas feministas en Puebla, a su vez utilizó la técnica "bola de nieve" para identificar actores adicionales en el fenómeno. Siendo así que las conclusiones revelaron que las colectivas feministas utilizaron las redes sociales principalmente para difundir información y establecer alianzas a través de mensajes privados, permitiendo una interacción significativa en línea sobre sus temas clave. Estas plataformas desempeñaron un papel fundamental en el apoyo a sus seguidores frente al conservadurismo social y la distorsión mediática, especialmente en un contexto donde los eventos offline pueden enfrentar complicaciones.

Ayala (2020) en su tesis sobre "El meme de clase" tiene el propósito de analizar a los principales imaginarios de clase a través de los jóvenes universitarios Tijuanaenses mediante el uso de memes, se busca entender cómo los memes funcionan como un medio simbólico, ya que, a través de ellos, se expresa su identidad, conflictos, aspiraciones, es decir, se centra en la construcción de imaginarios sociales relacionado a la clase media y desigual a través de los memes. Se desarrolló bajo el enfoque cualitativo, con 7 estudiantes (entre 20-23 años de edad) de la Universidad Autónoma de Baja California, Tijuana siendo 3 hombres y 4 mujeres, a través

de la actividad de la plataforma facebook, de entrevistas para conocer su clase, consumo, relaciones laborales y las conversaciones informales para la interpretación del meme. Obteniéndose los hallazgos, de que los jóvenes Tijuanenses a través de las plataformas sociales pueden reconfigurar las representaciones simbólicas de clase, eso sí, esa misma está influenciada por la lógica mediática; así también es a través de los memes que expresan y representan sus críticas con sentimientos de humor y la frustración a través de memes.

2.1.5. Tesis Nacionales

Pacheco y Zamora (2022) investigaron en su tesis sobre el ciberactivismo y las protestas universitarias, el rol de las redes sociales en las protestas sobre Merino, en la ciudad de Lima (2020). Este estudio abarcó 378 universitarios de una universidad privada, de entre 18 y 25 años, basándose en una metodología de encuesta y otra de entrevista a 4 jóvenes con mayor actividad cibernética. Los hallazgos revelaron que los jóvenes universitarios están más inclinados a recibir y producir contenido de lenguaje visual, siendo Instagram la red social más utilizada; así también, las redes sociales dan espacio para informarse, para dar a conocer su postura política, organizarse, motivarse en línea y formar parte de movimientos offline, las autoras concluyen que las redes sociales ayudan a difundir la realidad de las protestas incentivando a que se movilicen más usuarios.

Urbano (2022) en su tesis sobre las redes sociales y la crisis política, se propuso como objetivo el uso de las redes sociales específicamente de Facebook, Instagram y Twitter y la participación de los jóvenes en la crisis gubernamental, 2020. Se utilizó el diseño de investigación mixto ya que se emplearon elementos cualitativos y cuantitativos. Uno de los instrumentos de la investigación fue la encuesta, abarcando una muestra total de 153 personas y otro instrumento de investigación fue la entrevista con 4 expertos con trayectoria académica y laboral. Los hallazgos obtenidos fueron de que los jóvenes compartían mayormente

información por redes sociales en comparación a la cantidad de jóvenes que salían a las manifestaciones, así mismo, las redes que más utilizaron fueron Facebook e Instagram, sin embargo, Twitter fue donde se dieron a conocer más las tendencias de los que apoyaban la marcha y de los que estaban en contra.

Alva & Valeriano (2021) investigaron en su tesis las redes sociales y la participación política, esta investigación pretendía determinar si las redes sociales motivaron la participación juvenil contra Merino. Para ello se utilizó el método mixto cuantitativo para recopilar los contenidos difundidos por las redes sociales “(Facebook, Instagram, Twitter, Tik Tok)”, también se realizó entrevistas a 4 especialistas en el tema y 2 jóvenes que participaron de las protestas, por otro lado, se utilizó el método cuantitativo mediante el instrumento de la encuesta abarcando un total de 100 jóvenes de 18 a 25 años que participaron en las marchas. Los resultados indicaron que las redes sociales influyeron en la participación de los jóvenes porque gran parte de ellos sintieron indignación al ver las plataformas digitales, lo que motivó la salida a la calle, destaca que las que más utilizaron los jóvenes fueron respectivamente: Facebook, Instagram y por último WhatsApp.

Sánchez Mercado (2022), en su tesis titulada *“Los memes como activismo de sillón entre los jóvenes universitarios de Lima Metropolitana: el caso Repsol”*, tuvo como objetivo principal analizar el funcionamiento de los memes en el contexto del derrame de petróleo ocurrido en 2022, hecho que generó una amplia reacción en redes sociales. La autora parte de la observación de que los usuarios crearon y difundieron memes que denunciaban la responsabilidad ambiental de la empresa Repsol, expresando con ello una profunda indignación social. La investigación buscó determinar si los memes actúan únicamente como una expresión simbólica de protesta o si pueden constituirse en una herramienta efectiva de cambio social. Para alcanzar este propósito, se desarrolló un estudio cualitativo, basado en entrevistas

semiestructuradas y guiado por un cuestionario de veinte preguntas orientadas a explorar el sentido, la intención y el impacto de los memes en los jóvenes. Entre los principales hallazgos, se identificó que los memes funcionan como un medio para canalizar la indignación y mantener vivo el debate público, especialmente a través de redes sociales como Facebook y Twitter. Sin embargo, su alcance resulta limitado, ya que no suele traducirse en acciones políticas colectivas fuera del entorno digital. Asimismo, se evidenció que la ironía y la sátira son los recursos discursivos más frecuentes, pues permiten procesar el enojo y la frustración frente a la injusticia ambiental de manera crítica pero humorística.

2.2. Marco conceptual

2.2.1. Protestas

Las protestas pueden ser definidas como situaciones límite que se desarrollan en momentos en los que la realidad se torna inestable en lo social o político. Estos eventos posibilitan un espacio para el surgimiento de críticas de la realidad imperante y expresar aspiraciones de transformación. Siendo que, las protestas no son solo manifestaciones de descontento, sino también oportunidades de resonancia para fomentar cambios en el comportamiento de actores y con ello reposicionar el mundo que los rodea. (Fazio Vargas, 2023)

Rozas Bugueño et al., (2022) define las protestas como un fenómeno político contemporáneo en la sociedad actual que forma parte de la acción colectiva. En este sentido, un grupo de personas decide formar parte del desarrollo de protestas a causa de una interacción compleja entre factores individuales, contextuales y a nivel de grupo. Siendo que estas protestas buscan proporcionar un espacio para expresar una afección social en entornos públicos, variando el desarrollo y naturaleza acorde al momento histórico en el que ocurren.

2.2.2. *Alteractivismo*

Pleyers (2023) define el alteractivismo como una forma de activismo, impulsada por un compromiso personal profundo, que se distingue por desprenderse de las estructuras organizativas tradicionales. En lugar de depender de motivaciones externas o una estructura formal, el alteractivismo surge por un proceso subjetivo, en el cual el individuo decide tomar acción en su vida y en los problemas que enfrenta su sociedad. Radicando la principal motivación de su actuar en la relación ética que tiene consigo mismo y con su entorno social.

Así mismo, puede ser definido como una manera alternativa de práctica subcultural y la vía mediante la cual jóvenes pueden ser parte de cambios sociales motivados por su fuerte compromiso político a través de la formación de esfuerzos colectivos. Este alteractivismo se genera principalmente por las experiencias vividas de los sujetos, la organización más equitativa en la sociedad y dando utilización a instrumentos que faciliten esto para fortalecer los valores, esencialmente en sectores juveniles. (Scott & Henri, 2009)

2.2.3. *Movilización Social*

Cerezales (2021) conceptualiza el movimiento social como un proceso mediante el cual un colectivo de individuos hace política, organizándose para ejercer presión en contra del gobierno de manera legal y sostenida en el tiempo. Los movimientos sociales principalmente se realizan con el objetivo de defender intereses de los movilizadores a través de la realización de actividades de manera respetuosa, unida y comprometida con la causa. No limitándose únicamente a la acción puntual, sino que forma redes de activismo transmitiendo conocimientos, recursos y crean una cultura que fortalece el compromiso de los participantes con la causa.

En contraste, Saldarriaga & Arango (2020) define el movimiento social como una interacción entre tres tipos de actores distintos, los cuales son la comunidad agraviada o interesada por el fenómeno, el objeto al que se dirige la demanda y el público que presencia la contienda. Centrándose en la diversidad que ocupa cada autor y sus perspectivas, reconociendo así la complejidad del fenómeno. Destaca que los actores pueden tener intereses opuestos, influyendo en el desarrollo de la movilización y principalmente en cómo es percibida por la audiencia que inicialmente no se encontraba comprometida, pudiendo ser influenciada lo que eventualmente puede conseguir el surgimiento de compromiso con la causa.

2.2.4. *Identidad Colectiva*

La identidad colectiva, acorde a Limón (2023) se refiere a la identidad individual que se conforma acorde a la pertenencia a un grupo, lo que se realiza con este y el impacto que representa en su vida. La construcción socioespacial y los diálogos de prácticas de identificación territorial también juegan un papel crucial en la generación de esta identidad. Uno de los principales impactos es en las emociones por ser parte del grupo y la politización que puede generarse por la influencia de consenso grupal, lo que lleva a buscar la obtención de objetivos que los representen como comunidad.

