

Capítulo 10

Balas cognitivas: los memes como munición estratégica en la guerra de quinta generación*

DOI: <https://doi.org/10.25062/9786287818729.10>

Carlos Enrique Álvarez Calderón
Cristian Andrés Valenzuela Monje

Escuela Superior de Guerra "General Rafael Reyes Prieto"

Resumen: Este capítulo examina la guerra memética como dimensión estratégica de los conflictos de quinta generación, haciendo hincapié en su papel en la guerra cognitiva y las operaciones híbridas; analiza los memes digitales como herramientas de influencia, manipulación y desestabilización psicológica, utilizados tanto por actores estatales como no estatales para socavar la cohesión social y la seguridad nacional, y aborda los mecanismos semióticos y culturales que otorgan a los memes su poder persuasivo en la era digital, señalando cómo el humor, la ironía y el encuadre emocional contribuyen a su potencial viral e impacto estratégico. Mediante estudios de caso, contextualiza el uso de los memes en confrontaciones geopolíticas y movimientos de protesta internos, en particular, para debilitar las instituciones democráticas. Finalmente, destaca la necesidad de que las entidades militares y estatales colombianas reconozcan, comprendan y contrarresten las amenazas meméticas mediante la comunicación estratégica, el desarrollo de doctrina y la investigación interdisciplinaria.

Palabras clave: guerra cognitiva; guerra de quinta generación; propaganda digital; seguridad; semiótica.

* Capítulo de libro resultado del proyecto de investigación "Desafíos y nuevos escenarios de la seguridad multi-dimensional a nivel nacional, regional y hemisférico en el decenio 2015-2025", del grupo de investigación Centro de Gravedad, de la ESDEG, categorizado A por MinCiencias y registrado con el código COL0104976. Los puntos de vista pertenecen a los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de las instituciones participantes.

Carlos Enrique Álvarez Calderón

Candidato a doctor en Estudios Estratégicos, Seguridad y Defensa, Escuela Superior de Guerra "General Rafael Reyes Prieto", Colombia. Magíster en *Coaching* Ontológico Empresarial, Universidad San Sebastián, Chile. Politólogo y Magíster en Relaciones Internacionales, Pontificia Universidad Javeriana, Colombia. Investigador Asociado MinCiencias y Docente Investigador, Escuela Superior de Guerra "General Rafael Reyes Prieto". Profesional Oficial de Reserva, Fuerza Aeroespacial Colombiana. Asesor y consultor en seguridad y defensa para instituciones de las Fuerzas Militares de Colombia y a nivel internacional.

<https://orcid.org/0000-0003-2401-2789> - Contacto: carlos.alvarez@esdeg.edu.co

Cristian Andrés Valenzuela Monje

Magister en Seguridad y Defensa Nacionales, Escuela Superior de Guerra "General Rafael Reyes Prieto". Especialista en Seguridad y Salud en el Trabajo, Universidad de Manizales, Colombia; en Derecho Penal, Universidad Católica de Colombia, y en Derecho Laboral, Universidad Libre de Colombia. Abogado, Universidad Libre de Colombia. CEO de Legal Aid y Asesor Externo del CAEL del Congreso de la República de Colombia.

<https://orcid.org/0009-0003-3420-4909>

Citación APA: Álvarez Calderón, C. E., & Valenzuela Monje, C. A. (2026). Balas cognitivas: los memes como munición estratégica en la guerra de quinta generación. En C. E. Álvarez Calderón (Ed.), *El campo de batalla digital: la defensa nacional en la era algorítmica, Volumen III. (Armas de la mente: guerra memética y manipulación informativa en la quinta generación de la guerra)*(pp. 903-984). Sello Editorial ESDEG.
<https://doi.org/10.25062/9786287818729.10>

EL CAMPO DE BATALLA DIGITAL: LA DEFENSA NACIONAL EN LA ERA ALGORÍTMICA

VOLUMEN III. ARMAS DE LA MENTE: GUERRA MEMÉTICA Y MANIPULACIÓN INFORMATIVA EN LA QUINTA GENERACIÓN DE LA GUERRA

ISBN IMPRESO (Obra completa): 978-628-7818-65-1

ISBN DIGITAL (Obra completa): 978-628-7818-69-9

ISBN IMPRESO Volumen I: 978-628-7818-68-2

ISBN DIGITAL Volumen I: 978-628-7818-72-9

DOI: <https://doi.org/10.25062/9786287818729>

Colección Seguridad y Defensa

Sello Editorial ESDEG

Escuela Superior de Guerra "General Rafael Reyes Prieto"

Bogotá D.C., Colombia

2026



Introducción

En comparación con los medios de comunicación tradicionales, el ciberespacio ofrece un acceso relativamente barato y sencillo a oportunidades de información y comunicación alrededor del mundo, apoyando una comunicación multilateral sin las tediosas barreras de la comunicación interactiva natural (como la presencia física de los participantes). En contraste con el profesionalismo periodístico de medios de comunicación convencionales como la radio, prensa y televisión, las personas del común no necesitan ninguna cualificación especial superior para utilizar internet, ya que pueden publicar sus puntos de vista, ideas y comentarios sobre un tema en particular, sin estar restringidos por tiempo y espacio, y sin depender de un mayor apoyo organizacional o profesional; de esta manera, es relativamente fácil para cualquier participante actuar como editor, periodista o comentarista en el ámbito virtual de la información.

Entonces, la revolucionaria importancia política de internet se puede deber a una creciente independencia del sistema tradicional de *intermedia* (medios de comunicación, partidos políticos y otras instituciones representativas), por lo cual no es extraño que se tengan grandes expectativas sobre las consecuencias sociales y políticas de internet con respecto a la esfera pública. De hecho, algunos como Grossman (1995), Habermas (2006) y Fuchs (2020), enfatizan el potencial democrático de internet, ya que puede fortalecer la posición de los ciudadanos en relación con las autoridades políticas, al permitirles participar directamente en la toma de decisiones políticas, gracias al libre acceso a la información, la globalización y la falta de censura como características centrales de internet. En consecuencia, el ciberespacio puede introducir una nueva forma de democracia directa o plebiscitaria, porque parece introducir nuevas formas de participación, igualdad

y vinculación social, al permitir el contacto directo entre los ciudadanos y sus representantes políticos.

Desde esta perspectiva, el actual proceso de innovación tecnológica corresponde a procesos de diferenciación entre individuos, entornos y tipos de comunidades, al brindarles la posibilidad de articular sus intereses y opiniones de manera autónoma, creando una nueva forma de esfera pública, que ya no estará controlada por unos pocos actores. Según Sunstein (2003), “en la era moderna, otros lugares han ocupado el papel de los tradicionales foros públicos. Los medios de comunicación de masa, incluido internet, han adquirido mucha más importancia que los parques y calles como lugares donde ejercer la palabra” (p. 38). En efecto, internet y las redes sociales han sido parte integral de las campañas electorales, de los movimientos sociales y de las protestas políticas en todo el mundo, como se evidenció en la Primavera Árabe en 2011 o el 21S en Colombia en 2020. La premisa es que el uso de las redes sociales expone a las personas a información sobre temas políticos o eventos actuales, lo que aumenta su conciencia y conocimiento sobre estos temas, aumentando su probabilidad de participar en la vida cívica y política (Boulianne, 2016).

Y si bien las redes sociales son importantes en las democracias occidentales, las redes sociales pueden ser incluso más importantes en países sin una prensa libre e independiente. Según Howard y Hussain (2013), la sociedad civil árabe se ha visto presionada a depender de la participación política en línea debido al fuerte control estatal de los medios de difusión; por consiguiente, sin una prensa libre e independiente, las redes sociales, y en particular los blogs, son fundamentales para la distribución de información sobre temas políticos y corrupción política, y se convierten en herramientas críticas para coordinar actividades políticas fuera de la vigilancia del Estado, incluida la creación de conexiones internacionales, la recaudación de fondos y el ciberactivismo.

Pero las redes sociales y las plataformas de mensajería como WhatsApp también han llamado la atención por su papel potencial en la difusión de desinformación, facilitando la manipulación política por parte de actores nacionales y extranjeros en pos de profundizar la polarización y la violencia en la sociedad, y, por ende, afectar la seguridad nacional y el orden constitucional de los Estados. En este sentido, la paradoja es que, si bien la tecnología ha hecho que las personas estén mejor informadas y ciertos grupos de usuarios de las redes sociales, sobre todo en países sin una prensa libre e independiente, vean en estas plataformas la única forma posible de participación política (Boulianne, 2019), la tecnología también ha

hecho que las personas sean más susceptibles de ser manipuladas con rumores, teorías conspirativas e información falsa.

Las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones para dirigirse a las personas, así como métodos cada vez más sofisticados para dar forma a los mensajes personalizados, han venido reconfigurando la forma como se practica la política y las relaciones interpersonales. En la actualidad, la tecnología digital se basa en la inserción de memes neurolingüísticos y dispositivos automáticos en el ámbito de la cognición y la psique social, por lo que, metafóricamente hablando, puede decirse que el cerebro social está atravesando un proceso de cableado, mediado por protocolos lingüísticos inmateriales y también por dispositivos electrónicos (Berardi, 2014). Por consiguiente, en las condiciones actuales de hipercomplejidad y aceleración del entorno técnico, la esfera pública ya no puede entenderse adecuadamente solo en términos de transformación política, sino también en términos de evolución neuronal resultante de la acción de los nuevos medios sobre la cognición y la sociedad, los cuales han cambiado las condiciones de la actividad mental y las formas de interacción entre la esfera individual y colectiva.

Por ende, la transformación en las tecnologías de la información y las comunicaciones de finales del siglo XX y las primeras dos décadas del siglo XXI, desencadenada por la proliferación infinita de fuentes y flujos de información, así como por la acelerada tecnología de redes, ha hecho imposible la elaboración consciente de información por parte de la mente individual, conllevando a que las multitudes estén envueltas en cadenas automáticas de comportamiento, impulsadas por dispositivos tecnolingüísticos. Por lo tanto, este capítulo explora los cambiantes entornos de los medios que enfrenta la democracia contemporánea, y cómo a partir de una comunicación virtualizada, el papel de los ciudadanos y la conducción de la democracia se enfrentan a nuevas dinámicas, con sus riesgos y oportunidades.

Asimismo, este capítulo examina los memes de internet como un fenómeno de la comunicación digital y un instrumento de la guerra cognitiva. Derivados de los emoticonos y las bromas *geek* de los foros en línea, los memes se han convertido en importantes medios de información, interacción y deliberación política en el siglo XXI, ya que en la actualidad, millones de usuarios comunican información, opinión y emociones a través de este peculiar vehículo de autoexpresión; los memes digitales parecerían estar intrínsecamente vinculados a la lógica y los ritmos de las redes sociales, así como a las formas en que una sociedad se expresa y piensa sobre sí misma.

En la era de las guerras de quinta generación (G5G), la guerra memética ha emergido como un potente instrumento de influencia que ataca la percepción

pública, moldea los entornos cognitivos y convierte las narrativas en armas a gran escala. Esta forma de conflicto se extiende más allá de las operaciones cinéticas para ocupar los ámbitos informativo, social y cognitivo, lo que subraya la naturaleza asimétrica e híbrida de la competencia estratégica moderna. La creciente relevancia de la guerra memética en la seguridad nacional resalta la urgente necesidad de que Colombia desarrolle doctrinas y políticas que aborden este panorama emergente de amenazas. La exposición del país a la guerra cognitiva (ya sea a través de propaganda insurgente, campañas de desinformación u operaciones de influencia externa), exige una respuesta integral del Estado colombiano que combine comunicaciones estratégicas, ciberseguridad y defensa cognitiva.

En tal contexto, este capítulo se guía por la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo transforma la guerra memética las dimensiones estratégicas, operativas y cognitivas de la seguridad nacional en Colombia, y qué implicaciones tiene esto para la evolución de la doctrina y la política militar? Para abordar esto, el capítulo establece los siguientes objetivos: 1) Conceptualizar la guerra memética y diferenciarla de fenómenos relacionados, como la ciberguerra y la propaganda tradicional. 2) Analizar cómo los actores estatales y no estatales utilizan estrategias meméticas para influir en los resultados políticos, erosionar la cohesión social y obtener ventajas estratégicas. 3) Identificar las vulnerabilidades y las brechas institucionales en la arquitectura de seguridad nacional de Colombia que la hacen susceptible a la guerra memética. 4) Proponer recomendaciones doctrinales, tecnológicas y de política pública para fortalecer la resiliencia de Colombia frente a las amenazas meméticas. Al perseguir estos objetivos, el capítulo sitúa la guerra memética en el contexto de los debates más amplios sobre las amenazas híbridas, la seguridad cognitiva y la G5G, y subraya su relevancia para la postura de defensa de Colombia en un entorno de información cada vez más controvertido.

Democracia mediatizada

La participación política moderna deviene del surgimiento del Estado-nación, cuando las sociedades occidentales pasaron de un modelo social basado en el estatus, a un modelo donde la acción y las responsabilidades individuales eran centrales en la dinámica política (Tilly, 2004). Desde entonces, surgieron largos procesos que formaron la base de la participación política moderna, como la implementación del sufragio universal y la construcción gradual de sistemas educativos nacionales de carácter obligatorio, ya que, por ejemplo, la incapacidad para

leer y escribir fue, durante mucho tiempo, un obstáculo insuperable para la participación política¹.

Sin embargo, incluso si bien existe cierto consenso en torno a las raíces de la participación política² en tiempos modernos, no es posible trazar desde ese momento una gran narrativa de participación progresiva y democratización, ya que las definiciones teóricas y la praxis de la participación política han cambiado con el tiempo, junto con las ideas de ciudadanía y los modelos de democracia. Por ejemplo, el parlamentarismo se basa tanto en una esfera pública participativa como en un sistema de votación basado en relaciones directas y de confianza entre electores y candidatos; por su parte, en la "democracia partidista", la participación se delegó principalmente a los partidos políticos, quienes se esforzaron por controlar y orientar a las personas. Esta necesidad fue provocada por algunos cambios demográficos y sociales significativos (urbanización, reconstrucción de posguerra, migraciones, cambios en el mercado laboral y en el sistema político), por lo que la participación política significaba "tomar parte" en la vida pública y política a través del voto y la representación partidaria, pero también "ser parte" de un partido, interactuar y construir vínculos sociales y pertenencias, así como participar en la política interna del partido.