Por otro lado, también se define la acción colectiva como un conjunto de personas que se identifican como parte de una misma categoría, valoran emocionalmente esa identidad construida grupalmente y han llegado a un acuerdo sobre cómo evalúan el grupo y su pertenencia en él. En este sentido, con acción colectiva se hace referencia no solo a un grupo de individuos, o al compromiso de todos los individuos con el grupo, sino que en realidad los sujetos actúan motivados y como miembros del grupo, no por aspectos e intereses individuales. (Marraud, 2020)

2.2.5. Sociopolítica

La palabra sociopolítica, acorde a Jimeno et al. (2023) se refiere a una respuesta a los desafíos globales de desarrollo sostenible y ético en el ámbito global. Se hace énfasis en los Objetivos de Desarrollo Sostenible propuestos por las Naciones Unidas, los cuales indican que la sociopolítica abarca cuestiones vinculadas al ámbito social, ambiental y ético de preocupación internacional. Entendiéndolo así, como el estudio de interacciones sociales y políticas en el contexto determinado en el que se desarrollan.

Así mismo, Bruzos (2022) define la sociopolítica como un enfoque el cual toma en cuenta el contexto social, histórico y político como influenciador en el estudio del funcionamiento de las sociedades. Este enfoque integra diversas perspectivas académicas y sus herramientas para comprender los fenómenos sociales y políticos desde su complejidad. Siendo la sociopolítica la encargada de examinar las estructuras de poder, institucionales y procesos sociales, buscando explicar cómo estos elementos moldean y son moldeados por el contexto histórico-social y el impacto que generan en la sociedad.

2.6.6. Ciberactivismo

Karatzogianni (2015) menciona que el ciberactivismo o activismo en línea es la actividad de participación política como las protestas mediante el uso de las redes sociales ya que estas permiten desarrollar actividades, organizarse y realizar protestas, estas conductas de actores no estatales buscan la reforma sociopolítica, creando así un espacio nuevo de ciberconflicto donde los activistas digitales que se encuentran interconectados mediante el uso del internet realizan interacciones para crear conciencia sobre una causa específica, así como también realizar luchas contra actores gubernamentales, conflictos entre gobiernos y estados.

El ciberactivismo se define como el activismo social que depende del uso del Internet, que se traduce al intercambio de información y la libre expresión para iniciar movilizaciones. Este fomenta altos niveles de compromiso por la potencialidad de la red para organizar eventos de importancia donde se busca la resistencia u oposición a las elites, permitiendo mayor audiencia porque en el internet no existen barreras geográficas fronterizas, así también, con el activismo digital se permite establecer identidad colectiva, el apoyo mutuo, y la identidad con el grupo que crea la acción colectiva que significa que los individuos tienen una membresía para beneficiar al grupo. (Ghobadi & Clegg, 2015)

2.2.7. *Hipermediación*

El internet ha facilitado que todas las personas se conecten permitiendo el uso de la comunicación alternativa (periodismo ciudadano, redes, blogs) posibilitando la extensión del uso de la hipermediación que, para Sancho (2013) se trata sobre un proceso de intercambio de información, de la creación y el consumo por parte de los sujetos que se encuentran interconectados entre sí mediante la red tecnológica, es así como la mediación nos manda a un espacio donde la representación no es solo una ventana al mundo, sino que esta ventana permite abrir nuevas representaciones de otros medios.

Así también, la hipermediación se entiende como una nueva forma de comunicación digital, donde confluyen lenguajes y medios (debido a la multimedialidad ya que permite formatos como imágenes, palabras, sonidos) para que se desarrolle de manera transversal con los dispositivos tecnológicos, ya que la comunicación es entre sujeto- sujeto cambiando la perspectiva de uno- muchos (como lo era antes la televisión), así mismo, este proceso es de forma rápida, es decir hipermediática, esta comunicación es mediante el uso de las redes sociales donde los sujetos pueden socializar, realizar intercambio de información y un lugar de entretenimiento. (González, C., & González, R., 2019)

2.2.8. Digilantismo

El digilantismo o vigilantismo digital se entiende como la violación a la privacidad liderada por usuarios, que se trata del control entre la policía y el público. El digilantismo sucede por la reacción desfavorecida de los ciudadanos en la que se sienten ofendidos y que, mediante las redes sociales, coordinan acciones para realizar castigos o venganza. Estos actos pueden ir desde leves violaciones sociales hasta la participación de los ciudadanos ofendidos en disturbios. Por lo tanto, este tipo de vigilantismo digital posibilita la convergencia en lo digital y en lo físico, ya que se puede llegar a la difusión de las identidades localizadas (Trottier, 2017, p. 45).

Asimismo, para Jane (2017) el digilantismo se define como una práctica que es motivada fuera del estado por usuarios que utilizan las redes, se trata de una acción especialmente para castigar o hacer rendir cuentas, es decir, que se pretende hacer justicia por uno mismo, en consecuencia de una escasez de respuesta por parte de las instituciones, es así que permite que el problema inicialmente ignorado se tome en cuenta mediante los activistas permitiendo la concientización de determinado problema, los actos pueden ser ilegales o legales, así mismo, con estos actos se pueden sensibilizar educar y realizar activismo.

2.2.9. Web 2.0 - Web 3.0 - Web 4.0

Brengarth & Mujkic (2016) consideran a la web 2.0 como una plataforma digital que conecta a todos los dispositivos sin necesidad que sean de un mismo sistema operativo, es decir, que la web 2.0 conecta a Microsoft, Android, Linux, etc., por ello se entiende que ya no solo conecta computadoras, sino que incluye la diversidad de dispositivos como son los teléfonos inteligentes permitiendo la comunicación inalámbrica, por ello las personas que utilizan la web

2.0 se pueden comunicar diariamente, como también pueden utilizar esta web en casos de emergencia, dejando de depender de los medios tradicionales.

Así mismo, la terminología de la web 2.0 aparece aproximadamente por los años 2004, con el objeto de estudio académico sobre las plataformas participativas, que serían los blogs, y sobre todo las redes sociales, dentro de estas se incluirían Facebook, YouTube, Twitter, Flickr, etc., estas plataformas son características de la web 2.0 ya que permiten convertir a los usuarios en prosumidores, lo cual facilita la participación democrática y el empoderamiento individual, asimismo, esta web 2.0 brinda herramientas de vigilancia para los usuarios, aunque desde una perspectiva más crítica -mercantil- se encuentra ligada a la vigilancia neoliberal, control corporativo y explotación del trabajo individual. (Treré & Cargnelutti, 2014)

Por otra parte, estudios más recientes identifican la aparición de la web 3.0 acuñada por Gavin Wood la cual se caracteriza por ser mucho descentralizada a través de tecnologías como Tor o Twine, estas proporcionan un entorno en el cual el usuario es capaz de crear contenido y de ejercer el rol como autoridad que lo valida. (Gan et al., 2023) Esta nueva web tiene el principal objetivo de crear blockchains centrados en los usuarios con los cuales sea capaz democratizar el internet transformando por completo la web ya conocida en la 2.0 como aquella monopolizada por unas cuantas corporaciones y superpotencias. (Chohan, 2022)

Además, últimamente se sugiere el nacimiento de una web 4.0 la cual aún se encuentra en conceptualización, ante ello Almeida, 2017 la define como una web universal por cada usuario donde todo el flujo de contenido es personalizado y todo ello junto con el internet de las cosas (IoT) se integran para crear valor.

2.2.10. Redes sociales

Trottier & Fuchs (2014) definen a las redes sociales como las webs que integran la cognición, cooperación y comunicación, debido a que en estas plataformas se generan valores colectivos en el que pueden llegar a confrontar a los usuarios, así mismo, estas plataformas pueden llamarse redes sociales cuando existe la interacción entre más de un usuario (como los foros, chats) y también son consideradas cooperativas debido a que permiten crear nuevas amistades, ingresar a comunidades y mantener las amistades de antes entendiendo a amistad como la continua relación entre humanos mediante un comportamiento que se basa en la empatía y simpatía; para participar en las redes sociales los usuarios deben de crearse un perfil en el cual se muestra la información personal y la lista de conexiones.

La red social es definida como un espacio virtual diseñado para facilitar la interacción y comunicación entre personas de diversas partes del mundo. En este entorno los usuarios tienen la capacidad de elegir entre el grado de anonimato total o parcial ya que depende de cada usuario mostrar su perfil y su información personal de preferencia, esta red permite diversos tipos de comunicación, tanto sincrónicas como anacrónicas, y se caracteriza especialmente por la posibilidad de conocer a cualquier persona a través de su red de contactos, permitiendo aumentar la cantidad de amigos. (Hütt H., 2012).

Facebook: Es una red social que se maneja a través de la admisión de textos, imágenes y videos, es así, que desde el 2017 los usuarios pueden compartir historias en sus cuentas así como realizar transmisiones en vivo, es importante resaltar que dentro de esta plataforma existen diversas herramientas para poder interactuar con otros usuarios, por ejemplo “compartir, comentar, reaccionar con emojis”, así también, para poder ser parte de esta plataforma tenemos que crear perfiles que tiene una configuración para personalizar los distintos grados de privacidad (Tarullo, R. 2020).

2.2.11. Memes de internet:

El meme-contenido es un discurso que se caracteriza en forma de imágenes o símbolos que tienen el “propósito de difundir ideas, sentimientos y emociones” (Muñoz, 2014) mediante el uso de las redes sociales. Generalmente contienen carga satírica, irónica o cómica, ya sea con contenido de mensajes positivos o negativos, se debe de resaltar también que generalmente se tiene un carácter de rebeldía de quien lo origina. Este tipo de meme surge ante cualquier hecho como vehículo de expresión social, convirtiéndose en una herramienta que puede alcanzar a millones de usuarios en cuestión de segundos, sobre todo cuando existe legitimación del meme. Los memes transmiten información en una imagen con o sin palabras.

Meme es un término acuñado por Richard Dawkins en *The selfish gene* (1976), donde se refiere a unidades mínimas de información transferidas entre individuos por generaciones, es por ello que la palabra memes en la actualidad se refiere a la transferencia de conocimiento de persona en persona y tienen gran alcance si llegan a ser útiles, memes vienen a ser contenidos textuales, de imágenes o videos empleados para compartir ideas, tratándose como una forma de participación a través de las redes sociales. (Martínez & Piñeiro, 2017).

2.2.12. Memética

El término memética fue acuñado por Dawkins quien lo vinculó con la teoría darwiniana de la evolución de las especies en el cual se concibe al gen como unidad evolutiva replicadora. Al respecto, Dawkins (1976, citado en León et al., 2021) sostiene que actualmente la evolución no tiene que ver únicamente con el aspecto genético, sino que ahora existe un nuevo replicador cultural que va a una mayor velocidad y estos vienen a hacer los memes. En este sentido, la memética se enfoca en su funcionalidad como replicador que realiza copias de sí mismos y se difunden de persona a persona.

Por otro lado, Dennett, citado en León et al., 2021 destaca la diferencia de la perspectiva memética de teorías tradicionales existentes ya que en esta no se supone que exista una comprensión profunda por parte de las personas que crean y reciben el contenido. Sino que, por el contrario, su esencia es principalmente transmitir esta información cultural en un formato sencillo. Igualmente, Fomin (2019, citado en Loayza-Maturrano, 2024) reconoce que a través de la memética es posible explicar por qué ciertos signos resultan efectivos en determinadas circunstancias y adquieren un carácter virulento, ya que no requieren una gran carga de significado lingüístico.

2.2.13. Memeplex

Blackmore (2000, citada en Pinkus, Csúri, Álamo & Parra, 2022) define memeplex a la adaptación mutua existente en la configuración e instrucciones de memes. Esto significa que los memes no funcionan de manera aislada, sino que tienden a organizarse en conjuntos amplios y se refuerzan mutuamente. Aunque puedan presentarse como imágenes de fácil visualización y comprensión, en realidad el conjunto en multiplicidad de ellos transmite información compleja sobre un tema específico. En otras palabras, memeplex se refiere a todos los significados que se sostienen entre sí y de esta forma logran adaptarse al sistema cultural o social en el que circulan y al lograrlo influyen en el comportamiento de los individuos.

2.2.14. Simbología cromática

Según Nieves Senior (2023), el color cumple con una función altamente simbólica en la comunicación visual, ya que supone la existencia de una asociación cromática y de significado producto de una convención que suele ser arbitraria, sin existir una relación causal con el referente que pretende representar. “Cada color tiene un significado que percibimos de forma natural o que hemos aprendido a través de asociaciones y/o condicionamientos que nos

permiten reconocer los mensajes y significados transmitidos”. De este modo resulta compleja su interpretación absoluta como sistema cultural ya que, se convierte en un medio de comunicación y expresión. Su carácter variable dificulta más el proceso ya que su significado viene arraigado desde la infancia y experiencias universales culturales, históricas y sociales son las que permiten otorgar un significado a cada color.

La simbología cromática se refiere al análisis del color, ya sea de forma aislada o en combinación, como un recurso de comunicación con fines persuasivos. Los colores tienen la capacidad de generar diversas respuestas emocionales, las cuales están influenciadas tanto por los efectos psicológicos que provocan como por las tradiciones culturales de cada sociedad. En este marco, las costumbres juegan un papel fundamental en la construcción del significado simbólico de los colores, dando lugar a distintas asociaciones cromáticas según el contexto en el que se desarrollen. (Llorente, García y Soria 2018).

2.2.15. Semiótica-signos:

La semiótica es la ciencia que analiza el significado de los signos, entendidos como objetos o sujetos que percibimos a través de los sentidos y a los que atribuimos un sentido particular, el cual puede variar según factores como el estado de ánimo, la memoria o las condiciones físicas de quien los interpreta. Sin embargo, también existen signos estandarizados. Según Rubio y Ultrilla, citando a Saussure (2005), todo signo posee una doble dimensión: el significante, que es lo que se percibe, y el significado, que es la interpretación que le damos. Esta relación implica una conexión necesaria entre comprender y valorar lo percibido. Por ello, Saussure plantea que el signo es al mismo tiempo mutante porque cada persona puede interpretarlo de forma distinta, e inmutable porque la sociedad impone un significado compartido y estable.

La semiótica es la ciencia que estudia el significado a través de los signos y, según Rodríguez (2020), como se citó en Niño (2015), se compone de dos elementos esenciales: las cosas que adquieren significado y los agentes, que son los seres capaces de interpretar esos signos y darles un propósito. Esta relación entre signos y agentes da lugar al proceso de semiosis, que consiste en reconocer el entorno, identificar posibilidades y tomar decisiones. Así, la semiótica está presente en nuestra vida cotidiana mediante el lenguaje —ya sea hablado o escrito—, así como en la comunicación visual, la narrativa y el diseño, contribuyendo a dar forma y sentido al mundo que habitamos.

2.2.16. Oculometría Cognitiva

Esta disciplina combina la tecnología de seguimiento ocular con la psicología cognitiva para estudiar en profundidad cómo las personas procesan la información visual. A través de la oculometría, es posible observar y medir el movimiento de los ojos, lo que permite comprender cómo ciertos estímulos visuales, especialmente los colores, influyen en distintos procesos mentales como la atención, la percepción, la memoria y el comportamiento. Según Sánchez (2024, p. 123), esta herramienta resulta clave para identificar patrones de respuesta frente a estímulos visuales, revelando cómo el entorno visual puede modificar nuestras reacciones cognitivas y conductuales.

La oculometría cognitiva es una rama de la oculometría que se enfoca en el análisis del comportamiento ocular, específicamente en la medición del diámetro pupilar, como indicador de la carga cognitiva y emocional ante ciertos estímulos. Según Protoviejo, Reivan, & Martínez, (2021), citando a Cho y Lee, este enfoque permite evaluar la veracidad de un discurso, ya que se ha observado que una mayor dilatación pupilar está asociada a un aumento en la carga cognitiva, lo cual también puede estar vinculado a estados de excitación emocional. En este sentido, la oculometría cognitiva se presenta como una herramienta potencial para la

detección de mentiras o verdades, al analizar las respuestas fisiológicas del ojo frente a estímulos específicos.

2.2.17. Características del Meme

Las características de un meme, según diversos autores, abarcan varios aspectos que explican su eficacia comunicativa y su alcance en el entorno digital. López Salazar (2017), como se citó en Dawkins, menciona como características principales la fecundidad —entendida como su capacidad de ser compartido numerosas veces—, la fidelidad —que permite conservar el mensaje original pese a las modificaciones— y la longevidad, que le otorga permanencia en el tiempo. Gómez (2019, como se citó en Rodríguez Ríos, 2022) añade la actualidad, ya que los memes reflejan hechos recientes o de impacto social; la conexión, al fomentar la interacción entre los usuarios de comunidades digitales; y la humanidad, al transmitir mensajes de forma más cercana y emocional. Rodríguez Ríos (2022), como se citó en Gutiérrez (2019), resalta la adecuación al contexto, la capacidad de entretener y el uso del humor como recurso central. Tejada Rosado (2020), como se citó en Valverde, amplía la lista señalando la novedad, la simplicidad, la transmediación (difusión en distintos medios), la remezcla (adaptación o modificación de memes previos) y la viralidad, por su rápida propagación en redes sociales. Finalmente, Vera (2016, como se citó en Rodríguez Ríos, 2022) destaca el humor y la replicación como rasgos esenciales que impulsan su difusión y permanencia.

2.2.18. Tipos de meme

Gómez (2019) distingue entre el meme clásico, que se mantiene como recuerdo o referencia cultural, y el meme temporal o viral, cuya popularidad es momentánea y desaparece con el tiempo (Rodríguez R., 2022). Por su parte, Rodríguez R. (2022), como se citó en

Gutiérrez (2019), diferencia el meme constructivo, orientado a promover ideas o situaciones positivas, y el meme destructivo, que resalta o amplifica los aspectos negativos de un hecho.

Asimismo, Quimis (2018) propone una tipología más amplia que incluye el meme de expresión social, usado para opinar sobre temas de interés; el meme humorístico, basado en la burla o la ironía; el meme de mitos urbanos, que busca transmitir aprendizajes o valores; el meme reflexivo, que promueve el amor propio y la introspección; y el meme social, enfocado en visibilizar problemáticas colectivas y generar conciencia.

De igual modo, Rodríguez (2018, como se citó en Rodríguez Ríos, 2022) plantea una clasificación orientada al contenido visual del meme, en la cual distingue entre los Advice Animals, contenidos protagonizados por animales que transmiten mensajes humanos; las imágenes macro o snowclones, que combinan texto e imagen de forma humorística o crítica; los Laughing Out Loud cats, centrados en el uso de gatos como recurso cómico; y los Rage comics, caracterizados por expresiones faciales exageradas.

Finalmente, Vélez (como se citó en León, 2017, en Rodríguez R., 2022) diferencia entre el imeme, en el que el usuario percibe, interpreta y comparte por decisión propia, y el rimeme, considerado un meme en sentido pleno, especialmente en lo relacionado con el reconocimiento social y la aceptación dentro del entorno digital.

2.2.19. Factores de éxito

Heylighen (1999, citado en Rodríguez R., 2022) menciona que el éxito de un mensaje depende de la capacidad con la que cuenta para difundirse socialmente a través de su memorización, repetición y adaptación cultural, permitiendo así su rápida comprensión y la facilidad para recordarlo. Por otro lado, Rodríguez (2018, citada en Rodríguez R., 2022) resalta que el impacto de un mensaje digital se vincula principalmente a su pertinencia frente al

contexto social y de la identificación que genera en los receptores. Asimismo, Gómez (2020, citado en Rodríguez R., 2022) plantea que el éxito radica en la interacción entre texto e imagen, la claridad del mensaje y su capacidad de despertar emociones o empatía en el público, aspectos que favorecen su viralización.