En las décadas de 1960 y 1970, los movimientos sociales comenzaron a ofrecer nuevas posibilidades de "democracia participativa", una etiqueta que se hizo famosa a través del manifiesto de los Estudiantes por una Sociedad Democrática, conocida como la Declaración de Port Huron de 1962, que reivindicaba los derechos de la gente común para acceder e interactuar con las estructuras políticas de toma de decisiones, tanto a nivel del gobierno central como del gobierno local (Hayden, 2005); para la época, las convocatorias de participación política también se presentarían de distintas maneras en otras partes del mundo, como lo atestiguaron las movilizaciones de estudiantes en América Latina y los movimientos de derechos civiles en los Estados Unidos en los años 1960. No obstante, estos movimientos estudiantiles, pacifistas, medioambientales, de mujeres, homosexuales, entre otros, diferían en muchos aspectos tanto de los partidos de masas como de los movimientos tradicionales, ya que tenían una definición amplia de clase y

¹ De acuerdo con Milner (2001), la alfabetización mejorada promueve en el mundo moderno la participación política, y, en la actualidad, la alfabetización digital se ha vuelto igualmente esencial (Livingstone, 2009).

² Rosanvallon (2008) ve la participación política como un proceso complejo que encarna tres dimensiones conceptualmente distintas: expresión (discurso), participación (reunión y agrupación), e intervención (acción colectiva real).

de los movimientos políticos tradicionales³. Y disponían de nuevos recursos culturales, creativos y poco convencionales, que incluían las huelgas de hambre, las representaciones artísticas, los festivales musicales, las ocupaciones y, por supuesto, la acción mediática (Carpentier et al., 2013)⁴.

A finales de los años 1970, el impulso de los movimientos sociales y el activismo comenzó a disminuir, ya que en algunos países los activistas no sobrevivieron a la agitación sociopolítica y la presión del aumento del conflicto social, la violencia y el miedo que a veces degeneró en terrorismo. En los años 1980, tomó forma una era más conservadora y elitista producto de la emergencia del neoliberalismo, en la que los recursos culturales que promovían la participación como medio para lograr la voluntad general comenzaron a perder su influencia política y social, siendo gradualmente reemplazados por una cultura que celebraba el individualismo y privilegiaba disposiciones personales más individualistas, orientadas a intereses privados (Carpentier, 2011).

Sin embargo, este periodo elaboraría muchas teorías de participación política, siendo una de las más influyentes la de la "democracia deliberativa". El término *democracia deliberativa* fue propuesto por Bessette (1980) para describir una forma de gobierno, fuertemente influenciada por la teoría de la racionalidad comunicativa de Habermas (1985), basada en el consenso a través de la deliberación más que en el voto como un mecanismo agregado de preferencias individuales; se hizo hincapié en ciudadanos libres e iguales (y sus representantes), logrando a través de la participación basada en la discusión, conclusiones generales y consensuadas "que fuesen vinculantes en el presente para todos los ciudadanos pero abiertas a cuestionamientos en el futuro" (Gutmann & Thompson, 2004, p. 7). Por lo tanto, desde los años 1980, la democracia deliberativa se ha convertido en una de las ideas más influyentes en la teoría democrática, y según Dahlgren (2009), ha jugado un papel central en la creación de nuevos espacios para una teoría de la participación política más allá de la esfera de la política institucionalizada y de la teoría democrática, como, por ejemplo, los medios de comunicación.

Los años 1980 y 1990 fueron un punto de inflexión no solo para el debate teórico sobre la participación política, sino también porque, en entonces las prácticas

³ Los derechos laborales ya no estaban en el centro de la acción política a inicios de la década de 1970.

⁴ Como la democracia participativa se concibe como algo más allá de un conjunto formal de estructuras y procedimientos, ya que está anclada en los patrones culturales de la sociedad, en sus valores, supuestos y formas de abordar las diferencias sociales, la participación política se convirtió en la base de la acción social colectiva, pero también de las identidades y estilos de vida personales y colectivos que, literalmente, surgieron a través de la participación del movimiento social y sus procesos de toma de decisiones descentralizadas.

participativas se volvieron cada vez más complejas (Mouffe, 2000). Por ejemplo, aumentó la participación en asociaciones culturales y sociales, y se continuó experimentando con la democracia deliberativa en la planificación urbana, la administración presupuestaria, el cuidado de la salud, la educación, la construcción comunitaria, entre otras (Fishkin, 2009). De acuerdo con Carpentier et al. (2013), a partir de ese momento se experimentó una crisis generalizada tanto de la participación colectiva en los movimientos sociales como de la participación ritual en la votación; al mismo tiempo, la profesionalización de la política redujo los espacios de participación política, provocando una mayor desconexión entre los políticos y sus votantes, así como un progresivo deterioro en las oportunidades estructurales de participación política, creando un creciente desafecho hacia los procesos democráticos representativos.

La propia democracia representativa parecía amenazada por la separación entre el interés social y la política institucionalizada, por una crisis generalizada de la participación colectiva y ciudadana, y por las políticas de identidad basadas en la afiliación cultural, étnica, nacional o incluso religiosa, que conducirían eventualmente a formas de participación radicales y antagónicas (Cammaerts, 2009). Al mismo tiempo, en las décadas de 1980 y 1990, las formas participativas no convencionales se volvieron recurrentes y agravarían aún más la "crisis" de la democracia representativa, a partir de una profunda transformación de la participación dentro de los procesos democráticos tradicionales; por ende, para finales del siglo XX, la participación pasó de la política "institucionalizada", a la esfera mucho más amplia de lo político (Mouffe, 2005). Un factor decisivo en esta transición de la participación política fue la revolución de las tecnologías de la información y las comunicaciones, en especial de la Web 2.0.

En las discusiones sobre participación, medios y democracia, a menudo se hace una distinción tradicional entre participación "a través" de los medios de comunicación y participación "en" de los medios de comunicación. Según Carpentier et al. (2013), la participación a través de los medios de comunicación aborda las oportunidades de participación mediada en el debate público y de autorrepresentación en la variedad de espacios públicos. Como la esfera de los medios sirve aquí como un lugar donde los ciudadanos pueden expresar sus opiniones e interactuar con otras voces, se ingresa en el ámbito de la participación política.

Pero la participación a través de los medios de comunicación conlleva a dominios sociales más allá de los medios, ya que si bien estos facilitan la participación en los dominios sociales, el enfoque del compromiso participativo se encuentra

en los contextos y problemas con los que los medios conectan a las personas; de ahí la atención contemporánea otorgada al concepto de “mediatización”. Un punto crucial de este concepto de “mediatización” es que los medios nunca sirven como “portadores” neutrales que simplemente reflejan algo más, sino que siempre, a través de sus diversas lógicas y contingencias, impactan en la relación entre el usuario de los medios y lo mediado. Por lo tanto, la participación democrática a través de los medios de comunicación implica el encuentro de relaciones de poder, aunque el surgimiento de la voluntad política siempre estará de alguna manera condicionado por la mediatización.

En contraste, la participación en los medios de comunicación implica no solo hacer uso de los medios, sino también ser activo de alguna manera en la creación de contenido. Lo que hace que la participación mediática sea específica (y diferente de la participación política), es que las intervenciones de la ciudadanía en el ámbito mediático tienen un carácter específico; es decir, hacerse oír o, en otras palabras, expresarse. La mezcla de participación política y mediática se produjo cuando los medios de comunicación se convirtieron en sitios indispensables dentro de los cuales se promulgó la política. Esto fue inicialmente evidente con el auge de la prensa; y a medida que la radio y la televisión se convirtieron en medios que absorbieron la atención de vastos segmentos de la población, estos medios también se convirtieron en vehículos centrales para las estructuras de poder, siendo utilizados para obtener legitimidad general de líderes políticos y apoyo específico para la implementación de ciertas políticas públicas.

Pero si bien los medios de comunicación convencionales no ofrecieron muchas oportunidades estructurales de participación, sí proporcionaron formas de recursos culturales y disposiciones subjetivas que eran requisitos previos necesarios, aunque no suficientes, para la participación en una sociedad democrática. Es decir, a pesar del carácter a menudo defectuoso del periodismo y la cobertura de actualidad, estos medios de comunicación proporcionaron una especie de educación cívica sobre la sociedad y el mundo, así como una reafirmación diaria de los valores y criterios democráticos.

No obstante, las oportunidades de participación en los medios de comunicación durante el siglo XX fueron limitadas, y aunque los principales medios de comunicación tradicionales habían intentado organizar la participación de la audiencia (McNair et al., 2003), los medios comunitarios y alternativos demostraron ser más exitosos en la organización de formas más intensas de participación en los medios (Bailey et al., 2007). En efecto, el surgimiento del capitalismo industrial

y de los grandes conglomerados de los medios de comunicación privados tendió, con bastante eficacia, a frustrar cualquier participación popular en la prensa, la radio y la televisión comerciales.

Empero, el carácter institucionalmente cerrado, especialmente de la radio, pero también de los medios impresos, se reabrió en los años 1960 y 1970, en lo que podría considerarse la primera ola de democratización de los medios de comunicación posterior a la Segunda Guerra Mundial, y durante el cual la participación en y a través de los medios fueron combinados. En todo el mundo floreció una galaxia heterogénea de medios independientes, clandestinos, alternativos, comunitarios y radicales, que incluían estaciones de radio, periódicos, teatros independientes y editoriales revolucionarias, entre otras. Si la participación social en los medios de comunicación tradicionales había sido marginal, la historia de varios movimientos políticos y sociales subraya el importante impacto político desempeñado por los "pequeños" medios alternativos, comunitarios y radicales (Waltz, 2005).

Pero una nueva ola de democratización de los medios se produjo con la popularización de internet, y especialmente con la Web 2.0, en la cual la participación en los medios de comunicación se transformó; Tim O'Reilly (2005), quien acuñó el término "Web 2.0", lo define como un conjunto de principios y prácticas que unen una amplia gama de sitios que tienen contenido generado por el usuario y hacen énfasis en las conexiones sociales. En este caso, mientras que en la fase anterior a la Web 2.0, los debates sobre la participación en y a través de los medios de comunicación a menudo se restringían al potencial de internet para organizar formas de democracia directa (Budge, 1996), se consideró que la fase de la Web 2.0 desencadenó formas más extensas de participación. Es a partir de esta realidad que comienzan a ser utilizados nuevos conceptos como el de *ciberdemocracia*, para resaltar varias posibilidades de una mayor participación en la política "institucionalizada", en la que los nuevos medios "conciben una interactividad horizontal y multidireccional más compleja" (Chadwick, 2006, p. 100).

Los nuevos medios también se articulan como herramientas de movilización social, ayudando en el reclutamiento y desarrollo de la participación política a través de internet. A diferencia de la participación a través de la web (y más ampliamente de internet), la participación en la web se centra en las oportunidades que se brindan a los profesionales que no son de los medios de comunicación, para coproducir por sí mismos contenido y coorganizar las estructuras que permitan tal producción de medios. En la teoría de los nuevos medios, las oportunidades para eludir a las organizaciones y profesionales de los medios de comunicación

tradicionales han sido uno de los argumentos clave a favor del potencial democrático-participativo de internet, a partir del contenido generado por los usuarios que a menudo implica una amplia variedad de prácticas no dominantes y formas alternativas de periodismo en línea (Atton y Hamilton, 2008). Entonces, si lo político surge a través del habla u otras formas de comunicación, el debate político que ocurre en un foro en línea o en una red social se consideraría como una forma de participación o la promulgación de la esfera pública donde la opinión política puede llegar tomar forma⁵.

La ciberdemocracia: fusión de la Web 2.0 y la esfera pública

A inicios del siglo XXI, Castells (2000) predijo que la “sociedad de la información” se expandiría de manera generalizada por todas las estructuras sociales, y transformaría los procesos políticos y los movimientos sociales. Pues bien, Colombia ha sido testigo en los últimos años de cómo la esfera pública se moldea y se define en el espacio de las redes sociales, y cómo el no hacer uso inteligente de la Web 2.0 conlleva a que los actores políticos sufran las consecuencias negativas en la naturaleza, organización, objetivos y dinámicas políticas en una democracia mediatizada.

En efecto, durante las dos últimas campañas presidenciales en Colombia, las redes sociales y la Web 2.0 jugaron un papel muy activo en la dinámica electoral de los colombianos(as); por ejemplo, un estudio realizado por el Centro Nacional de Consultoría reveló que el 76,5 % de la población entre los 18 y los 45 años usaron las redes sociales y medios digitales para enterarse de la campaña electoral de 2018; y si bien el 77 % de los encuestados expresaron no haber estado seguros de la veracidad de las noticias que leyeron, el 49 % reconocieron que la información influyó en su decisión de voto (Centro Nacional de Consultoría, 2018).

En la campaña presidencial de 2022 se observó que las plataformas digitales se consolidaron como espacios clave para la circulación de mensajes políticos, tanto de los candidatos como de sus seguidores. WhatsApp fue la plataforma más utilizada por todos los grupos etarios, mientras que Facebook, Instagram y Twitter desempeñaron roles secundarios, pero aún relevantes, especialmente entre los jóvenes de 18 a 28 años, quienes mostraron alta actividad política digital (Restrepo,

⁵ La esfera pública, a menudo referida como la *sociedad civil*, puede ser considerada como un sistema de comunicación que media entre los ciudadanos y el sistema político, transfiriendo información reciprocamente. Según Becker y Wehner (2001), se pueden distinguir tres formas diferentes de esfera pública: 1) La esfera pública basada en encuentros; 2) La esfera pública basada en asambleas, y 3) La esfera pública generada por los medios de comunicación.

2023). Un hallazgo relevante es que, pese a la importancia de estas plataformas, el 56,5 % de los encuestados indicó que su decisión de voto ya estaba tomada antes del inicio formal de la campaña, lo que sugiere que la persuasión digital tiene un margen limitado para influir en electores decididos, aunque sí puede reforzar percepciones y movilizar a votantes indecisos hacia el final de la contienda.