2.2.20. Comprensión del mensaje

López (2015, citada en Rodríguez R., 2022) plantea que la comprensión del mensaje visual depende de la claridad con la que se articula y su contexto, permitiendo que el espectador identifique con facilidad la intención comunicativa sin necesidad de información adicional. La autora considera que, cuanto mayor es la autonomía del mensaje, resulta más eficiente la comunicación, ya que es intuitivo y accesible para todo público.

2.2.21. Figuras retóricas

Copacondori (2019, citado en Rodríguez R., 2022) identifica cinco recursos frecuentes en mensajes visuales y memes: analogía, eufemismo, exageración, metáfora y sarcasmo, los cuales facilitan intensificar la expresión y orientar la interpretación del receptor (listado reproducido en el marco teórico de la tesis). A su vez, Valverde (2018, citado en Rodríguez R., 2022) destaca como más comunes la hipérbole, la ironía y la parodia, subrayando su función para exagerar, contradecir en tono burlón y reírse/criticar mediante imitaciones, respectivamente. En conjunto, estas figuras operan como estrategias expresivas que amplifican el sentido y la carga crítica del mensaje visual.

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Metodología de la investigación

3.1.1. Tipo de investigación

Este estudio es de carácter cualitativo, ya que busca interpretar la realidad de manera reflexiva, considerando que esta es dinámica y cambiante. Según Bautista (2022, citado en Acosta, 2023), una parte fundamental de este enfoque radica en la interpretación subjetiva del investigador, la cual permite obtener resultados objetivos que se ajustan al contexto y al instrumento de análisis utilizado en la presente investigación. (Supo, 2025)

3.1.2. Nivel de investigación

La investigación es de nivel descriptivo debido a que identifica características y propiedades del fenómeno del estudio en su contexto natural sin la necesidad de manipular las variables.

3.1.3. Diseño metodológico

El tipo de diseño metodológico empleado en la investigación fue no experimental transaccional debido a que se centró en observar y analizar los memes difundidos en Facebook a lo largo de las movilizaciones políticas del año 2020 en Arequipa.

3.1.4. Escenarios de estudio y participantes, Recolección y Análisis de información

El escenario de estudio empleado en la presente investigación fue una publicación de la red social Facebook, proveniente de la Universidad Católica de Santa María, la cual hacía referencia a la situación sociopolítica del país durante las movilizaciones de 2020. A partir de esta publicación, se observaron las reacciones de diversos jóvenes en la sección de comentarios,

quienes difundieron imágenes en formato de meme para expresar sus puntos de vista y opiniones frente a los acontecimientos políticos.

3.1.5. Instrumento de investigación

Tabla 2

Memes sobre la pandemia por COVID-19

MEMES SOBRE LA PANDEMIA POR COVID-19			
DURANTE LA PRIMERA OLA DE CONTAGIOS: DE MARZO A DICIEMBRE DE 2020			
Características	Dawkins		
	Gómez		
	Gutiérrez		
	Valverde		
	Vera		
Tipo	Gómez		
	Gutiérrez		
	Quimis		
	Rodríguez		
	Vélez		
Factores de éxito	Heylighen		
	Gómez		
	Rodríguez		
Comprensión del mensaje	López		
Figuras retóricas	Copacondori		
	Valverde		
Impacto	Positivo	Nº de me gusta	
		Nº de me encanta	
		Nº de me importa	
		Nº de me divierte	
		Nº de me asombra	
	Negativo	Nº de me entristece	
		Nº de me enoja	
	Nº de comentarios		
Nº de veces compartido			
Formato de presentación			
Uso como elemento comunicativo			

Nota. Fuente: Rodríguez (2022)

CAPITULO IV

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Análisis de los resultados

Figura 1

Imagen 1



**ESTOY EN
CLASES
MIENTRAS NOS
ASESINAN**

Nota. Usuario de Facebook (comentario personal, 16 de noviembre del 2020)

Tabla 3

Interpretación 1

Características	Gutiérrez	El meme refleja una situación de dolor y protesta colectiva mediante una frase breve y directa. Representa la impotencia de los jóvenes que deben continuar con su rutina académica mientras observan la violencia social. Se caracteriza por su sencillez, adecuación al contexto y carga emocional.
Tipo	Químus	Corresponde al tipo crítico-social, ya que comunica una denuncia y busca generar conciencia sobre la represión y el sufrimiento colectivo.
Factores de éxito	Rodríguez	Su éxito radica en la identificación emocional del público. La comunidad se

		apropia del mensaje como expresión simbólica del duelo y la indignación compartida.																																			
Comprensión del mensaje	López	El mensaje se comprende exclusivamente a través del texto. No requiere imagen de apoyo porque las palabras condensan el sentimiento de protesta y vulnerabilidad.																																			
Figuras retóricas	Valverde	Presenta una antítesis entre la cotidianidad del estudio y la violencia exterior. El contraste entre ambos planos intensifica la sensación de indignación.																																			
Impacto		Positivo: <table> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>gusta:</td> <td>956</td> </tr> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>asombra:</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>encanta:</td> <td>71</td> </tr> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>importa:</td> <td>21</td> </tr> </table> Negativo <table> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>enoja:</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>entristece:</td> <td>26</td> </tr> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>divierte:</td> <td>19</td> </tr> </table> Nº de veces compartido: 313	Nº	de	me	gusta:	956	Nº	de	me	asombra:	2	Nº	de	me	encanta:	71	Nº	de	me	importa:	21	Nº	de	me	enoja:	1	Nº	de	me	entristece:	26	Nº	de	me	divierte:	19
Nº	de	me	gusta:	956																																	
Nº	de	me	asombra:	2																																	
Nº	de	me	encanta:	71																																	
Nº	de	me	importa:	21																																	
Nº	de	me	enoja:	1																																	
Nº	de	me	entristece:	26																																	
Nº	de	me	divierte:	19																																	
Formato de presentación		Texto blanco y rojo sobre fondo negro. El color rojo enfatiza la urgencia y la lucha por los derechos. El formato minimalista facilita su viralización.																																			
Uso como elemento comunicativo	Rodríguez	Se utiliza como expresión simbólica de empatía y conciencia social frente a la injusticia. Representa la contradicción entre la vida académica y la movilización ciudadana.																																			

Figura 2

Imagen 2



Nota. Usuario de Facebook (comentario personal, 16 de noviembre del 2020)

Tabla 4

Interpretación 2

Características	Gutiérrez	El meme presenta una estructura sencilla y directa. Expresa una reflexión crítica sobre la indiferencia académica ante la lucha social. Se caracteriza por su claridad, actualidad y alto contenido emocional.
Tipo	Químus	Corresponde al tipo crítico-reflexivo, ya que busca generar conciencia y empatía frente al contexto social más que provocar humor.
Factores de éxito	Rodríguez	El éxito del meme se debe a su identificación con la realidad universitaria y al uso del contraste cromático (rojo, blanco y negro), que aumenta la fuerza visual del mensaje.
Comprensión del mensaje	López	El mensaje es comprensible sin necesidad de imágenes complementarias. El texto

		comunica claramente la incongruencia entre la actividad académica y la movilización social.																																			
Figuras retóricas	Valverde	Utiliza antítesis al contraponer “hacer tareas” con “protestar por mis derechos”, generando un contraste que apela a la conciencia moral y social del espectador.																																			
Impacto		Positivo: <table><tr><td>Nº</td><td>de</td><td>me</td><td>gusta:</td><td>6</td></tr><tr><td>Nº</td><td>de</td><td>me</td><td>asombra:</td><td>0</td></tr><tr><td>Nº</td><td>de</td><td>me</td><td>encanta:</td><td>0</td></tr><tr><td>Nº</td><td>de</td><td>me</td><td>importa:</td><td>0</td></tr></table> Negativo <table><tr><td>Nº</td><td>de</td><td>me</td><td>enoja:</td><td>0</td></tr><tr><td>Nº</td><td>de</td><td>me</td><td>entristece:</td><td>0</td></tr><tr><td>Nº</td><td>de</td><td>me</td><td>divierte:</td><td>6</td></tr></table> Nº de veces compartido: 6	Nº	de	me	gusta:	6	Nº	de	me	asombra:	0	Nº	de	me	encanta:	0	Nº	de	me	importa:	0	Nº	de	me	enoja:	0	Nº	de	me	entristece:	0	Nº	de	me	divierte:	6
Nº	de	me	gusta:	6																																	
Nº	de	me	asombra:	0																																	
Nº	de	me	encanta:	0																																	
Nº	de	me	importa:	0																																	
Nº	de	me	enoja:	0																																	
Nº	de	me	entristece:	0																																	
Nº	de	me	divierte:	6																																	
Formato de presentación		Texto blanco y rojo sobre fondo negro. El color rojo enfatiza la urgencia y la lucha por los derechos. El formato minimalista facilita su viralización.																																			
Uso como elemento comunicativo		Se utiliza como expresión simbólica de empatía y conciencia social frente a la injusticia. Representa la contradicción entre la vida académica y la movilización ciudadana.																																			

Figura 3

Imagen 3



Nota. Usuario de Facebook (comentario personal, 16 de noviembre del 2020)

Tabla 5

Interpretación 3

Características	Vera	El meme transmite un mensaje de unión y compromiso ciudadano. Utiliza elementos visuales que apelan a la identidad colectiva de los jóvenes universitarios en un contexto de crisis política.
Tipo	Vélez	Corresponde al tipo informativo y de convocatoria, pues su propósito principal es movilizar a la población estudiantil hacia una acción concreta.