En cuanto a la inversión económica, los datos de la Misión de Observación Electoral (MOE) muestran que la publicidad política pagada en redes sociales sigue siendo un fenómeno en desarrollo en Colombia. En las elecciones locales de 2023, se invirtieron aproximadamente COP 13 264 millones (unos USD 3300) en anuncios dentro de las plataformas de Meta (Facebook e Instagram), lo que representó solo el 6 % del gasto total en propaganda electoral. Este dato subraya que, aunque las redes sociales están ganando terreno, los medios tradicionales siguen siendo el principal destino de los recursos de campaña. El gasto en publicidad electoral digital estuvo concentrado en grandes ciudades y departamentos como Bogotá D.C., Antioquia y Norte de Santander. En Bogotá D.C., por ejemplo, candidatos como Carlos F. Galán invirtieron más de COP 165 millones en Meta, mientras que en Antioquia se registraron desembolsos individuales de hasta COP 316 millones, destacando la creciente apuesta por la publicidad digital en campañas de alta competencia.

Por otra parte, la polarización y la intolerancia también se hicieron evidentes en el entorno digital. La encuesta del Centro de Investigación en Comunicación Política mostró que el 49,7 % de los encuestados admitió estar en desacuerdo algunas veces con las opiniones políticas de sus contactos en redes sociales, mientras que un 46,8 % afirmó que nunca había dejado de compartir contenidos políticos por miedo a ofender. Esto sugiere un entorno de debate vibrante pero también potencialmente conflictivo. Además, la desinformación jugó un papel crítico en ambos procesos electorales. Como apuntan varios estudios, las redes sociales facilitaron la circulación de noticias falsas y contenido polarizador, un fenómeno que afectó la percepción pública y alimentó la desconfianza institucional (Restrepo, 2023).

Ahora bien, Habermas (1991) define la esfera pública como aquel lugar donde los individuos se unen como público, con el propósito de usar la razón para promover el conocimiento crítico que, a su vez, conduce al cambio político. Por ende, la esfera pública requiere un acceso ilimitado a la información, una participación igualitaria y protegida, y la ausencia de influencia institucional, particularmente en lo económico. En consideración a lo anterior, Habermas (2006) sostiene que la esfera pública no existiría en la actualidad, debido en gran parte a la influencia de

los intereses económicos y corporativos al interior de los medios de comunicación convencionales; sin embargo, Habermas (2006) considera que la esfera pública podría llegar a revitalizarse mediante las “comunidades discursivas”, las cuales priorizan un tipo de conversación llamada acción comunicativa.

Es decir, al contrario del discurso estratégico donde un actor se involucra en tácticas coercitivas para influenciar las opiniones de otros, la acción comunicativa es característica de la comunicación respetuosa y abierta, sin intimidación, dirigida al objetivo de llegar a la “verdad” (Habermas, 1985); por lo tanto, la acción comunicativa es sinónimo del discurso civil y de la conversación democrática deliberativa (Jenkins, 2008); en consecuencia, la esfera pública respaldada por estas comunidades discursivas es parte integral de la existencia saludable de una democracia participativa que lleve a la acción en forma de movimientos sociales (Habermas, 1991).

Según Habermas (1991), la información, la ciudadanía, el gobierno y la esfera pública están interconectados a través de los medios de comunicación, por lo que, si se analiza desde la perspectiva de la esfera pública de Habermas, la Web 2.0 y las redes sociales podrían considerarse como facilitadores de un espacio de deliberación donde la gente puede intercambiar ideas libremente. En este orden de ideas, Chadwick (2008) considera que la Web 2.0 se constituye como un “espacio deliberativo” bastante democrático, y Cogburn y Espinoza-Vásquez (2011) afirman que las redes sociales brindan un espacio para los procesos democráticos deliberativos o la esfera pública a la que hace mención Habermas (1991). Además, la Web 2.0 fomenta una gama más amplia de formas en las que se desarrolla la vida pública y la vida privada, lo que hace que la vida política sea cada vez más ubicua; según van Dijk (2006), las redes conectan a las personas directamente y permiten que las actividades que tradicionalmente eran posibles en un dominio particular, se realicen en cualquier otro lugar. En este contexto, el término *ciberdemocracia* se introduce como un propósito tecnocultural que pretende crear una esfera pública saludable al brindar a las personas acceso a asesoramiento político, análisis, crítica y representación a través de los medios de comunicación⁶ (Green, 2002).

⁶ Aunque la web 2.0 y las redes sociales tienen el potencial de promover una esfera pública habermasiana, y académicos como Fernback (1997) consideran a la web como una “nueva arena para la participación en vida pública” (p. 37), deberían considerarse las limitaciones de las redes sociales y la web 2.0 como facilitadores de la comunicación social. Fernback (1997) sostiene que la web promueve una esfera pública “ideal” debido a la dificultad y complejidad para regularla, mientras que Cammaerts (2008) sugiere que la fragmentación de la web 2.0 y las redes sociales son una limitación para el desarrollo de una esfera pública porque los participantes pueden verse influenciados por las fuerzas del mercado, o podrían sufrir niveles sustanciales de vigilancia o ser censurados por Estados y empleadores.

Existen varias teorías en competencia sobre cómo el uso de las redes sociales podría afectar la participación política de los ciudadanos. Una teoría (Pasek et al., 2009; Gil de Zúñiga et al., 2013; Holt et al., 2013) se centra en las redes sociales como un foro para recopilar información o noticias de familiares, amigos u organizaciones tradicionales de medios de comunicación. DeSilver (2014) sugiere que aproximadamente la mitad de los usuarios de Facebook reciben sus noticias a través de Facebook, aunque la inmensa mayoría están expuestos a las noticias de manera incidental a través de los vínculos de redes sociales en Facebook; de acuerdo con Tang y Lee (2013), debido a esta exposición incidental a las noticias, los usuarios de las redes sociales pueden estar expuestos a movilizar información sin tener que buscarla activamente, por lo que obtener noticias de los sitios de redes sociales es una experiencia cada vez más común. Además, este tipo de noticias pueden tener más influencia en los usuarios, porque se han filtrado a través de otras personas de confianza, por ejemplo, familiares y amigos (Bode, 2012). La teoría se basa en gran medida en estudios de los medios tradicionales, que muestran que quienes usan los medios para aprender sobre eventos actuales tienen más probabilidades de tener conocimientos políticos, lo que luego facilita la participación en la vida cívica y política (McLeod et al., 1999).

Otra teoría se centra en el papel que cumplen las redes sociales en la creación de vínculos sociales propensos a ser movilizados. Esta investigación de redes se puede dividir en tres corrientes: un enfoque en el tamaño de la red; un enfoque en los vínculos sociales con grupos, organizaciones y activistas; y un enfoque en la difusión a través de grupos de pares. Gil de Zúñiga et al. (2012) proponen que las redes sociales amplían las interacciones sociales, aumentando la exposición a la información movilizadora; según Boulianne (2015), ya que se supone que las redes más grandes contienen vínculos más débiles, estas pueden aumentar la exposición a la información sobre cómo y por qué un ciudadano debe volverse activo en la vida cívica y política.

Por ejemplo, pertenecer a una gran red social puede aumentar la probabilidad de recibir una invitación para firmar una petición o participar en un boicot, o recibir mensajes sobre por qué se debería votar por un candidato en lugar de otro, aumentando la probabilidad de votar (Boulianne, 2015). Asimismo, por hacer parte de una red social amplia tendrán mayores probabilidades de ofrecerse como voluntarias en organizaciones políticas o grupos activistas (Bode et al., 2014), o simplemente participar de forma proactiva en grupos en línea (Conroy et al., 2012); es decir, estar vinculado a organizaciones facilita el reclutamiento en bloque, lo

que puede ser una forma muy eficaz de movilizar a un gran número de personas (Musick & Wilson, 2008). Las redes sociales y las noticias en línea no son las únicas teorías que conectan el uso de las redes sociales y la participación política, pero estas dos teorías dominan los estudios basados en encuestas de las redes sociales y sus efectos en la participación cívica y política.

Internet se ha venido consolidando en una fuerza dominante a la hora de acceder a la información disponible, recaudar fondos de campaña, compartir y discutir las diversas perspectivas, y movilizar a las personas para la actividad política. Es más, la participación política juvenil incluye en la actualidad un significativo componente en línea, como ha sido ejemplificado por innumerables casos de activismo *flash*, como el paro nacional llevado a cabo entre el 21 al 26 de noviembre de 2019 ("¿Dónde es la marcha hoy?: las redes sociales en el paro nacional", 2019). La actividad en línea también está transformando el compromiso de los jóvenes con la política; existen distinciones importantes entre las diferentes formas de actividad en línea y el uso de sitios de redes sociales que pueden tener consecuencias para sus relaciones con el compromiso político.

Algunos académicos se han centrado en tecnologías particulares (por ejemplo, teléfonos inteligentes), o plataformas de redes sociales (por ejemplo, Facebook, Google+ o Twitter). Por su parte, un enfoque analítico distinto ha puesto énfasis en los propósitos (por ejemplo, búsqueda de información), y la dinámica interactiva de la participación en línea (por ejemplo, compartir entre pares). En este orden de ideas, Ekström y Östman (2015) distinguieron entre tres tipos de actividad en línea: recopilación de información, interacción social y producción creativa, mientras que Gil de Zúñiga et al. (2014) distinguieron entre dos tipos de uso de las redes sociales: uso para noticias y uso para la interacción social.

Kahne y Bowyer (2018) consideran que existen varias ventajas en los tipos de estrategias analíticas que enfatizan los propósitos específicos y la dinámica del compromiso en línea, en contraposición a las que enfatizan las tecnologías y plataformas, debido a que las tecnologías y plataformas cambian con frecuencia. Además, debido a que la mayoría de las plataformas como Facebook, Instagram y Twitter se pueden usar para una variedad de propósitos, centrarse en una plataforma específica no aclararía qué es la actividad que conduce a un resultado determinado. Por el contrario, prestar atención a los propósitos y la dinámica de la participación en línea permite una especificación y una evaluación más claras de por qué una actividad determinada puede tener un efecto determinado.

Específicamente, Jenkins (2009) ha detallado el grado en que los jóvenes a menudo están inmersos en culturas participativas en las que los participantes crean y comparten con otros; los participantes experimentados ayudan a los menos experimentados a adquirir conocimientos y a resolver problemas; y estos desarrollan un sentido de conexión entre ellos, lo que a menudo resulta en la formación de grandes redes sociales. Además, en un estudio etnográfico a gran escala desarrollado por Ito et al. (2009), se pudo evidenciar que los jóvenes a menudo se involucran en culturas participativas a través de dos formas de actividad en línea: la actividad impulsada por la amistad y la actividad impulsada por un interés en común.

Por lo tanto, en lugar de agrupar la actividad en línea en una categoría unidimensional o centrarse en una plataforma tecnológica en particular (por ejemplo, Facebook o Twitter), la distinción de Ito et al. (2009) se basa en las razones detrás del compromiso de los jóvenes y en la naturaleza de las interacciones sociales que tienen los usuarios en línea. La participación en línea que se lleva a cabo a través de las redes sociales tiene como propósito principal el mantener y cultivar relaciones con amigos y familiares, involucrando a menudo plataformas como Instagram o Facebook. Por su parte, la participación de la identificación en línea gira en torno a los intereses de una persona (por ejemplo, música, deportes, juegos, entre otros), y generalmente implica la creación de contenido en línea y compartir perspectivas, lo que conlleva a la participación en foros, blogs o podcast relacionados con dichos intereses.

Es importante señalar que pueden existir algunas fronteras borrosas entre las diversas formas de actividades juveniles en línea y la participación política. Como parte de su participación en línea, las personas a menudo intercambian información o perspectivas relacionadas con cuestiones políticas; además, las posibilidades de los nuevos medios digitales combinadas con enfoques más autoexpresivos han ampliado las formas de participación política (van Dijk, 2014). Incluso las actividades que no están ubicadas en la arena política o que están directamente dirigidas a influir en los actores políticos pueden considerarse como una participación política si son utilizadas por los participantes “para expresar sus objetivos e intenciones políticas” (van Dijk, 2014, p. 359). Sin embargo, desde un punto de vista conceptual, existe una diferencia para la mayoría de los jóvenes entre socializar y, por ejemplo, perseguir un interés en los deportes o en el compromiso político.

Las redes sociales y los movimientos sociales

Redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter, y plataformas de *streaming* de video como YouTube y Netflix, están cada vez más integradas a la vida cotidiana de los colombianos(as). El informe de Hootsuite (2025) muestra que, de una población aproximada de 53 millones de personas a principios de 2025, en Colombia había 41 millones de usuarios de internet (77 %). Asimismo, Colombia albergaba 37 millones de usuarios de redes sociales en enero de 2024, lo que equivalía al 69 % de la población total, y un total de 78 millones de conexiones móviles celulares estaban activas en Colombia, cifra equivalente al 147 % de la población total. El tiempo promedio que los internautas colombianos(as) entre los 16 y 64 años pasan al día en redes sociales es de 8 horas 10 minutos, de los cuales alrededor de 3 horas 25 minutos se dedican a navegar en redes sociales; en cuanto a las redes más usadas en Colombia se encuentran WhatsApp (92,4 %), Facebook (90,5 %) e Instagram (85,6 %)⁷.

A principios de 2025, YouTube tenía 30,6 millones de usuarios en Colombia, Facebook tenía 36,8 millones de usuarios, Instagram tenía 20,4 millones de usuarios, TikTok tenía 32 millones de usuarios mayores de 18 años, LinkedIn tenía 16 millones de miembros, Messenger alcanzó los 19,5 millones de usuarios, Snapchat tenía 4,81 millones de usuarios, X (antes Twitter) tenía 5,23 millones de usuarios y Pinterest tenía 10,1 millones de usuarios. Por consiguiente, la omnipresencia de esta tecnología genera preguntas sobre su efecto en fenómenos sociales como el discurso político y la capacidad de las redes sociales para revitalizar la esfera pública, un elemento que Habermas (1991) considera crítico de las democracias deliberativas.

Diversos académicos como Jenkins (2008), Papacharissi (2010), Fuchs (2012), Kruse et al. (2018), entre otros, consideran que internet (incluyendo las redes sociales), está organizado de manera que satisfaga los requisitos de una esfera pública. De acuerdo con Halpern y Gibbs (2013), internet es relativamente accesible y, en teoría, cualquiera puede distribuir información, lo que hace que tanto la participación como la adquisición de información estén libres de influencias externas; por ende, la estructura general de las redes sociales parece proporcionar acceso ilimitado a la información y a la participación igualitaria (Loader & Mercea, 2011). Según Fuchs (2012), las redes sociales ofrecen condiciones favorables para la esfera pública, en el cual Facebook es el segundo sitio más accesible, ya

⁷ Del total global de usuarios de Facebook, Colombia ocupa el puesto 14 a nivel mundial con más de 15 millones de usuarios, mientras que Bogotá es la novena ciudad del mundo con una cifra cercana a los 6,5 millones.

que participa el 43 % por ciento de los usuarios de internet del mundo; al ser gratuito, solo requiere una conexión a internet y una dirección de correo electrónico.

Por lo tanto, las redes sociales pueden revitalizar la esfera pública al permitir que las personas “desafíen los discursos, compartan perspectivas alternativas y publiquen sus propias opiniones” (Loader & Mercea, 2011, p. 760). Además, los usuarios pueden acceder y compartir información en las redes sociales fuera de la órbita de influencia financiera de los medios de comunicación convencionales, al brindar “acceso, participación, reciprocidad y comunicación entre pares en lugar de una comunicación entre varios” (Jenkins, 2008, pp. 208-209). Shirky (2011) sostiene que las redes sociales han revitalizado la esfera pública, ya que, al obtener un mayor acceso a la información, la población en línea tiene “más oportunidades para participar en el discurso público y una mayor capacidad para emprender acciones colectivas” (p. 29), aunque admite que es “difícil evitar que las conversaciones en línea se conviertan en insultos” (Shirky, 2008, p. 50). Del mismo modo, Loader y Mercea (2011), señalan que los medios tradicionales han llegado a depender cada vez más de las contribuciones de blogueros independientes en línea, reduciendo así la influencia política o empresarial de los medios corporativos tradicionales y promoviendo el discurso crítico y la participación equitativa.

No obstante, otros investigadores (Habermas, 2006; Baumgartner & Morris, 2010; Wolfsfeld et al., 2013), han criticado la idea de que los sitios de redes sociales han revitalizado la esfera pública, ya que consideran que estas no han promovido el acceso ilimitado a la información por no estar exentos de influencia institucional, por lo que la acción comunicativa no estaría ocurriendo en dichos sitios. Además, en opinión de estos académicos, promover la idea de que existe un acceso ilimitado y una participación igualitaria en las redes sociales ignora las realidades socioeconómicas de la sociedad contemporánea, ya que en principio no todas las personas tienen acceso a internet; si bien las redes sociales son “gratuitas”, el dispositivo electrónico y la suscripción a internet para acceder a ellas tienen un costo prohibitivo para la mayoría, especialmente aquellos ubicados en países en vías de desarrollo. Jenkins (2008) también señala que la accesibilidad de la información es problemática, ya que aquellos que aportan a la información disponible en línea, “no reclaman objetividad y se ocupan a menudo de rumores e insinuaciones; y la mayoría de las personas que los leen, ya están de acuerdo con los puntos de vista declarados por sus autores” (p. 216).

Entonces, aunque la accesibilidad a la información en línea tiene el potencial de empoderar a todos los ciudadanos, siendo indicativa de una esfera pública, es

más probable que se formen comunidades de nicho, debido a que contribuir con información puede, en un nivel, facilitar el flujo de ideas, aunque en otros niveles, “están asegurando un debate político cada vez más divisivo” (Jenkins, 2008, p. 216). Con poca tolerancia por los diferentes puntos de vista, las diferentes opiniones pueden excluirse fácil y efectivamente porque las personas tienden a buscar en la infoesfera, comunidades virtuales que son más afines con sus ideas y posturas; este comportamiento resulta en una “cámara de resonancia”, la reiteración constante de un mensaje similar que crea un eco de una sola opinión, reforzando su “veracidad” y negando la posibilidad de refutarla (Jamieson & Capella, 2008). En este orden de ideas, la información se restringe ya que los usuarios no darán oportunidad ni espacio para sopesar otros puntos de vista.

De acuerdo con Marwick (2012), Trottier (2011) y Staples (2014), la información y la participación también se ven limitadas debido a la presencia de prácticas de vigilancia en las redes sociales. Según Lyon (2007), la vigilancia es la “atención focalizada, sistemática y rutinaria de los datos personales con fines de influencia, gestión, protección o dirección” (p. 14), y se realiza a nivel estatal, institucional e interpersonal. Debido a que la vigilancia está presente en las redes sociales (Trottier, 2011), estos sitios probablemente sean espacios donde el comportamiento está restringido debido al monitoreo de amigos, familiares, empleadores, policía y otras entidades gubernamentales (Staples, 2014); y cuando los individuos son conscientes de la presencia de vigilancia, alteran su comportamiento (Lyon, 2007). Por lo tanto, este monitoreo social e institucional limita la libertad que los usuarios sienten al usar el sitio para un intercambio significativo y libre de las ideas, conllevando a que los usuarios pueden dudar en ser honestos acerca de sus inclinaciones políticas por temor al acoso en línea y el efecto potencial que tiene en su empleo o en sus relaciones con familiares y amigos.

La vigilancia también permite la restricción de la información mediante algoritmos (Loader & Mercea, 2011), según la “preferencia” del usuario (Trottier, 2011); por ejemplo, los algoritmos de Facebook predecirán lo que se desea ver en función de lo que se haga con un clic y con quién parece se interactúa con mayor frecuencia⁸. Loader y Mercea (2006) argumentan que, al existir demasiada información en internet, los individuos no podrían encontrar un sentido significativo de aquello a lo que tienen acceso sin un sistema de filtrado; no obstante, estos sistemas de

⁸ Las plataformas de redes sociales más grandes controlan el contenido de sus *feeds* mediante algoritmos informáticos que clasifican y priorizan las publicaciones, y otro contenido adaptado a los intereses de cada usuario. Incluso, estos sitios permiten a los usuarios personalizar estas configuraciones.

filtrado a menudo evitan que las personas experimenten puntos de vista opuestos o información diversa sobre temas particulares, ya que los algoritmos priorizan información consistente con lo que los usuarios ven y buscan en línea (Kruse et al., 2018). La vigilancia en las redes sociales también ilustraría la influencia de las instituciones, en particular los intereses económicos. Fuchs (2012) sostiene que los sitios de redes sociales traspasan los límites entre la vida pública y privada, y que Facebook explota este colapso privatizando y mercantilizando la información que comparten los usuarios⁹; en últimas, redes sociales como Facebook son entidades corporativas cuyo objetivo principal es la ganancia financiera.

Finalmente, Habermas (2006) argumenta que la nueva comunicación mediada se queda corta en revitalizar la esfera pública porque no existiría una "reciprocidad entre hablantes y destinatarios", y que los algoritmos son indicativos del poder de la institución de los medios de comunicación masiva, una presencia que impide la formación de una esfera pública. En cambio, los medios de comunicación en este nuevo medio todavía "seleccionan y procesan contenido políticamente relevante y así intervienen tanto en la formación de opiniones públicas como en la distribución de intereses influyentes" (Habermas, 2006, p. 419). En conclusión, y como consecuencia de una información y participación limitadas, y la influencia institucional presente, para algunos las redes sociales están lejos de proporcionar un entorno propicio para la esfera pública.

Sin embargo, el aumento de la movilización política en las redes sociales ha llevado a que las personas estén empoderadas para participar en acciones comunicativas en línea (Kruse et al., 2018). Desde esta perspectiva, la correlación entre el uso de redes sociales y su impacto en la movilización social podría analizarse desde el paradigma de movilización de recursos (Melucci, 1996) y la nueva teoría del movimiento social (Castells, 1983). El paradigma de la movilización de recursos alega que los nuevos movimientos sociales tienen características distintas a las de los movimientos sociales tradicionales, afirmando que los movimientos sociales están arraigados institucionalmente conllevando a que la frontera entre movimiento social y político sea borrosa. Según este paradigma, los participantes de los nuevos movimientos sociales son racionales y su acción colectiva está determinada por el acceso y control que tienen los grupos sobre los recursos necesarios para el activismo (Melucci, 1996). De acuerdo con Buechler (2000), y a

⁹ Las plataformas de redes sociales han establecido políticas cuando se trata de editores, que incluyen priorizar ciertas fuentes de noticias, prohibir o limitar otras que producen contenido de menor calidad, y utilizan sus políticas de monetización para desalentar comportamientos particulares.

diferencia de otras teorías de los movimientos sociales que se centran en las estructuras organizativas formales, el paradigma de la movilización de recursos se centra más en las redes informales descentralizadas.

Por su parte, la nueva teoría de los movimientos sociales considera la política, la ideología y la cultura como explicaciones para la acción (Buechler, 2000). A partir de la teoría del nuevo movimiento social, la base social de un movimiento podría originarse en función de la clase social, raza, etnia, género, orientación sexual, edad o ciudadanía; así, las causas del movimiento social son más complejas que en la visión tradicional. La nueva teoría de los movimientos sociales vincula la identidad de las personas (raza, género, cultura, etc.) a su motivación para participar en un movimiento (Pichardo, 1997). Otro tema destacado en la teoría del nuevo movimiento social es el estilo de vida del individuo como escenario de acción política, donde lo privado ya no es privado y se hacen públicas las creencias y puntos de vista políticos.

Por lo tanto, cuando convergen varios elementos clave, existe tanto la motivación para participar en un nuevo movimiento social como la capacidad organizativa para aprovechar esa motivación. Por un lado, estos elementos clave incluyen capitalizar un sentido de "identidad", ya sea generado por género, raza/etnia, cultura o clase social, y a través de la política, la ideología y la cultura se transforman en acción social. Esta transformación se ve favorecida por elecciones de estilo de vida que alientan a los activistas a vivir la vida "privada" más en público; es en este sentido que Garrett (2006) afirma que las tecnologías de la información y las comunicaciones están "cambiando la forma en que los movimientos sociales se movilizan, logran nuevas oportunidades políticas y dan forma al lenguaje en el que se discuten los movimientos" (p. 15).

Con base en lo anterior, el modelo de proceso político articulado por McAdam (1982) presenta tres factores para el éxito de los movimientos sociales: 1) la estructura de oportunidades políticas, es decir, la capacidad que tiene un grupo para movilizar a sus miembros; 2) la "fuerza organizativa indígena", que se traduce en la capacidad de organización de los activistas, y 3) la "liberación cognitiva", que es la conciencia del grupo de su poder para cambiar una situación a través de sus acciones.

Memes en la comunicación contemporánea

El concepto de *meme* se originó con el biólogo evolutivo Richard Dawkins. En *The Selfish Gene*, Dawkins (1976) acuñó el término para describir una unidad de transmisión cultural análoga a un gen: una idea, comportamiento o estilo que se propaga dentro de una cultura. Dawkins (1976) argumentó que los memes se parecen a los genes en su estructura, mecanismos de distribución y supervivencia, productividad y fecundidad. Un gen es una unidad molecular del cuerpo humano o un código biológico que contiene información importante para construir y mantener células, y transmitir los datos hereditarios invaluable a la descendencia; pues bien, los memes son similares a los genes en la forma en que transmiten información e ideas culturales entre individuos y generaciones¹⁰.

Dawkins (1976) afirma que los memes poseen tres características principales: fidelidad, fecundidad y longevidad. La fidelidad se refiere a la confiabilidad interna que hace que un meme sea atractivo; la fecundidad (o réplica), hace que la imitación sea fácil y rápida; y la longevidad es la capacidad de sobrevivir entre otros memes durante mucho tiempo, asegurando así la existencia continua del meme. Dawkins (1993) compara el desarrollo de un meme con el juego infantil del “teléfono roto”: en una fila de niños, uno hace un dibujo y se lo muestra al siguiente niño; memoriza lo que cree haber visto y dibuja su propia imagen, y luego se la pasa al siguiente niño; el resultado obtenido al final de la cadena puede tener poco en común con el dibujo original, pero conserva características o elementos reconocibles que permitirían vincular el boceto final con el inicial.

Esto impulsó el campo de la memética, que consideraba a los memes como ideas autorreplicantes que compiten por sobrevivir en la mente humana. Con la aparición de internet, el concepto de meme revivió y se reinventó. Dawkins sugirió posteriormente que los memes residen en soportes físicos o “vehículos” (libros, imágenes), anticipando el papel de medios como internet en la difusión de memes (Rogers y Giorgi, 2024). Psicólogos e sociólogos informáticos han intentado complementar la idea de Dawkins (1976), expandiendo el concepto de meme desde una “unidad cultural” a una “unidad de información en general”. Desde este punto de vista, los memes no son solo unidades de producción cultural, son también los “componentes básicos de la mente” (Brodie, 1996, p. 36), que incluyen modos más

¹⁰ Es de señalar que los genes son extremadamente precisos en sus algoritmos y una mutación conduce a errores dañinos; los memes, por el contrario, sobreviven en el proceso de constante reproducción y transformación (Dawkins, 1976)

amplios de conocimiento humano y comprenden nombres, patrones de relación, principios y valores de la sociedad, entre otros (Blackmore, 1999).

A diferencia de las imágenes icónicas y de los textos virales que no experimentan mucha alteración, los memes nunca serán símbolos, historias o íconos fijos, sino artefactos estéticos interactivos que pueden cambiar de forma, tamaño y estilo a través de la mutación, brindando un panorama de las tendencias inmediatas de la cultura y los discursos públicos (Denisova, 2019). El ejemplo del cartel icónico del Che Guevara demuestra que los iconos funcionan en estrecha relación con el sujeto; los memes, en cambio, ofrecen una representación mucho más débil del sujeto original y, por lo tanto, alaban la expresividad individual y fomentan una mayor reiteración del símbolo.