Factores de éxito	Heylighen	El éxito del meme se basa en la coherencia del mensaje, el uso de símbolos institucionales y el diseño gráfico con colores intensos que generan identificación emocional y sentido de pertenencia.																																			
Comprensión del mensaje	López	El mensaje es fácilmente comprensible por su lenguaje directo y visual. Los datos del lugar y hora de convocatoria permiten una interpretación inmediata de su objetivo.																																			
Figuras retóricas	Copacondori	Emplea símbolo (la cinta negra representa el duelo nacional) y metonimia (los logos universitarios representan a toda la comunidad estudiantil).																																			
Impacto		Positivo <table> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>gusta:</td> <td>43</td> </tr> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>asombra:</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>encanta:</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>importa:</td> <td>4</td> </tr> </table> Negativo <table> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>enoja:</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>entristece:</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>divierte:</td> <td>0</td> </tr> </table> Nº de veces compartido: 6	Nº	de	me	gusta:	43	Nº	de	me	asombra:	0	Nº	de	me	encanta:	2	Nº	de	me	importa:	4	Nº	de	me	enoja:	0	Nº	de	me	entristece:	0	Nº	de	me	divierte:	0
Nº	de	me	gusta:	43																																	
Nº	de	me	asombra:	0																																	
Nº	de	me	encanta:	2																																	
Nº	de	me	importa:	4																																	
Nº	de	me	enoja:	0																																	
Nº	de	me	entristece:	0																																	
Nº	de	me	divierte:	0																																	
Formato de presentación		Imagen con fondo rojo y negro, uso de logos institucionales y tipografía en mayúsculas. El contraste cromático refuerza la idea de unión y urgencia en el mensaje.																																			
Uso como elemento comunicativo		Se utiliza como herramienta de coordinación y cohesión social.																																			

Representa la unión juvenil y la participación ciudadana en defensa de los derechos colectivos.

Figura 4

Imagen 4



Nota. Usuario de Facebook (comentario personal, 16 de noviembre del 2020)

Tabla 6

Interpretación 4

Características	Gómez	El meme expresa una demanda estudiantil con tono conciliador, apelando a la comprensión y la justicia académica. Combina texto con una imagen simbólica de una vela, que sugiere paz y esperanza.
Tipo	Químus	Corresponde al tipo reflexivo, ya que busca promover empatía y reflexión sobre la libertad de expresión y el derecho a la protesta sin consecuencias académicas.

Factores de éxito	Rodríguez	El éxito del meme proviene del equilibrio entre el mensaje pacífico y el simbolismo visual. La vela encendida y el fondo oscuro transmiten solemnidad y sensibilidad social.																																			
Comprensión del mensaje	López	El mensaje se comprende fácilmente, ya que plantea una preocupación concreta de los estudiantes. No requiere interpretación adicional ni conocimiento previo del contexto.																																			
Figuras retóricas	Valverde	Emplea metáfora visual al usar la vela como símbolo de esperanza y paz. También utiliza eufemismo para expresar el deseo de cambio sin confrontación.																																			
Impacto		Positivo <table> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>gusta:</td> <td>46</td> </tr> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>asombra:</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>encanta:</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>importa:</td> <td>0</td> </tr> </table> Negativo <table> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>enoja:</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>entristece:</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>divierte:</td> <td>0</td> </tr> </table> Nº de veces compartido: 6	Nº	de	me	gusta:	46	Nº	de	me	asombra:	0	Nº	de	me	encanta:	0	Nº	de	me	importa:	0	Nº	de	me	enoja:	0	Nº	de	me	entristece:	0	Nº	de	me	divierte:	0
Nº	de	me	gusta:	46																																	
Nº	de	me	asombra:	0																																	
Nº	de	me	encanta:	0																																	
Nº	de	me	importa:	0																																	
Nº	de	me	enoja:	0																																	
Nº	de	me	entristece:	0																																	
Nº	de	me	divierte:	0																																	
Formato de presentación		Fotografía de fondo con iluminación tenue. Texto blanco en tipografía clara que contrasta con el fondo oscuro. El uso de la vela aporta calidez y serenidad al mensaje.																																			
Uso como elemento comunicativo		Se utiliza como manifestación pacífica y empática. Representa la voz estudiantil que busca equilibrio entre la protesta y la																																			

responsabilidad académica, fomentando el diálogo y la reflexión colectiva.

Figura 5

Imagen 5



Nota. Usuario de Facebook (comentario personal, 16 de noviembre del 2020)

Tabla 7

Interpretación 5

Características	Valverde	El meme utiliza un mensaje breve, contundente y emocional. Emplea tipografía en mayúsculas y contraste cromático para reforzar la fuerza del discurso. Transmite un sentimiento colectivo de resistencia y acción.
Tipo	Químus	Corresponde al tipo social y de expresión colectiva, ya que busca fortalecer el sentido de unidad y determinación ante un contexto de protesta.

Factores de éxito	Gómez	El éxito radica en la simplicidad del mensaje, el uso de palabras poderosas y la combinación de colores rojo, blanco y negro, que evocan urgencia, unidad y fuerza.																																			
Comprensión del mensaje	López	El mensaje es de comprensión inmediata. Su estructura directa y el formato textual lo hacen accesible a todo público. No requiere imagen complementaria para transmitir la idea de resistencia.																																			
Figuras retóricas	Valverde	Utiliza anáfora al repetir la estructura “NO NOS”, reforzando la determinación colectiva. También presenta hipérbole al expresar la idea de un silencio absoluto como símbolo de opresión.																																			
Impacto		Positivo <table> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>gusta:</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>asombra:</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>encanta:</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>importa:</td> <td>0</td> </tr> </table> Negativo <table> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>enoja:</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>entristece:</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>divierte:</td> <td>0</td> </tr> </table> Nº de veces compartido: 3	Nº	de	me	gusta:	5	Nº	de	me	asombra:	0	Nº	de	me	encanta:	0	Nº	de	me	importa:	0	Nº	de	me	enoja:	0	Nº	de	me	entristece:	0	Nº	de	me	divierte:	0
Nº	de	me	gusta:	5																																	
Nº	de	me	asombra:	0																																	
Nº	de	me	encanta:	0																																	
Nº	de	me	importa:	0																																	
Nº	de	me	enoja:	0																																	
Nº	de	me	entristece:	0																																	
Nº	de	me	divierte:	0																																	
Formato de presentación		Texto en fondo negro con letras blancas y rojas. La disposición centrada y el contraste cromático intensifican la fuerza visual del mensaje.																																			
Uso como elemento comunicativo		Se utiliza como lema de resistencia y expresión colectiva. Representa la voz de los jóvenes que exigen ser escuchados y se																																			

niegan a permanecer indiferentes ante la
injusticia.

Figura 6

Imagen 6



Nota. Usuario de Facebook (comentario personal, 16 de noviembre del 2020)

Tabla 8

Interpretación 6

Características	Vera	El meme transmite un mensaje patriótico y solidario mediante el uso de texto breve y colores alusivos a la bandera nacional. Su formato simple permite una lectura inmediata y genera conexión emocional con el público.
Tipo	Gómez	Pertenece al tipo emocional y motivacional, ya que busca inspirar unión nacional y empatía durante un contexto de crisis política y movilización ciudadana.

Factores de éxito	Heylighen	Su éxito se debe a la identificación colectiva con el país y al uso de un lenguaje afectivo. El contraste cromático rojo-blanco refuerza el simbolismo patrio.																																			
Comprensión del mensaje	López	El mensaje es directo y de comprensión inmediata. La estructura visual centrada permite que la atención se concentre en la frase principal sin necesidad de contexto adicional.																																			
Figuras retóricas	Valverde	Utiliza apóstrofe al dirigirse directamente a “Perú” como si fuera un interlocutor, reforzando el tono emotivo. También se aprecia anáfora en la repetición de estructura verbal que genera ritmo e intensidad.																																			
Impacto		Positivo <table> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>gusta:</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>asombra:</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>encanta:</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>importa:</td> <td>0</td> </tr> </table> Negativo <table> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>enoja:</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>entristece:</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>divierte:</td> <td>0</td> </tr> </table> Nº de veces compartido: 3	Nº	de	me	gusta:	10	Nº	de	me	asombra:	0	Nº	de	me	encanta:	0	Nº	de	me	importa:	0	Nº	de	me	enoja:	0	Nº	de	me	entristece:	0	Nº	de	me	divierte:	0
Nº	de	me	gusta:	10																																	
Nº	de	me	asombra:	0																																	
Nº	de	me	encanta:	0																																	
Nº	de	me	importa:	0																																	
Nº	de	me	enoja:	0																																	
Nº	de	me	entristece:	0																																	
Nº	de	me	divierte:	0																																	
Formato de presentación		Texto sobre fondo negro con tipografía blanca y roja, colores que remiten a la bandera peruana. El diseño simple enfatiza la claridad y el impacto visual del mensaje.																																			
Uso como elemento comunicativo		Se utiliza como expresión de apoyo nacional y solidaridad colectiva. Reafirma																																			

la identidad patriótica y la unidad frente a
la crisis sociopolítica del momento.

Figura 7

Imagen 7



Nota. Usuario de Facebook (comentario personal, 16 de noviembre del 2020)

Tabla 9

Interpretación 7

Características	Gómez	El meme utiliza un lenguaje directo, contundente y con alta carga emocional. Se compone únicamente de texto, con palabras clave en rojo que enfatizan las acciones negativas atribuidas a instituciones del poder.
Tipo	Vélez	Pertenece al tipo de denuncia y protesta social, al visibilizar una crítica explícita hacia las autoridades y los medios de comunicación.

Factores de éxito	Heylighen	Su éxito radica en la fuerza verbal del mensaje y en el contraste visual. El uso de tres afirmaciones paralelas y verbos en rojo produce un impacto inmediato y genera recordación.																																			
Comprensión del mensaje	López	El mensaje es de comprensión directa y se interpreta como una crítica frontal a la corrupción, represión y manipulación mediática percibidas durante el contexto político.																																			
Figuras retóricas	Copacondori	Utiliza paralelismo al repetir la estructura sintáctica “La... + verbo” y metáfora implícita en la atribución de acciones que representan abuso y engaño institucional.																																			
Impacto		Positivo <table> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>gusta:</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>asombra:</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>encanta:</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>importa:</td> <td>2</td> </tr> </table> Negativo <table> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>enoja:</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>entristece:</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>divierte:</td> <td>0</td> </tr> </table> Nº de veces compartido: 3	Nº	de	me	gusta:	4	Nº	de	me	asombra:	0	Nº	de	me	encanta:	0	Nº	de	me	importa:	2	Nº	de	me	enoja:	0	Nº	de	me	entristece:	0	Nº	de	me	divierte:	0
Nº	de	me	gusta:	4																																	
Nº	de	me	asombra:	0																																	
Nº	de	me	encanta:	0																																	
Nº	de	me	importa:	2																																	
Nº	de	me	enoja:	0																																	
Nº	de	me	entristece:	0																																	
Nº	de	me	divierte:	0																																	
Formato de presentación		Texto en fondo negro con letras blancas y rojas. La tipografía en mayúsculas genera énfasis, mientras el color rojo destaca las palabras clave asociadas a la denuncia.																																			

**Uso como elemento
comunicativo**

Se utiliza como mecanismo de denuncia social y expresión de indignación colectiva. Reafirma la desconfianza ciudadana hacia las instituciones y promueve una reflexión crítica sobre la situación política del país.

Figura 8

Imagen 8



**LUCHO
PORQUE AMO
A MI PAIS**

Nota. Usuario de Facebook (comentario personal, 16 de noviembre del 2020)

Tabla 10

Interpretación 8

Características	Vera	El meme utiliza un mensaje emocional que combina patriotismo y motivación. Presenta texto en fondo negro con énfasis en la palabra “AMO”, resaltada en rojo para destacar la fuerza del sentimiento nacional.
Tipo	Químus	Pertenece al tipo emocional y patriótico, pues apela al amor y compromiso con el

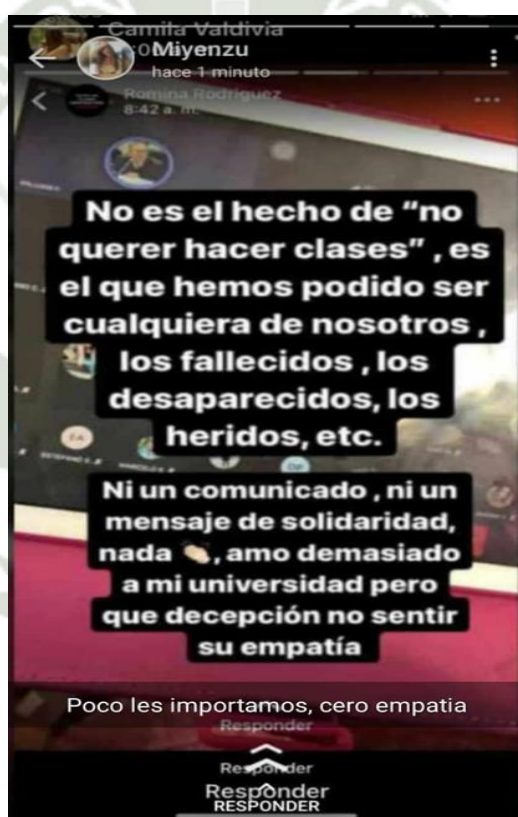
		país como razón principal de la acción ciudadana.																																			
Factores de éxito	Gutiérrez	El éxito se debe a su lenguaje positivo, su brevedad y el contraste visual entre el color rojo y blanco. El uso de la primera persona genera identificación directa con el mensaje.																																			
Comprensión del mensaje	López	El mensaje es claro y accesible. La frase transmite convicción y amor por la nación, reforzando la idea de que la protesta es un acto de responsabilidad y afecto hacia el país.																																			
Figuras retóricas	Valverde	Emplea hipérbole al exaltar el sentimiento patriótico y metáfora implícita en la asociación entre “lucha” y “amor”, representando la defensa del país como una forma de afecto.																																			
Impacto		Positivo <table> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>gusta:</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>asombra:</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>encanta:</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>importa:</td> <td>0</td> </tr> </table> Negativo <table> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>enoja:</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>entristece:</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Nº</td> <td>de</td> <td>me</td> <td>divierte:</td> <td>0</td> </tr> </table> Nº de veces compartido: 3	Nº	de	me	gusta:	6	Nº	de	me	asombra:	0	Nº	de	me	encanta:	0	Nº	de	me	importa:	0	Nº	de	me	enoja:	0	Nº	de	me	entristece:	0	Nº	de	me	divierte:	0
Nº	de	me	gusta:	6																																	
Nº	de	me	asombra:	0																																	
Nº	de	me	encanta:	0																																	
Nº	de	me	importa:	0																																	
Nº	de	me	enoja:	0																																	
Nº	de	me	entristece:	0																																	
Nº	de	me	divierte:	0																																	
Formato de presentación		Texto centrado en fondo negro con tipografía blanca y roja. El uso del color rojo resalta la palabra “AMO”, aportando intensidad emocional y coherencia con el mensaje patriótico.																																			

Uso como elemento comunicativo

Se emplea como expresión de amor y compromiso hacia el país. Reafirma la idea de que la protesta nace del afecto nacional y no de la confrontación, promoviendo un sentido de unión ciudadana.

Figura 9

Imagen 9



Nota. Usuario de Facebook (comentario personal, 16 de noviembre del 2020)

Tabla 11

Interpretación 9

Características

Gómez

El meme presenta un mensaje extenso y reflexivo que combina texto con una captura de pantalla de una clase virtual.

		Expone sentimientos de frustración y decepción ante la indiferencia institucional frente a la crisis social.																																			
Tipo	Rodríguez	Pertenece al tipo testimonial y reflexivo, al tratarse de una declaración personal que representa el sentir colectivo de estudiantes que demandan empatía y apoyo.																																			
Factores de éxito	Heylighen	El éxito radica en su autenticidad y en la identificación emocional que genera. Su carácter espontáneo y tono sincero provocan empatía en quienes atraviesan situaciones similares.																																			
Comprensión del mensaje	del López	El mensaje se entiende con claridad y no requiere contexto adicional. Transmite decepción, dolor y una demanda explícita de sensibilidad institucional.																																			
Figuras retóricas	Valverde	Se emplea hipérbole al enfatizar la falta total de empatía y metáfora implícita al tratar la “empatía” como algo ausente o tangible. También se utiliza paralelismo al enumerar los grupos (“los fallecidos, los desaparecidos, los heridos”).																																			
Impacto		Positivo <table><tr><td>Nº</td><td>de</td><td>me</td><td>gusta:</td><td>0</td></tr><tr><td>Nº</td><td>de</td><td>me</td><td>asombra:</td><td>0</td></tr><tr><td>Nº</td><td>de</td><td>me</td><td>encanta:</td><td>0</td></tr><tr><td>Nº</td><td>de</td><td>me</td><td>importa:</td><td>0</td></tr></table> Negativo <table><tr><td>Nº</td><td>de</td><td>me</td><td>enoja:</td><td>0</td></tr><tr><td>Nº</td><td>de</td><td>me</td><td>entristece:</td><td>0</td></tr><tr><td>Nº</td><td>de</td><td>me</td><td>divierte:</td><td>0</td></tr></table>	Nº	de	me	gusta:	0	Nº	de	me	asombra:	0	Nº	de	me	encanta:	0	Nº	de	me	importa:	0	Nº	de	me	enoja:	0	Nº	de	me	entristece:	0	Nº	de	me	divierte:	0
Nº	de	me	gusta:	0																																	
Nº	de	me	asombra:	0																																	
Nº	de	me	encanta:	0																																	
Nº	de	me	importa:	0																																	
Nº	de	me	enoja:	0																																	
Nº	de	me	entristece:	0																																	
Nº	de	me	divierte:	0																																	

Formato de presentación	N° de veces compartido: 2 Captura de pantalla con texto superpuesto en recuadros negros. La estructura fragmentada imita el formato de historias en redes sociales, reforzando el carácter inmediato y emocional del mensaje.
Uso como elemento comunicativo	Se utiliza como testimonio emocional y denuncia social. Refleja la desilusión de los estudiantes frente a la falta de respuesta institucional, buscando generar conciencia y empatía colectiva.

4.2. Interpretación de los resultados

4.2.1. Confirmación o rechazo de hipótesis

Fue posible evidenciar que los memes difundidos contienen texto e imagen para representar sentimientos de indignación y empatía frente a la situación nacional, que corresponden con el enfoque mencionado por Gómez (2019), al destacar que la viralidad de los memes también se debe en gran medida a la capacidad de identificación colectiva. En este sentido, los resultados obtenidos reafirmaron la hipótesis propuesta ya que los memes no son simplemente imágenes difundidas con intenciones humorísticas, sino que también son formas discursivas de participación política poderosas debido a su formato de fácil comprensión.

4.3. Discusión de resultados

El estudio permite comprender que los memes difundidos a través de la red social Facebook durante las protestas políticas del año 2020 en Arequipa constituyeron un elemento importante con gran poder discursivo y simbólico de protesta, siendo realizados y difundidos principalmente por jóvenes universitarios, quienes buscaban expresar su rechazo frente a la crisis sociopolítica nacional. Estos resultados coinciden con lo señalado por Rodríguez Ríos (2022), quien plantea que los memes en contextos de movilización funcionan como estrategias comunicativas que combinan humor, crítica y expresión ideológica.

El análisis semiótico discursivo obtenido permitió identificar que en las imágenes difundidas hubo colores predominantes como el rojo, blanco y negro, los cuales actuaron como símbolos cromáticos de identidad, resistencia y luto. Lo cual coincide con lo expuesto Heylighen (2017), citado en Rodríguez Ríos, quien indica que el uso de estas tonalidades intensas contribuye en la emotividad del mensaje visual y facilita su difusión.