Características de los memes de internet: formato, transmisión y adaptabilidad

En el siglo XXI, los estudiosos de la cultura digital cambiaron su enfoque de las analogías biológicas a la naturaleza participativa de los memes. Desnaturalizaron el concepto de meme, enfatizando que los memes de internet son creados y transformados activamente por los usuarios, lo que los distingue del simple contenido viral (Rogers & Giorgi, 2024). En otras palabras, lo que convierte a una pieza multimedia en un verdadero meme es la iteración creativa de una comunidad, no solo su replicación. Para Shifman (2011), las personas comparten memes no porque quieran difundir la historia que les pareció interesante, sino porque quieren tener su opinión en el recuento y propagación de la historia. Además, algunos académicos de los medios de comunicación y la sociología (Knobel & Lankshear, 2007; Blackmore, 2010; Shifman, 2013) distinguen entre los "textos virales" y los memes, contradiciendo la sugerencia de Brodie (1996) de definir los memes como "virus de la mente", al insistir que debe examinarse la diferencia entre los textos que se propagan en su estado original y aquellos que experimentan alteraciones.

En consecuencia, Wiggins y Bowers (2015) sugieren que un texto mediático se constituye en un "meme emergente", solo cuando un usuario altera una unidad de producción de medios, como un video musical o una fotografía; y posteriormente, este meme emergente se convierte en un "meme completo" cuando otros usuarios contribuyen y comparten sus alteraciones, validando así la popularidad y el interés de la comunidad hacia este texto (Tabla 1).

Tabla 1. *Tipología de memes según estructura formal*

Tipo de meme	Definición estructural	Dinámica de circulación	Procesamiento cognitivo predominante	Nivel de consolidación simbólica	Potencial estratégico en guerra cognitiva
Contenido viral	Pieza digital que se difunde masivamente sin modificaciones sustantivas.	Replicación directa (uno-a-muchos).	Activación rápida del Sistema 1 (impacto emocional inmediato).	Bajo. No genera comunidad interpretativa estable.	Alto alcance pero baja profundidad estructural. Funciona como detonador emocional puntual.
Meme emergente	Contenido que experimenta la primera modificación creativa por parte de usuarios.	Inicio de remezcla participativa.	Sistema 1 (emocional) + activación inicial del Sistema 2 (reinterpretación).	Medio-bajo. Se empieza a formar una narrativa compartida.	Marca el inicio de una posible infraestructura simbólica. Puede convertirse en vector de polarización.
Meme completo	Conjunto de variantes que comparten formato y significado, creadas y transformadas por múltiples usuarios.	Iteración comunitaria sostenida.	Interacción Sistema 1–2; normalización heurística.	Alto. Se consolida como marco interpretativo compartido.	Alto impacto estratégico: estabiliza narrativas, refuerza identidad grupal y puede influir en percepciones políticas.
Meme plantilla (template)	Formato reutilizable altamente reconocible que permite múltiples adaptaciones temáticas.	Estandarización + flexibilidad adaptativa.	Reconocimiento visual inmediato (Sistema 1) + economía cognitiva.	Muy alto. Se convierte en infraestructura simbólica modular.	Instrumento óptimo para campañas coordinadas. Permite insertar diferentes mensajes ideológicos dentro de una estructura familiar.
Meme ideológico estabilizado (extensión analítica)	Meme que deja de ser humorístico y pasa a funcionar como marcador identitario o consigna política persistente.	Reproducción ritualizada dentro de comunidades específicas.	Predominio Sistema 1 + refuerzo identitario; reducción del escrutinio analítico.	Muy alto y duradero. Se integra al repertorio cultural del grupo.	Funciona como micro-dispositivo de control reflexivo distribuido. Influye en la orientación política y en la cohesión intragrupal.

Fuente: elaboración propia con base en Wiggins y Bowers (2015).

En este sentido, los memes de internet tienen características distintivas en cuanto a su formato, cómo se difunden y cómo evolucionan. En cuanto al formato, los memes suelen ser visuales, concisos y humorísticos. Los formatos comunes incluyen macros de imágenes (imágenes con texto superpuesto), vídeos cortos o GIF, y frases textuales. Los memes suelen recurrir al humor irónico o absurdo, referencias a la cultura *pop* y yuxtaposiciones impactantes para captar la atención del espectador. La forma en que los memes se transmiten es principalmente a través de la interacción impulsada por los usuarios en redes sociales, foros y otras plataformas digitales (Tabla 2).

Un meme suele ganar popularidad cuando muchas personas lo encuentran relevante o divertido y lo comparten, lo que lleva a su propagación viral. Es importante destacar que, a diferencia de los medios tradicionales, que se transmiten de una fuente a muchas, la transmisión de memes es ascendente y entre pares; cualquiera puede contribuir a la difusión de un meme o a la creación de una nueva versión.

Esta propagación participativa es clave: los memes de internet prosperan porque los usuarios los remezclan y reinventan activamente a medida que circulan. Como observan Rogers y Giorgi (2024), las contribuciones y modificaciones de los usuarios son lo que distingue a los memes de los virales: “si bien los virales circulan sin cambios, la característica distintiva de los memes es su reelaboración creativa” (p. 75). Por lo tanto, los memes no son estáticos; son iterativos. Cada persona que comparte un meme puede modificarlo (añadir una nueva descripción, traducirlo a otro idioma o combinarlo con una imagen diferente), generando así un nuevo nodo en el conjunto de variantes en constante evolución del meme.

Otra característica distintiva de los memes de internet es su adaptabilidad. Una plantilla de meme exitosa puede aplicarse a una amplia gama de contextos y temas. Por ejemplo, el mismo formato de meme puede usarse para bromear sobre deportes un día y política al siguiente, simplemente modificando el texto o las imágenes. Esta flexibilidad permite que los memes se integren con la actualidad y las culturas locales. Shifman (2014) enfatiza que los memes se crean con conciencia mutua; los creadores de memes se basan en ideas existentes, asegurando que los memes contengan referencias intertextuales y chistes internos.

Tabla 2. Tipología de memes según formato técnico y potencial estratégico

Tipo de meme	Descripción técnica	Nivel de complejidad de producción	Capacidad de mutación	Velocidad de viralización	Emoción predominante	Heurísticas activadas	Vulnerabilidad cognitiva explotada	Potencial en guerra cognitiva
Image Macro (imagen + texto superpuesto)	Imagen estática con texto breve (arriba/abajo), generalmente en tipografía estándar	Baja	Alta	Muy alta	Humor, burla, indignación	Heurística de disponibilidad; simplificación visual	Reducción de complejidad; procesamiento rápido (Sistema 1)	Ideal para encuadre narrativo rápido; simplifica conflictos complejos en binarios emocionales
GIF animado	Frammento corto en bucle (2–5 segundos) que enfatiza gesto o reacción	Baja–Media	Media	Alta	Reacción emocional instantánea	Procesamiento automático de movimiento; contagio emocional	Respuesta afectiva prearracional	Refuerza emociones sin necesidad de argumentación; útil para ridiculización o legitimación
Video meme corto (TikTok, Reels, Shorts)	Video breve con música, edición rápida, subtítulos y efectos	Media	Alta	Muy alta (favorecido por algoritmo)	Intensidad emocional (ira, entusiasmo, miedo)	Heurística de repetición; efecto de exposición	Sobrecarga atencional; procesamiento superficial	Alta capacidad de modelar narrativas; integra imagen, sonido y ritmo para amplificar impacto
Hashtag memético	Frase corta replicable que condensa postura ideológica	Muy baja	Alta	Muy alta	Identidad colectiva	Heurística de etiquetado; pensamiento categorial	Reducción conceptual; tribalización	Funciona como marcador identitario; facilita movilización coordinada
Meme plantilla reutilizable (template)	Formato reconocible que admite múltiples variaciones (ej. "Drake format")	Baja	Muy alta	Alta	Humor contextual	Reconocimiento de patrón	Automatización interpretativa	Permite rápida adaptación a eventos coyunturales; facilita guerra memética persistente

Continúa en la otra página

Tipo de meme	Descripción técnica	Nivel de complejidad de producción	Capacidad de mutación	Velocidad de viralización	Emoción predominante	Heurísticas activadas	Vulnerabilidad cognitiva explotada	Potencial en guerra cognitiva
Meme deep-fake o sintético	Imagen o video manipulado mediante IA generativa	Alta	Media	Alta (si logra credibilidad inicial)	Shock, escándalo	Sesgo de veracidad visual; autoridad perceptiva	Confianza en evidencia audiovisual	Potencial disruptivo alto; puede alterar fase de Observación (OODA)
Evidence collage	Montaje de imágenes, gráficos y citas que simulan prueba documental	Media–Alta	Media	Media	Indignación racionalizada	Sesgo de confirmación; ilusión de profundidad explicativa	Confianza excesiva en datos visuales	Útil para consolidar marcos ideológicos; coloniza fase de Crítica (CECA)
Meme irónico codificado (dog whistle meme)	Contenido aparentemente humorístico con símbolos o referencias ideológicas ocultas	Media	Media	Media	Complicidad, superioridad grupal	Heurística de pertenencia; señalización identitaria	Exclusión de out-group; radicalización incremental	Herramienta de reclutamiento y cohesión interna; favorece polarización
Meme narrativo en carrusel	Secuencia de imágenes que desarrollan argumento en pasos breves	Media	Media	Alta (favorecido por permanencia en pantalla)	Convicción gradual	Procesamiento secuencial simplificado	Saturación cognitiva con apariencia didáctica	Permite insertar marcos interpretativos completos en formato visual atractivo
Meme reactivo en tiempo real (event - driven)	Meme producido inmediatamente tras evento noticioso	Baja	Alta	Muy alta	Emoción inmediata (ira, burla)	Heurística de actualidad	Decisión rápida sin verificación	Interviene fase temprana de Orientación; captura narrativa antes de consolidación de hechos

Fuente: elaboración propia.

Como resultado, los memes pueden integrarse rápidamente con conversaciones de moda o subculturas de nicho. Su adaptabilidad también significa que pueden cruzar fácilmente las fronteras de las plataformas: un meme nacido en Reddit puede llegar a Twitter o Facebook, a menudo en una versión adaptada para esas plataformas. En resumen, los memes de internet se caracterizan por sus formatos altamente compatibles, sus modos de transmisión participativos y virales, y su notable capacidad de mutación y adaptación. Estas características permiten que los memes sirvan como una forma dinámica de comunicación que resuena en diversos grupos y situaciones.

Por consiguiente, Shifman (2014) señala que la era digital cambió fundamentalmente nuestra comprensión de los memes: en lugar de un único elemento atractivo que se propaga sin cambios, un “meme de internet” se entiende mejor como una colección de elementos (variantes de un tema), creados y distribuidos por muchos usuarios. Shifman define un meme de internet como: “a) un grupo de elementos digitales que comparten características comunes de contenido, forma o postura; b) que se crearon con conocimiento mutuo; y c) fueron distribuidos, imitados o transformados a través de internet por muchos usuarios” (Shifman, 2014, p. 8). Esta definición captura la evolución del concepto de meme: de una unidad cultural aislada a un fenómeno social distribuido (Tabla 3).

Tabla 3. *Tipología de memes según función comunicativa y efecto estratégico*

Tipo funcional	Función comunicativa central	Emoción predominante activada	Mecanismo cognitivo explotado	Efecto discursivo	Potencial estratégico en guerra cognitiva
Meme satírico / paródico	Ridicularizar actores, políticas o narrativas	Burla, desprecio, superioridad moral	Heurística de representatividad + simplificación por caricaturización	Deslegitimación simbólica del adversario	Erosiona autoridad y credibilidad; facilita la normalización del desprecio político
Meme identitario	Reforzar pertenencia grupal (“nosotros vs ellos”)	Orgullo, indignación compartida, cohesión	Sesgo de confirmación + favoritismo intragrupal	Polarización y consolidación de tribus digitales	Fortalece cohesión interna y radicaliza fronteras simbólicas
Meme movilizador	Incentivar acción colectiva (protesta, voto, boicot)	Indignación, esperanza, urgencia	Activación emocional rápida + reducción del costo cognitivo de la decisión	Conversión de emoción en conducta	Cataliza participación política; reduce deliberación reflexiva
Meme informativo simplificado	Traducir temas complejos en mensajes condensados	Claridad, seguridad interpretativa	Heurística de disponibilidad + economía cognitiva	Enmarcamiento (<i>framing</i>) del debate	Estabiliza narrativas; puede fijar marcos interpretativos dominantes

Continúa en la otra página

Tipo funcional	Función comunicativa central	Emoción predominante activada	Mecanismo cognitivo explotado	Efecto discursivo	Potencial estratégico en guerra cognitiva
Meme provocador / antagonista	Generar reacción emocional intensa o controversia	Ira, miedo, escándalo	Activación del Sistema 1 + sobrecarga afectiva	Amplificación algorítmica por <i>engagement</i>	Ideal para operaciones de polarización y escalamiento narrativo
Meme conspirativo	Instalar sospecha o reinterpretar hechos bajo lógica oculta	Desconfianza, paranoia, indignación moral	Sesgo de proporcionalidad + búsqueda de causalidad intencional	Construcción de pseudo-realidades	Debilita confianza institucional; fragmenta consenso epistemológico
Meme normalizador	Convertir ideas radicales en humor cotidiano	Risa, trivialización	Desensibilización progresiva + habituación	Banalización de discursos extremos	Facilita desplazamientos graduales del marco normativo
Meme desinformativo instrumentalizado	Difundir información falsa o manipulada	Sorpresa, alarma	Heurística de urgencia + procesamiento superficial	Distorsión del entorno informativo	Puede interferir directamente en fases de Observación y Orientación (OODA/CECA)

Fuente: elaboración propia con base en Shifman (2014).

A mediados de la década de 2010, los memes de internet se reconocieron como un género de expresión en línea con sus propias convenciones y una naturaleza inherentemente colectiva (Wiggins & Bowers, 2015). En resumen, la idea del meme evolucionó del replicador cultural de Dawkins a un modelo rico de cultura participativa, que refleja la creación dinámica y colaborativa de significado en la era digital. Los memes son al mismo tiempo una práctica narrativa derivada de siglos de alterar y fusionar ideas e historias (Esteves & Meikle, 2015), por lo que la reproducción de memes se basa en el espíritu clásico de la narración de historias.

Bartlett (1932) demostró que una historia cambia cada vez que se vuelve a contar, ya sea decorada con nuevos detalles o perdiendo ciertos componentes originales; en este orden de ideas, los memes no son historias completas, sino básicamente elementos de la narración. Por lo tanto, el concepto de meme es valioso para los estudios en seguridad y defensa, ya que explica cómo las ideas se acumulan en unidades condensadas y evolucionan a través del intercambio social. En la representación contemporánea más común, los memes de internet son “artefactos multimodales remezclados por innumerables participantes, empleando la cultura popular para el comentario público” (Milner, 2016, p. 235).

Börzsei (2013) aporta que la mayoría de los memes en internet son en la actualidad manifestaciones de la cultura visual, ya que un meme puede consistir

una imagen fija, una imagen con una frase, una imagen animada (GIF) o un video; puede contener además un remate (citas de aforismo, frases de películas o cualquier eslogan ingenioso), o hacer una declaración sin texto añadido. Por ende, los memes pueden considerarse “un tipo de lenguaje digital de difusión masiva que es copiado, reinterpretado y compartido entre los usuarios de internet (...), y su característica principal es el humor y puede consistir en una imagen, video, texto o escena acompañada de un mensaje ingenioso” (Cortés, 2018, p. 5). Esta fuerte dependencia de los formatos visuales vincula los memes de internet con la industria publicitaria, ya que muchos memes se asemejan a carteles publicitarios con una imagen expresiva y un eslogan lacónico convincente.

Desde una perspectiva diferente, la acumulación de memes en la esfera digital puede asociarse con el auge de los emoticonos (Börzsei, 2013). La innovadora idea de emplear signos de puntuación para representar una carita sonriente apareció en 1982¹¹, para que luego Scott E. Fahlman, un ávido usuario de la red social basada en texto USENET, concibiese emoticonos para combatir los malentendidos en la comunicación virtual donde la falta de medios visuales a menudo conducía a una mala interpretación del mensaje; en consecuencia, el emoticón ganó popularidad en muchas otras comunidades en línea, evolucionando en un prototipo minimalista de lo que ahora se conoce como un meme de internet (Börzsei, 2013).

Las funciones principales del emoticono eran informar digitalmente el lenguaje emocional (transmitir la información no verbal), y entretener a los miembros de la red; pero con el tiempo, los emoticonos maduraron en la gran variedad de símbolos codificados con un significado a menudo más complejo y contextual que la expresión directa de la emoción. Estos rasgos de los emoticonos los relacionan con los memes, que a menudo sirven como bromas internas de las comunidades digitales (Milner, 2016).

No obstante, los memes han madurado hasta convertirse en los principales instrumentos narrativos en la web (Burgess, 2008), extendiéndose desde herramientas de entretenimiento a medios para la deliberación política y social. En los últimos años, los usuarios de las redes sociales han venido empleando este lenguaje de la comunicación en internet para interpretar las noticias, debatir sobre temas sociales y realizar campañas políticas en favor o en contra de una amplia diversidad de causas. Asimismo, la circulación de memes tiene una vívida función social cuando las personas discuten y forman normas o valores sociales a través de los memes; ya que cuando los usuarios respaldan o ajustan los memes,

¹¹ Por ejemplo, :)

al hacerlo están de acuerdo o en desacuerdo con las normas y valores que promueven estos textos de difusión. Por lo tanto, los memes son un sitio de impugnación de identidades colectivas, o según Cortés (2018) un nuevo “Muro de las Lamentaciones”; es el escenario donde lo hegemónico se encuentra con la alternativa y el público elige al ganador haciendo clic en “me gusta” o “me enfurece” y, lo más importante, en “compartir” (Gal et al., 2016).

En síntesis, los memes son un fenómeno de la cultura de internet y son notablemente versátiles para generar significado, compartir emociones y captar la atención en el entorno saturado del internet; el texto inicial puede ser un *hashtag*¹², una imagen expresiva con un eslogan, un tuit pegadizo, un comentario interesante, un video de YouTube o cualquier unidad de expresión digital, siempre que transmita cierto significado o emoción, y anime a otros a agregar algo al contenido o la forma del meme. Esto es exactamente lo que hace que los memes de internet sean una potente herramienta de deliberación política en una sociedad digital: son relajados y accesibles, pero notablemente influyentes.

Usos políticos de los memes

Con el auge de la telefonía móvil y la preponderancia de aplicaciones que permiten a los usuarios tomar fotos, editar y cargar rápidamente información, transmitir videos en vivo, entre otros, el individuo promedio está tecnológicamente habilitado hoy por hoy para participar activamente en la guerra cognitiva. En efecto, desde comienzos del siglo XXI, activistas en todo el planeta han salido a las calles para protestar contra la globalización neoliberal, la corrupción, las desigualdades o los efectos del cambio climático. Estas protestas masivas en los países desarrollados y en vías de desarrollo han hecho uso de imágenes dramáticas y formas de acción espectaculares diseñadas para atraer el interés de los principales medios de comunicación, haciendo también buen uso de las nuevas tecnologías de los medios como los teléfonos inteligentes y, sobre todo, el ciberespacio.

Estas tecnologías de la comunicación basadas en la Web 2.0 facilitaron los objetivos políticos y aspiraciones organizativas de los ciberactivistas y de la nueva ola de movimientos sociales (Cottle, 2006); como han sugerido los investigadores de la ciberprotesta, “parece que la estructura fluida y no jerárquica de internet y la de las coaliciones de protesta internacional resultan una buena combinación, por

¹² El *hashtag* o numeral (#) en Twitter nació el 23 de agosto de 2007, cuando Chris Messina propuso a través de un tuit el uso de este símbolo para futuras etiquetas que permitiesen agrupar mensajes relacionados a un tema en particular.

lo que no es coincidencia que ambas puedan ser etiquetadas como una red de redes" (van Aelst & Walgrave, 2004, p. 121). Además, como lo señala Bennett (2003):

Cuando las redes no están controladas de manera decisiva por centros organizativos particulares, encarnan el potencial de internet como una esfera pública relativamente abierta en la que las ideas y los planes de protesta pueden intercambiarse con relativa facilidad, rapidez y alcance global, todo sin tener que depender de los medios de comunicación o canales de información tradicionales (p. 20).

En este contexto, Denisova (2019) afirma que la comunicación política "en línea" se compone principalmente de tres capas superpuestas: la primera capa tiene que ver con la información, ya que es un activo muy valioso que las redes digitales preservan y que los activistas pueden utilizar para alcanzar sus objetivos; y si bien las élites pueden imponer control sobre los medios tradicionales e incluso regular la libertad de expresión (Trottier, 2012), aún no han establecido un aparato legal y tecnológico lo suficiente robusto como para frenar la comunicación en línea (Shirky, 2011).

Adicionalmente, aunque las personas pueden no estar involucradas directamente con los debates políticos, si pueden ver la información política importante a través de las fuentes de noticias de sus contactos en redes sociales o como hipervínculos en los sitios web por los que navegan. Debido a esta implícita educación política a la que Zuckerman (2017) define como "capacidad latente", las personas pueden obtener una conciencia mínima de los temas y debates políticos; entonces, si en algún momento la situación política interfiere con los intereses personales de los usuarios, estos podrán movilizar la capacidad latente de la conciencia política acumulada, ya que estarán equipados con la información necesaria y estarán al tanto de los grupos e individuos en línea que son políticamente activos y pueden proporcionar más información¹³.

La segunda capa es el de las conexiones. Basado en el concepto de sociedad en red de Castells (2007), puede afirmarse que el mundo está cada vez más conectado a los rápidos canales de comunicación que pasan por alto las limitaciones de tiempo y espacio para intercambiar información e ideas, y de dicha manera, relacionar a personas y comunidades alrededor del mundo. En consecuencia, las oportunidades de participación aumentan la exposición de diversas

¹³ La conciencia política y las redes de contactos útiles permanecen latentes, pero ya forman el trasfondo del ecosistema de comunicación de los usuarios en red.

ideologías políticas, así como también promueven las acciones de sus partidarios; por consiguiente, la difusión y la ubicuidad, así como el hábito normalizado del uso y la alfabetización digitales en rápido crecimiento, amplifican la visibilidad de la deliberación política en línea (Couldry, 2012).

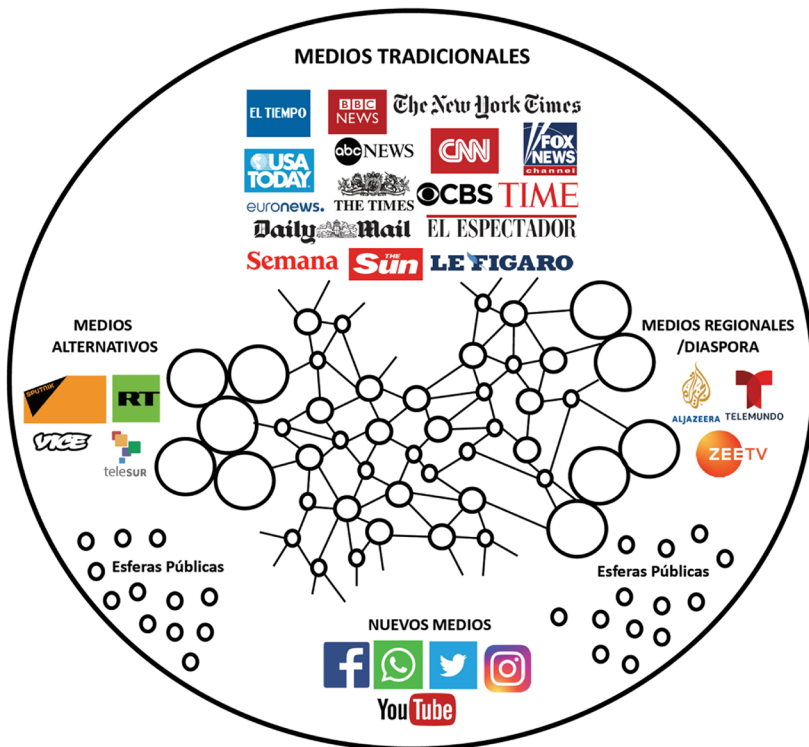
Por último, la tercera capa hace referencia a los nuevos formatos de comunicación, en el que el diseño de muchas redes digitales sugiere varias opciones para que los usuarios participen en la política digital, desde aquellas que requieren poco esfuerzo hasta las que consumen más tiempo y energía. Asimismo, las campañas de *crowdfunding* habilitadas por las plataformas digitales facilitan la difusión de información, la recaudación de dinero y la comunicación con los seguidores, brindando amplias oportunidades de participación ciudadana.

Por lo tanto, los novedosos géneros de comunicación, como hashtags, tuits, *snaps* y, por supuesto, memes, crean nuevos medios de expresión que no existían antes de la era digital (Lindgren, 2017). En este sentido, Shifman (2014) sugiere que los memes políticos basados en internet cumplen tres funciones entrelazadas: 1) Como formas de persuasión o defensa política; 2) Como potencializador de la acción coordinada de los ciudadanos; y 3) Como modos de expresión y discusión pública.

Esto hace que estos formatos digitales creativos sean especialmente atractivos para los usuarios de internet, ya que son su vehículo de información, opinión y comunicación. No obstante, si bien internet no es una panacea para las desigualdades de poder estratégico y simbólico movilizado en y a través de los medios de comunicación, evidentemente contiene un potencial socialmente activado para desestabilizar e interrumpir los flujos verticales de comunicaciones que anteriormente estaban institucionalmente controlados “de arriba hacia abajo”, insertando una red comunicativa horizontal en un entorno más amplio de comunicaciones.

Por ende, la forma en que los diferentes flujos de la esfera mediática contemporánea se entremezclan e influyen recíprocamente entre sí, se ha convertido inevitablemente en un dominio clave para la guerra política mediatizada, ya que esta nueva ecología de los medios (Figura 1), contiene más oportunidades políticas para las voces y opiniones disidentes que en el pasado y estas se están comunicando a través de redes complejas que vinculan los flujos de comunicación y medios alternativos y convencionales. Ahora bien, el entorno político de cada país determina los modos y limitaciones del activismo político en línea, ya que en regímenes represivos como Venezuela o Cuba, el activismo digital alternativo puede estar restringido a prácticas de remezclas y disidencia mediada, mientras que en regímenes liberales como el de Colombia se permite y se garantiza las movilizaciones y acciones colectivas.

Figura 1. Esfera mediática



Fuente: elaboración propia.

Los nuevos medios, entonces, agregan nuevos ingredientes comunicativos a la mezcla de ecología de los medios, así como las posibilidades de nuevas formas de política y protestas mediatizadas. Aunque es poco probable que desplace los repertorios tradicionales de protesta realizados en otros lugares o la necesidad de cobertura en los medios más convencionales, la capacidad de las nuevas tecnologías para apoyar y sostener coaliciones dispersas de manifestantes y nuevas formas de organización política se han evidenciado dramáticamente en los últimos eventos como las protestas en Colombia del 21 al 26 de noviembre de 2019 (Figura 2).

La estrategia de protesta social de Gamson (1975) ayuda a identificar los requisitos que facilitan o desafían el desarrollo de la comunicación disidente; esta teoría también permite analizar si la resistencia digital en cada entorno particular tiene la capacidad de transformarse en acción *offline*. Una protesta social involucra a un grupo de personas que quieren movilizar a las multitudes pasivas contra un antagonista que se encuentra fuera de la audiencia; para tener éxito, el grupo de

protesta necesita definir estratégicamente su objetivo, movilizar a tantos seguidores como sea posible y, si se puede, madurar gradualmente desde los tiempos de estabilidad hasta los momentos de turbulencia (Gamson, 1975).

Figura 2. Meme 21N



Fuente: Creativos Latam.