Finalmente, pudo apreciarse que el uso de humor permitió a los usuarios transformar el descontento político en un lenguaje accesible y compartido, que permitió reproducir discursos en el espacio digital. Este resultado coincide con la propuesta por Valverde (2021) quién sostiene que el meme es un artefacto cultural de resistencia con la capacidad de transformar un mensaje político en una práctica cotidiana.

En conjunto, todos los hallazgos obtenidos demuestran que el fenómeno estudiado trasciende la esfera digital y permite articular identidades juveniles, emociones y discursos de crítica a la realidad sociopolítica a través de contenidos de sencillo entendimiento.

CONCLUSIONES

Primera: La investigación evidenció que el espacio digital puede funcionar como un escenario de movilización político-social, en el que los memes funcionan como medio de denuncia, crítica y reflexión compartida, aportando de esta forma al estudio de la comunicación política contemporánea.

Segunda: El estudio evidenció que los memes difundidos en la plataforma de Facebook durante las movilizaciones políticas del año 2020 en Arequipa constituyeron una forma alternativa de participación ciudadana mediante la cual los jóvenes fueron capaces de expresar su postura política sobre la coyuntura nacional.

Tercera: De los memes se identificó que los colores, figuras retóricas y estructuras visuales utilizadas en la elaboración de las imágenes difundidas reflejaron emociones colectivas como indignación, luto y esperanza. Siendo así una forma de discurso visual de protesta. Además, predominaron los de carácter reflexivo y testimonial, ya que, por encima del propósito humorístico, estos apelaron a la conciencia crítica y la empatía, contribuyendo a una comunicación con propósito político.

RECOMENDACIONES

Primera: Se recomienda que para futuros estudios se realice desde la visión de un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo) para que ayude a medir con más exactitud el impacto de los memes en la opinión pública, además incluir a jóvenes de distintas zonas (rurales y urbanas), para obtener una visión más simplificada del activismo digital.

Segunda: Se sugiere que para las próximas investigaciones que se realicen sobre memes, protesta y activismo se debería de articular entre otras ciencias más, como la sociología, psicología, etc. para profundizar más en el estudio sobre las emociones, identidad, para determinar qué contextos provocan una crisis político social a través de redes sociales con el humor y la resistencia simbólica.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acosta Faneite, S. F. (2023). Los enfoques de investigación en las ciencias sociales.

Revista Latinoamericana Ogmios, 3(8), 82–95.

<https://doi.org/10.53595/rlo.v3.i8.084>

Alonso González, M. (2016). Opinión pública y web 2.0: Las redes digitalizan el barómetro político en España. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 21, 95–113. <https://doi.org/10.1016/j.rmop.2016.07.004>

Alva Velásquez H. A., & Valeriano Palomino S. G. (2021). *Las redes sociales como medio de motivación en la participación política de los jóvenes de 18 a 25 años en el Perú durante el 2020 Caso: Marchas contra Manuel Merino*. UTP-Institucional. <https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/4462>

Álvarez-Pérez, R. (2023). Political participation and activism of older people in Spain through collective action. *Política y Sociedad*, 60(3). <https://doi.org/10.5209/poso.84347>

Angulo-Giraldo, M. & Bolo - Varela, O. (2021). Medios de comunicación y conflictos sociales durante la pandemia por covid-19: análisis de los enfoques presentes en la prensa de Lima durante las protestas contra el gobierno interino de Manuel Merino (2020). (2021). *Desde El Sur*, 13(1), e0005. <https://doi.org/10.21142/des-1301-2021-0005>

Antona-Jimeno, T., Gómez-García, S., & Merinero-Sánchez, A. (2023). Taming the superheroes: Exploring the evolution of attributes and sociopolitical relevance in the Marvel Cinematic Universe (2008-2022). *Fonseca Journal of*

Communication, 27, 68–92. <https://doi.org/10.48047/fjc.21.01.06>

Araiza Berra, A. (2022). *Ciberactivismo: El uso de las redes sociodigitales en las colectivas feministas en Puebla*. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. <https://hdl.handle.net/20.500.12371/16118>

Ayala, Constantino, M. (2020). El meme de clase: mediatización, redes sociodigitales y vida cotidiana entre jóvenes universitarios tijuanaenses. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.24562.22724>

Brengarth, L. B., & Mujkic, E. (2016). WEB 2.0: How social media applications leverage nonprofit responses during a wildfire crisis. *Computers in Human Behavior*, 54, 589–596. <https://doi.org/10.1016/J.CHB.2015.07.010>

Bruzos Moro, A. (2022). Reseña de Leeman, Jennifer; Fuller, Janet. 2021. Hablar español en Estados Unidos. La sociopolítica del lenguaje. Bristol (Reino Unido): Multilingual Matters. *Estudios De Lingüística Del Español*, 46, pp. 229-236. <https://doi.org/10.36950/elies.2022.46.13>

Collado Campos, A. N. (2020). La resignificación del discurso político a través de memes: el caso de Enrique Peña Nieto. *Anuario Electrónico De Estudios En Comunicación Social "Disertaciones"*, 13(2), 1–23. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.7933>

Fazio-Vargas, D. (2023). Un mundo que canta: crítica, protesta y resonancia. *Revista Austral De Ciencias Sociales*, (45), 59–76. <https://doi.org/10.4206/rev.austral.cienc.soc.2023.n45-04>

- Ghobadi, S., & Clegg, S. (2015). “These days will never be forgotten ...”: A critical mass approach to online activism. *Information and Organization*, 25(1), 52–71. <https://doi.org/10.1016/j.infoandorg.2014.12.002>
- González García, R. (2016). Art and art education in the era of digital hypermediation. *Artnodes*, 17. <https://doi.org/10.7238/a.v0i17.2964>
- Greijdanus, H., de Matos Fernandes, C. A., Turner-Zwinkels, F., Honari, A., Roos, C. A., Rosenbusch, H., & Postmes, T. (2020). The psychology of online activism and social movements: Relations between online and offline collective action. *Current Opinion in Psychology*, 35, 49–54. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.03.003>
- Guerra, J. M., & Yalán-Dongo, E. (2022). Brandalism and social protest: Interactions and digital identities around vandal advertising. *Comunicación y Medios*, 31(45), 50–63. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2022.64834>
- Gutiérrez-González, C., & González-Pardo, R. (2019). Entre tradiciones e hipermediaciones: una reflexión para la comunicación digital. *Dixit*, (30), 98–107. <https://doi.org/10.22235/d.v0i30.1793>
- Hütt Herrera, H. (2012). Las redes sociales: Una nueva herramienta de difusión. *Revista Reflexiones*, 91(2), 121-128. <https://doi.org/10.15517/rr.v91i2.1513>
- Jane, EA (2017). Feminist Digilante Responses to a Slut-Shaming on Facebook. *Sage Journals*, 3 (2). <https://doi.org/10.1177/2056305117705996>

- Jost, J. T., Barberá, P., Bonneau, R., Langer, M., Metzger, M., Nagler, J., Sterling, J., & Tucker, J. A. (2018). How social media facilitates political protest: Information, motivation, and social networks. *Political Psychology*, 39(S1), 85–118. <https://doi.org/10.1111/pops.12478>
- Karatzogianni, A. (2015). Introducción: Cuatro fases del activismo digital y el ciberconflicto. En: *Firebrand Waves of Digital Activism 1994-2014*. Palgrave Macmillan, Londres. https://doi.org/10.1057/9781137317933_1
- Lejía Cruz, M. A. (2023). *Redes sociales: futuro y presente de las protestas Una mirada institucional a las protestas de Chile en 2019*. <https://colsan.repositorioinstitucional.mx/jspui/handle/1013/1486>
- León, M., Gimenez, I., Roffé, A. J., Bernabé, F. N., & Ginnobili, S. (2021). ¿Hay un programa de investigación científica en memética? El caso de los cantos de aves. *Disputatio. Philosophical Research Bulletin*, 10(19), 15–45. <https://disputatio.eu>
- Limón López, P. (2023). Nuevos procesos de identidad colectiva y praxis política: la irrupción del barrionalismo en Madrid, España. *Revista de Estudios Sociales*, 85, 77–96. <https://doi.org/10.7440/res85.2023.05>
- Llorens, M. P. (2017). Los desafíos del uso de la fuerza en el ciberespacio. *Anuario Mexicano de Derecho Internacional*, 17(1), 785–816. <https://doi.org/10.22201/IIJ.24487872E.2017.17.11052>
- Llorente Barroso, C., García García, F., & Soria Jiménez, V. (2018). Análisis comparativo de la simbología cromática en publicidad. NIKE en China y España.