Por su parte, la teoría de la oportunidad política destaca tres componentes vitales que facilitan el desarrollo del activismo político (Kitschelt, 1986): la conciencia insurgente, las fortalezas organizativas y las oportunidades políticas. Las tácticas de guerra memética y las formas artísticas no convencionales de activismo, como la producción de arte politizado y la distribución de textos satíricos en línea, pueden señalar los problemas de agravios comunes y unir al público de protesta en torno a estos temas. Los activistas políticos utilizan los memes para promover

la “conciencia insurgente”, que se refiere al sentimiento compartido de privación e injusticia en una comunidad (Tarrow & Tollefson, 1994).

Sin embargo, el reconocimiento de las quejas colectivas y las demandas de cambio no es suficiente para motivar a la gente a organizarse para un disenso, ya que se requiere un liderazgo convincente y los recursos suficientes que posee la organización de protesta para reclutar y movilizar a los protestantes (Kitschelt, 1986). Además, incluso con la existencia de estructuras disidentes establecidas y una clara identificación de los objetivos y métodos de las protestas, debería existir otro componente: el de la oportunidad política. Este concepto implica que el sistema político es vulnerable a un desafío que los movimientos sociales pueden promover y capitalizar, bien sea como resultado del pluralismo político, la división dentro de las élites o el aumento del derecho al voto político (Amenta et al., 2010).

El auge de las redes sociales también ha aumentado la capacidad para expresarse políticamente, y es una fuerza influyente que puede envalentonar la participación en la comunicación disidente, a través de distintas tácticas e instrumentos, como los memes políticos. Como ya se ha mencionado, los memes son conductos vacíos de la nueva ecología mediática que cualquiera puede llenar con significado o comentarios, convirtiéndose en uno de los “patrones emergentes de las conversaciones públicas” (Milner, 2016, p. 1). Un meme no pertenece a ningún grupo o comunidad específica, y aparentemente no tiene ninguna afiliación política o cultural inherente, por lo cual el carácter autónomo y no alineado de los memes alimenta la aparente idea de su “independencia” de aquellos que detentan el poder.

En el pasado, las figuras públicas, instituciones y medios de comunicación tradicionales marcaban la agenda política y actuaban como “guardianes” de la información; pero en el ciberespacio, la vigilancia es más fluida y existe una jerarquía en la red en la cual las personas con más seguidores y un acceso a redes de personas con un alto número de seguidores, pueden llegar a ser más visibles cuando difunden memes (Nahon & Hemsley, 2013). Al mismo tiempo, la vigilancia no se limita a los grandes jugadores, ya que incluso los usuarios con un número bajo de seguidores y conexiones pueden aún difundir un meme que puede llegar a ser viral, siempre que sea elegido por otras personas con mayores conexiones y, por lo tanto, tenga como resultado un efecto de bola de nieve. En consecuencia, las fuerzas institucionales y los usuarios más populares sirven como guardianes primarios, si bien el control de la red permite que incluso jugadores pequeños actúen como guardianes y proveedores de contribuciones creativas (Milner, 2016).

En este contexto, los memes se han convertido en instrumentos influyentes en la comunicación política, utilizados para moldear el discurso, movilizar simpatizantes y señalar lealtades (Tabla 4).

Tabla 4. *Meme → Emoción → Efecto estratégico*

Fase	Dinámica comunicativa	Mecanismo psicológico	Resultado cognitivo	Efecto estratégico potencial
1. Meme	Imagen condensada + texto breve + referencia cultural compartida	Activación rápida de reconocimiento (Sistema 1)	Simplificación narrativa	Reducción de complejidad política
2. Estímulo emocional	Humor, indignación, burla, miedo, orgullo identitario	Activación afectiva automática (heurísticas emocionales)	Evaluación rápida "a favor / en contra"	Polarización o alineamiento grupal
3. Internalización narrativa	Repetición, remezcla, validación social (<i>likes, shares</i>)	Sesgo de confirmación + pertenencia social	Normalización del marco interpretativo	Consolidación de identidades políticas
4. Difusión viral	Circulación en red, refuerzo algorítmico	Recompensa social y dopaminérgica	Incremento de saliencia cognitiva	Amplificación masiva del encuadre
5. Efecto estratégico	Meme se convierte en marco dominante	Atajo heurístico que sustituye análisis complejo	Decisiones basadas en narrativa simplificada	Influencia en conducta electoral, protesta o percepción institucional

Fuente: elaboración propia.

En las elecciones modernas y los movimientos sociales, es común ver memes utilizados como breves comentarios políticos. Mortensen y Neumayer (2021) señalan que los memes se han convertido en “una parte inevitable e intrínseca de la comunicación visual” (p. 2367) en el ámbito político. A menudo condensan ideas o emociones políticas complejas en una sola imagen o frase viral, lo que los convierte en potentes herramientas de encuadre. Una forma en que los memes afectan el discurso político es simplificando y replanteando temas mediante el humor o la sátira. Un meme bien elaborado puede resaltar un defecto percibido de un político o el absurdo de una política con mayor eficacia que un artículo extenso, precisamente porque aprovecha el impacto visual y el ingenio.

Este efecto no se explica únicamente por la brevedad o el ingenio, sino por la manera en que los memes activan atajos cognitivos (heurísticas), que simplifican la interpretación de la realidad política. Al condensar fenómenos complejos en imágenes simbólicas fácilmente reconocibles, los memes operan sobre heurísticas de disponibilidad, representatividad y anclaje, facilitando juicios rápidos con bajo esfuerzo deliberativo. De este modo, el meme no solo transmite una opinión, sino que pre-estructura la forma en que el receptor evalúa actores, políticas o acontecimientos.

Cuando estas representaciones simplificadas se internalizan y circulan masivamente, pueden influir en la formación de preferencias colectivas, orientar la toma de decisiones políticas y consolidar marcos interpretativos que condicionan el comportamiento social. Durante los ciclos electorales, por ejemplo, tanto simpatizantes como opositores generan memes que encapsulan meteduras de pata, eslóganes o escándalos de campaña, que luego circulan ampliamente. Estas narrativas meméticas pueden influir en la percepción pública de los candidatos: un meme memorable puede definir a un candidato como incompetente, elitista o agradable ante la opinión pública.

Los memes también se utilizan como herramientas de movilización política y activismo. Los movimientos de base suelen adoptar memes pegadizos para difundir su mensaje y fomentar la solidaridad. Un meme compartido entre simpatizantes puede fomentar un sentido de comunidad y motivar la acción colectiva, ya sea animando a la gente a asistir a una protesta o simplemente para concienciar. Gracias a su fácil compartición, los memes ayudan a los movimientos a eludir a los guardianes tradicionales y a conectar con audiencias digitales más jóvenes.

El impacto ideológico de los memes es particularmente notable en los últimos años. Los grupos de extrema izquierda o derecha, por ejemplo, se han vuelto expertos en el uso de memes para propagar ideas de lucha de clases o ideas nacionalistas de forma aparentemente desenfadada. Y estas comunidades en línea de los extremos políticos han convertido los memes en armas para difundir ideas radicales y de odio de forma aparentemente lúdica (Mortensen & Neumayer, 2021). Por el contrario, los contramovimientos utilizan los memes como armas satíricas para deslegitimar las narrativas extremistas. En esencia, los memes se han convertido en un campo de batalla para ideas políticas en pugna, donde cada bando intenta influir en el espíritu simbólico de la época (Tabla 5).

Tabla 5. Tipología de memes según orientación ideológica y función político-estratégica

Tipo de meme	Orientación ideológica característica	Rasgos discursivos centrales	Emoción predominante activada	Dinámica cognitiva explotada	Función política principal	Potencial estratégico en guerra cognitiva
Memes populistas	Narrativas pueblo vs élite; anti-establishment; simplificación moral	Polarización binaria; exaltación del "pueblo auténtico"; antagonismo moral; apelación a traición o corrupción	Indignación, resentimiento, orgullo identitario	Heurística de simplificación moral; sesgo de confirmación; pensamiento dicotómico	Movilizar emocionalmente; reforzar cohesión del bloque político	Facilitan la polarización estructural; erosionan confianza institucional; reducen complejidad deliberativa
Memes extremistas	Ideologías radicales (ultranacionalismo, supremacismo, radicalismo ideológico, etc.)	Lenguaje codificado; humor irónico como cobertura; uso de símbolos crípticos; ambigüedad intencional	Ira, humillación simbólica, superioridad moral	Desensibilización progresiva; normalización mediante humor; efecto de mera exposición	Reclutamiento gradual; radicalización incremental	Operan como puerta de entrada ideológica; desplazan lentamente los marcos normativos aceptables
Memes satíricos (críticos del poder)	Crítica transversal al poder político, económico o cultural	Parodia, ironía, exageración; desmontaje simbólico de autoridades	Burla, escepticismo, distanciamiento crítico	Reducción del aura de autoridad; reencuadre humorístico	Deslegitimación simbólica; cuestionamiento cultural	Pueden fortalecer deliberación crítica o, en exceso, erosionar toda forma de autoridad legítima
Memes contra-meméticos	Respuesta deliberada a narrativas dominantes o desinformación	Reapropiación de símbolos; inversión irónica; resignificación del mensaje original	Orgullo defensivo, cohesión reactiva	Metacognición narrativa; contraencuadre	Neutralización de propaganda adversaria	Funcionan como mecanismos de resiliencia cognitiva; disputan hegemonía simbólica
Memes nihilistas o despolitizadores	Cinismo político generalizado; rechazo transversal de toda autoridad	Humor absurdo; equiparación de todos los actores políticos; relativismo	Desapego, apatía, ironía fría	Desactivación de implicación moral; fatiga cognitiva	Desmovilización política	Pueden erosionar participación democrática y favorecer actores organizados
Memes conspirativos ideológicos	Narrativas de encubrimiento, traición o manipulación sistémica	Construcción de enemigo oculto; simplificación causal; apelación a revelación	Miedo, desconfianza, paranoia	Sesgo de proporcionalidad; búsqueda de causalidad intencional	Deslegitimizar instituciones; reconfigurar percepción de realidad	Fragmentan consenso epistemológico; alteran fase de Orientación (OODA/CECA)

Fuente: elaboración propia con base en Mortensen y Neumayer (2021).

La eficacia real de los memes políticos para cambiar mentalidades o comportamientos también ha sido objeto de estudio en los últimos años. Por ejemplo, Galipeau (2023) realizó un experimento de campo para determinar si la exposición a memes políticos puede alterar las actitudes de las personas. Los resultados indicaron que, en general, los memes tuvieron un mínimo efecto persuasivo directo: es decir, las opiniones fundamentales de la mayoría de las personas no se vieron influenciadas por unos cuantos memes. Sin embargo, y en algunos casos, el experimento detectó un efecto contraproducente: ver memes de un grupo político opositor tendía a reforzar las actitudes preexistentes de los partidarios, posiblemente incluso incrementando la polarización (Galipeau, 2023). Esto sugiere que, si bien los memes son omnipresentes en la comunicación política, su función puede ser más la de reforzar y dinamizar a la propia base (y satirizar a la oposición), que la de convertir a la gente a un nuevo punto de vista.

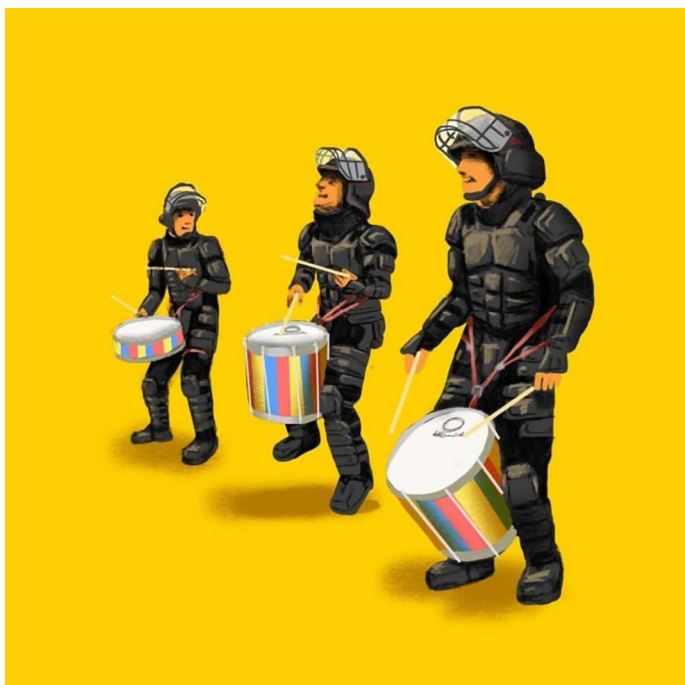
Los memes no son solo el vocabulario casual de la agenda de los nuevos medios; los usuarios los explotan como argumentos retóricos y simbólicos en la deliberación política, acogiendo las narrativas de la oposición política, las minorías y las culturas juveniles que están excluidos de la comunicación convencional. De acuerdo con Shifman (2014), la política, tanto en su sentido amplio como construcción social del poder, como en su sentido estricto como sistema de gobierno, está profundamente entrelazada con la construcción y consumo de memes de internet. En este orden de ideas, los memes políticos no serían necesariamente fenómenos del lenguaje, sino fenómenos con el lenguaje; es decir, el meme político “estándar” de internet es una “imagen subtitulada con letras gruesas, superpuesta para un efecto humorístico” (Metahaven, 2013, p. 30).

Un meme político es “un subgénero del meme de internet y aborda algún aspecto de la filosofía e ideología políticas” (Wiggins, 2019, p. 65); cualquier meme es inherente a la práctica ideológica, especialmente si el meme expresa una visión que es crítica, incluso de una manera abiertamente humorística, de las esferas política, social, económica, cultural, etc. El meme político, como un vehículo humorístico con contenido significativo, realza la lógica de la sátira, ya que es intertextual, desobediente y multivinculado con capas de conocimiento político y cultural (Denisova, 2019). Por consiguiente, la circulación de memes políticos en el espacio digital crea el ambiente carnalesco y una “alegre” resistencia (Figura 3), en el cual la gente intercambia bromas y se ríe, comenta sobre la sociedad, la cultura y la política, y debate sobre temas “acalorados”¹⁴.