Vivat Academia, (142), 51-77. <https://doi.org/10.15178/va.2018.142.51-78>

Loayza Maturrano, E. F. (2024). Estatus epistemológico de las categorías meme y memética: Una revisión sistemática. *EDUCARE ET COMUNICARE Revista Científica de la Facultad de Humanidades*, 11(2), 5–16. <https://doi.org/10.35383/educare.v11i2.941>

López Salazar, L. T. (2017). *Los " memes de Internet" como estrategia de comunicación publicitaria de la marca Cua-Cua en Facebook*. PUCP. <https://core.ac.uk/download/pdf/196536995.pdf>

López-Paredes, M., y Carrillo-Andrade, A. (2022). The normative Word of Memes: Political Communication Strategies in the United States and Ecuador. *Journal and media*, 3 (1), 40-51. <https://doi.org/10.3390/journalmedia3010004>

Marraud, H. (2020). Deliberation and collective identity compromising, directive, and expressive uses of argumentation. *Co-Herencia*, 17(32), 67–95. <https://doi.org/10.17230/CO-HERENCIA.17.32.3>

Martínez Rolán, X., & Piñeiro-Otero, T. (2017). El uso de los memes en la conversación política 2.0. Una aproximación a una movilización efímera. *Revista Prisma Social*, (18), 55–84. <https://revistaprismasocial.es/article/view/1468>

Montes Pastor, I. N. (2022). Radiografía de una contienda transgresiva: Apuntes para un estudio de las protestas en Perú (2020). *Clivatge. Estudios y Testimonios del Conflicto y el Cambio Social*. 10, 1–18. <https://doi.org/10.1344/clivatge2022.10.3>

- Muñoz Fernández, L., Díaz García, E., & Gallego Riestra, S. (2020). Las responsabilidades derivadas del uso de las tecnologías de la información y comunicación en el ejercicio de las profesiones sanitarias. *Anales de Pediatría*, 92(5), 307.e1-307.e6. <https://doi.org/10.1016/J.ANPEDI.2020.03.003>
- Muñoz Villar, C. (2014). *El meme como evolución de los medios de expresión social*. Universidad de Chile. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/129749>
- Ng, H. S, & Platow, J. Michael (2024). The violent turn in non-violent collective action: What happens? *Asian Journal of Social Psychology*. <https://doi.org/10.1111/ajsp.12596>
- Nieves Senior, J. (2023). *En nombre del color: Asociaciones culturales con el color en Colombia*. Repositorio Institucional Séneca.
- Obar, J. A., & Wildman, S. (2015). Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue. *Telecommunications Policy*, 39(9), 745–750. <https://doi.org/10.1016/J.TELPOL.2015.07.014>
- Ortiz, F. (2020). ¡Fuera Correa Fuera!: Análisis de los mecanismos de acción colectiva del movimiento de protesta —banderas negras‖ durante las movilizaciones contra la —Ley de herencias‖ acontecidas en Quito. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 12–26.
- Pacheco Conca, AV y Zamora Cayturo, AV (2022). Ciberactivismo: prácticas de protesta social en redes sociales entre jóvenes universitarios de Lima Metropolitana, caso Merino [Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado

en Comunicación, Universidad de Lima]. Repositorio Institucional de la Universidad de Lima. <https://hdl.handle.net/20.500.12724/17157>

Papadogiannis, N., & Pinto, P. R. (2023). Social change, protest and participation in Greece, Portugal and Spain. *Melanges de La Casa de Velazquez*, 53(1), 69–98. <https://doi.org/10.4000/mcv.18689>

Paradinas Márquez, M. del C., & Marín Palacios, C. (2025). La teoría mimética aplicada a las relaciones interpersonales a través de redes sociales: el caso de piñagate en Mercadona. *Revista Latina De Comunicación Social*, (84), 1–16. <https://doi.org/10.4185/rlcs-2026-2469>

Pérez Salazar, G. (2013). Hacia una ubicación conceptual de Internet como medio de comunicación. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 58(217), 197–213. [https://doi.org/10.1016/S0185-1918\(13\)72280-3](https://doi.org/10.1016/S0185-1918(13)72280-3)

Pinkus, N., Csúri, P., Álamo, A., & Parra, N. (2022). *Sociosemiótica de los “proto-memes”*. *Antecedentes gráficos del meme contemporáneo*. Ponencia presentada en las Jornadas de Diseño y Comunicación Visual, Universidad Nacional de Lanús.

Pleyers, G. (2023). *Living global injustice as personal injustice: Young alter-activists*. *Revista de Estudios Sociales*, 2023(86), 157–173. <https://doi.org/10.7440/res86.2023.09>

Protoviejo, F. W. J., Reivan, O. G. G., & Martínez, S. P. C. (2021). Movimientos sacádicos como un indicador en la veracidad del testimonio: Una revisión

sistemática: Los movimientos sacádicos como indicador en la veracidad del testimonio: Una revisión sistemática. *Revista de Desarrollo del Sur de Florida* , 2 (2), 1947–1977. <https://doi.org/10.46932/sfjdv2n2-064>

Ramírez, J. H. B., Mata, H. S., Malo, E. V., & Paredes, V. V. (2023). The participation of young people in social networks and its effect on political disaffection | La participación de los jóvenes en redes sociales y su efecto en la desafección política. *Justicia (Barranquilla)*, 28(43), 205–216. <https://doi.org/10.17081/just.28.43.6659>

Rodríguez Gómez, S., (2020). Desarrollar la inteligencia creativa en diseño: repensar la semiótica. *Revista Bitácora Urbano Territorial* , 30 (2), 141-150. <https://doi.org/10.15446/bitacora.v30n2.81537>

Rodríguez Mendoza, M. J. (2021). *Abusive constitutionalism in Peru: An analysis of presidential vacancy for moral incapacity and the events after November 9, 2020*. *Ius et Veritas*, 2021(62), 253–264. <https://doi.org/10.18800/iusetveritas.202101.014>

Rodríguez Ríos, G. V. (2022). *La memética como estrategia de comunicación, para concientizar sobre el COVID-19, en la fanpage de la Policía Nacional del Perú* [Tesis de licenciatura, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. Repositorio USAT. <https://core.ac.uk/download/pdf/196536995.pdf>

Rozas Bugueño, J., Plaza Reveco, A., Retamales Ramirez, M. F., Cortinez Rojas, S., Carrasco Alcaiyaga, P., & Venegas Marquéz, M. (2022). ¿Por dónde crece la movilización social? Análisis de los nuevos manifestantes de la revuelta social

chilena de octubre de 2019. *Revista Chilena de Derecho y Ciencia Política*, 13(2), 127–158. <https://doi.org/10.7770/rchdcp-v13n2-art2893>

Rubio Toledo, M. Á., & Utrilla Cobos, S. A. (2022). Semiótica Aplicada a Proyectos de Diseño como Estrategia de Innovación Social. *Cuadernos Del Centro De Estudios De Diseño Y Comunicación*, (176). <https://doi.org/10.18682/cdc.vi176.8611>

Saldarriaga, D. M., & Arango, M. R. (2020). Social mobilization and deliberation the collective action frame as the conclusion of a deliberative dialogue. *Co-Herencia*, 17(32), 99–118. <https://doi.org/10.17230/CO-HERENCIA.17.32.4>

Sanchez Mercado, M. (2022). *Los memes como activismo de sillón entre los jóvenes universitarios de Lima Metropolitana en 2022: el caso Repsol*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. <http://hdl.handle.net/10757/667546>

Sanchez, B. G. (2024). Psicología y uso del color: Transformación, reinterpretación y creación de nuevos significados sociales. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, (224), 115-127. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9681278>

Sancho, G. R. (2013). De las redes a las plazas: La web 2.0 y el nuevo ciclo de protestas en el mundo. *Acta Sociológica*, 62, 105–134. [https://doi.org/10.1016/S0186-6028\(13\)71001-6](https://doi.org/10.1016/S0186-6028(13)71001-6)

Sandoval -Almazan, R., & Ramon Gil-Garcia, J. (2014). Towards cyberactivism 2.0? Understanding the use of social media and other information technologies for

political activism and social movements. *Government Information Quarterly*, 31(3), 365–378. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2013.10.016>

Scott, J., & Henri, G. (2009). *Alter-activism : emerging cultures of participation among young global justice activists*. 12(1), 57–75. <https://doi.org/10.1080/13676260802345765>

Silva, M. A., & Neira, C. C. (2021). Call for protest through instagram: A socio-cognitive analysis of discursive strategies in the context of the social movement in chile (2019-2020). *Revista Latina de Comunicacion Social*, 79, 127–149. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1524>

Supo, J. (2025). Niveles de investigación: Una clasificación emergente fundamentada en el análisis de datos para la investigación científica. Sociedad Hispana de Investigadores Científicos – Bioestadístico EIRL.

Tarullo, R. (2020). ¿Por qué los y las jóvenes están en las redes sociales? Un análisis de sus motivaciones a partir de la teoría de usos y gratificaciones. *Revista Prisma Social*, (29), 222-239. <https://revistaprismasocial.es/article/view/3558>

Tejada Rosado, D. O. (2020). Discurso multimodal de resistencia en los memes" No a Keiko" antes de la segunda vuelta de las elecciones presidenciales en Perú (2016). <https://su.diva-portal.org/smash/get/diva2:1392640/FULLTEXT01>

Treré , & Cargnelutti, D. (2014). Movimientos sociales, redes sociales y Web 2.0: el caso del Movimiento por la Paz con Justicia y Dignidad. *Comunicación y Sociedad* , 27 (1), 183-203. <https://doi.org/10.15581/003.27.36010>

Trottier, D. (2017). Digital Vigilantism as Weaponisation of Visibility. *Filos. Tecnología*. 30 , 55–72. <https://doi.org/10.1007/s13347-016-0216-4>

Universidad Católica de Santa María. (2020). *Pronunciamiento* [post de Facebook].
<https://www.facebook.com/share/p/1A6Q9RsXX2/?mibextid=wwXIf>

Urbano Flores, C. (2022). *Las redes sociales y la participación política de los jóvenes durante la crisis gubernamental en la ciudad de Lima del 09 al 17 noviembre del año 2020*. Universidad San Ignacio de Loyola.
<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/f4944ce7-2105-4259-8444-7b5c357351e9/content>

Valencia, N. (2023). Notes for a web 2.0 digital media history and its impact on architecture. *Sobre Practicas Artisticas y Politicas de La Edicion*, 9(1), 87–96.
<https://doi.org/10.30827/sobre.v9i1.28257>

Vargas, D. (2023). A World that Sings: Critique, Protest and Resonance. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 2023(45), 59–76.
<https://doi.org/10.4206/rev.austral.cienc.soc.2023.n45-04>

Wang, R., & Zhou, A. (2021). Hashtag activism and connective action: A case study of #HongKongPoliceBrutality. *Telematics and Informatics*, 61, 101600.
<https://doi.org/10.1016/j.tele.2021.101600>