¹⁴ Mientras que algunos memes políticos son muy serios, otros se enmarcan de una manera humorística, ya que la sátira y la ironía no cuestan nada y funcionan efectivamente; en efecto, las bromas, como las risas, son contagiosas, incluso si su intención es mortalmente seria. Los satíricos agregan diversión a la observación de la política colombiana, pero al mismo tiempo critican a los que están en el poder y resaltan las imperfecciones

Los memes se producen para significar algo y en el proceso de interpretación y comprensión, esto en realidad se convierte en un proceso de formación ideológica indicativo de una práctica ideológica. En otras palabras, las memes políticos son instrumentos discursivos de la esfera pública, adquiriendo en ocasiones un papel de desobediencia activa, lo que las convierte en armas políticas increíblemente peligrosas, ya que “suelen contener mensajes provocadores que convocan una opinión popular y son utilizados por muchos como herramientas para desinformar” (Cortés, 2018, p. 21). Al ser instrumentalizado como un formato ingenioso para compartir ideas y llamar la atención del público sobre temas específicos, la utilización de memes para la protesta social se relaciona con la reciente estrategia mediática de guerra cognitiva y, en una perspectiva histórica más amplia, con la propaganda política; parecen encarnar para la insurgencia política de la actualidad, lo que fueron los “posters revolucionarios” en los movimientos políticos del pasado.

Figura 3. *Meme Esmad*



Fuente: Creativos Latam (2019).

del sistema político; por ende, la sátira ha sido y sigue siendo una forma de criticar duramente a los líderes políticos, que es un componente bastante importante de la democracia, pero también puede llegar a socavar la autoridad y el respeto por las instituciones del Estado.

Impacto retórico y cultural de los memes

Los memes tienen un amplio impacto retórico, funcionando como una forma de discurso público que puede moldear opiniones y como productos culturales que influyen en la identidad y cultura compartida. Desde una perspectiva comunicativa, publicar o compartir un meme es similar a realizar un acto de habla: influye en la conversación. Grundlingh (2018) argumenta que los memes (especialmente las macros de imágenes humorísticas), funcionan como actos de habla, ya que compartir un meme es comunicar una postura o fuerza ilocutiva (ya sea burla, acuerdo, lamentación, etc.) que se entiende dentro de una comunidad. Por ejemplo, responder a una noticia con un GIF de meme popular podría representar el acto de ridiculizar o mostrar escepticismo sin necesidad de comentarios adicionales.

De esta manera, los memes permiten a las personas participar en conversaciones sociales de forma eficaz y concisa. Los memes también moldean la opinión pública y el discurso al enmarcar cómo se discuten los eventos y las cifras. A menudo aportan humor a debates serios, influyendo en el enfoque de eventos y figuras al destacar ciertos aspectos mediante la ironía o la exageración. Con el tiempo, la presencia de ciertos marcos meméticos (por ejemplo, retratar a una figura pública como despistada mediante chistes recurrentes), puede influir sutilmente en la percepción colectiva.

Desde la psicología cognitiva contemporánea, este efecto puede comprenderse a la luz de la teoría de procesos dual, la cual ha mostrado que los estímulos visuales y simbólicos activan de manera autónoma y rápida procesos intuitivos de Tipo 1, independientes de la memoria de trabajo y capaces de generar evaluaciones automáticas antes de cualquier deliberación consciente (De Neys, 2018). En este sentido, los memes (al condensar significado político en formatos visuales altamente procesables), explotan precisamente esta arquitectura cognitiva, debido a que activan asociaciones, emociones y juicios preliminares en milisegundos, configurando marcos interpretativos antes de que el procesamiento analítico (Tipo 2) tenga oportunidad de intervenir. Esta ventaja temporal explica en parte su eficacia retórica y su capacidad para influir en percepciones colectivas incluso cuando su contenido es humorístico o aparentemente trivial.

Este proceso de sedimentación memética no actúa únicamente en el plano simbólico, sino que interviene directamente en los mecanismos cognitivos mediante los cuales las personas procesan la información política. La repetición de marcos humorísticos activa heurísticas de disponibilidad y representatividad, facilitando juicios rápidos que requieren bajo esfuerzo analítico. Cuando ciertos

rasgos (por ejemplo, incompetencia, corrupción, traición, victimización) se asocian reiteradamente a una figura o grupo a través de memes, estos atributos se vuelven cognitivamente accesibles y orientan evaluaciones posteriores sin necesidad de deliberación consciente. Así, el meme no solo enmarca el debate, sino que reduce la complejidad decisional, preconfigurando la interpretación y condicionando la conducta política o social.

Culturalmente, los memes también contribuyen a la creación de comunidad e identidad, ya que compartir un meme indica pertenencia a un grupo cultural o ideológico particular. Quienes “captan” la referencia del meme se sienten conectados a través de un entendimiento mutuo. Mortensen y Neumayer (2021) señalan que los memes fomentan un sentido de identidad entre quienes aprecian el chiste, al tiempo que excluyen a quienes no lo captan. Esta dinámica de pertenencia/exclusión implica que los memes pueden fortalecer los vínculos dentro del grupo; por ejemplo, dentro de una comunidad de fans en línea o un grupo político, los memes que circulan internamente se convierten en un lenguaje compartido que refuerza la solidaridad grupal y distingue a “nosotros” de “ellos”. Los memes también son una forma de cultura participativa y a menudo tienen un tono opositor. Facilitan el comentario y la crítica desde la base.

Históricamente, la sátira y la parodia han sido herramientas de crítica social; los memes de internet continúan esta tradición en un nuevo medio. Mediante el humor y la ironía, los memes pueden desafiar la autoridad y cuestionar las narrativas imperantes con cierto grado de negación plausible (“es solo una broma”). Como señalan Mortensen y Neumayer (2021), géneros como la sátira y la parodia han servido durante mucho tiempo para exponer la hipocresía de los poderosos y desafiar los límites de la libertad de expresión. Hoy en día, un meme viral puede humillar públicamente a un funcionario corrupto o poner de relieve la injusticia social, propiciando un amplio debate. Este impacto cultural es significativo: refleja una democratización de la producción cultural, donde los usuarios comunes pueden influir en el discurso mediante la creatividad y el ingenio; los memes incluso han entrado en el lenguaje cotidiano, y ciertas referencias se han convertido en símbolos perdurables.

Aunque los memes de internet circulan globalmente, su uso e interpretación pueden diferir notablemente entre contextos socioculturales y políticos. Los memes suelen estar adaptados a los idiomas locales, estilos de humor y normas sociales, incluso cuando utilizan formatos reconocidos globalmente. Como observa Shifman (2014), los memes están arraigados en las culturas y estructuras

de poder locales; esto significa que el contenido de un meme puede reflejar fuertemente la sociedad de la que proviene.

En contextos políticos, la cultura y el tipo de régimen influyen en el uso de los memes. Por ejemplo, en democracias con libertad de expresión, los memes políticos pueden ser bastante directos y generalizados, burlándose abiertamente de líderes o políticas; por el contrario, en entornos autoritarios, los creadores de memes pueden recurrir a formas de humor más codificadas o sutiles para evitar la censura. La práctica subyacente (utilizar memes para expresar descontento), existe en ambos contextos, pero la ejecución varía según el nivel de riesgo. Mortensen y Neumayer (2021) sugieren que, en cualquier contexto, el humor memético traspasa fronteras: incluso en entornos represivos, los memes satíricos ponen a prueba los límites de lo que se puede decir, aunque a menudo mediante metáforas o alegorías.

En conclusión, si bien los memes son un modo de expresión global, sus matices suelen definirse localmente. Los memes eficaces hablan del conocimiento y las experiencias compartidas de su audiencia. El estudio comparativo del uso de memes revela cómo los formatos universales se ven afectados por significados locales. También muestra cómo los memes pueden servir como una lente para observar los valores y tabúes de una sociedad: aquello sobre lo que la gente decide bromear (o no) en forma de meme puede revelar mucho sobre el contexto socio-cultural del que surgen.

La guerra memética como dimensión del conflicto cognitivo

Los conflictos contemporáneos se desenvuelven cada vez más en el campo de batalla de la mente. Los adversarios buscan no solo derrotar físicamente a las fuerzas opuestas, sino también moldear percepciones, narrativas y creencias: una forma de guerra cognitiva. En este ámbito, la "guerra memética" se ha convertido en una potente estrategia, ya que implica la creación y difusión deliberada de memes en internet para influir en las opiniones, las emociones y el comportamiento colectivo en línea. Los memes, esas unidades culturales viralizadas como imágenes con texto, frases pegadizas o vídeos, pueden llegar a parecer triviales o humorísticos, pero transmiten poderosos mensajes políticos. En este sentido, el uso de memes como "armas" difumina la línea entre propaganda, operaciones

de información y guerra psicológica, aprovechando la naturaleza participativa y dinámica de las redes sociales para librar “batallas” sobre las narrativas y las ideas en la esfera pública (Giese, 2016). En esencia, la guerra memética expande el escenario del conflicto al ámbito cognitivo y cultural, donde ganarse la confianza del público objetivo es fundamental.

Al igual que en el resto del mundo, la sociedad colombiana vive actualmente en una era altamente mediatizada. Los intereses colectivos que ahora luchan por la legitimidad política, el cambio social o el reconocimiento cultural, lo hacen en su mayor parte en y a través de los medios de comunicación disponibles, ya sean medios tradicionales como la prensa y la radio, o los nuevos medios digitales e interactivos como el internet. Y al parecer, todos, desde presidentes electos hasta insurgentes y terroristas, buscan en los medios de comunicación promover sus objetivos estratégicos y lograr el apoyo popular a sus acciones.

Por lo tanto, todos los actores políticos reconocen el poder comunicativo de los medios de comunicación actuales, y los han convertido en un escenario preciado para librar los conflictos, ya que, en el actual entorno de la información globalizada, la capacidad de influir en la narrativa y la percepción de las sociedades se ha convertido, posiblemente, en la forma más relevante del ejercicio de poder astuto (Álvarez et al., 2018). Esta es una de las características distintivas de las G5G, en el cual los escenarios de guerra se trasladan más allá del físico (tierra, mar, aire, espacio exterior), para incluir los dominios informativo, social y cognitivo.

Según Álvarez et al. (2017), el escenario físico es el escenario tradicional de la guerra, donde una fuerza militar se mueve a través del tiempo y el espacio, y en el cual ejecutan sus operaciones y realizan la mayor parte de la guerra convencional. Por su parte, el escenario de información es aquel donde los actores estratégicos construyen, manipulan y difunden la información (en la actualidad, este escenario compromete principalmente al ciberespacio). El escenario social es aquel ámbito en donde los seres humanos interactúan e intercambian dicha información, formando narrativas y conocimientos compartidos, y tomando decisiones colaborativas a partir de ellos (por ejemplo, las redes sociales, los foros en línea, entre otras); a su vez, “es el ámbito de la cultura, la religión, los valores, las actitudes y las creencias, y donde se toman decisiones políticas relacionadas con la voluntad de la comunidad” (Álvarez et al., 2017, p. 192). Finalmente, el escenario cognitivo, permeado por el informativo y el social, es donde residen la intención, la doctrina, las tácticas, las técnicas y los procedimientos, y es el dominio donde surgen los conceptos decisivos y se toman las decisiones.

Con base en lo anterior, y en una era en la que las redes sociales han revolucionado los patrones de comunicación entre y dentro de las sociedades, las guerras podrían ser percibidas como la transmisión de realidades subjetivas (Cottle, 2006). Si la “guerra” es un “estado de conflicto”¹⁵ colectivo y organizado, que puede desarrollarse a través de hostilidades violentas y no violentas” (Álvarez et al., 2017, p. 152), dar forma a la narrativa de la guerra se ha convertido en un esfuerzo competitivo entre los que intervienen, los afectados por dicha intervención y terceros externos que intentan influir en la opinión pública (Kaspersen & Rickli, 2016).

A diferencia del internet 1.0, que proporcionó un flujo de información unidimensional y unidireccional desde la “plataforma” hasta el “consumidor”, la Web 2.0 proporciona una plataforma virtual de discurso interactivo, en la que el contenido es retroalimentado tanto por los que generan el contenido, como por aquellos que lo consumen. En consecuencia, ya que el intercambio de información es instantáneo, multidireccional e interactivo, el acceso a la Web 2.0 (por ejemplo, través de dispositivos móviles), ha creado una esfera pública global caracterizada por los principios habermasianos de accesibilidad e interacción inclusivas, que difícilmente puede ser controlado o sancionado por un solo ente estratégico. La información fluye sin restricciones a través de las fronteras y, cuando se difunde a través de las redes sociales, cualquier persona puede acceder a ella en cualquier momento y lugar. Por ende, la guerra practicada a través de hostilidades no violentas se sitúa dentro de este ciberespacio, en el que narrativas en competencia buscarían dar forma a la opinión pública.

Son estas narrativas las que a menudo marcan la diferencia entre un éxito operativo en el campo de batalla y la victoria estratégica en una guerra, tal como lo demostró la campaña mediática por parte de ciertos sectores políticos de oposición en Colombia, en condenar una operación tipo beta llevada a cabo por la Fuerza Aeroespacial Colombiana (FAC) en contra de la disidencia del frente séptimo de las FARC liderado por Rogelio Bolívar Córdoba (alias “Gildardo Cucho”), y en el cual murieron ocho guerrilleros menores de edad. La campaña mediática para deslegitimar el bombardeo a dicho campamento guerrillero (a través de redes sociales y los medios de comunicación convencionales), apelando a que allí se encontraban “niños”, logró el objetivo político de desestabilizar al Estado colombiano (recuérdese que el ministro de Defensa de aquel momento renunció), y minar momentáneamente la confianza de una parte de la opinión pública en las Fuerzas Militares, a pesar de que la operación militar contaba con el blindaje jurídico que exige un

¹⁵ Por “conflicto” se entiende una competencia por intereses y puntos de vista opuestos.

bombardeo, y cumplió con todos los protocolos que rigen el derecho internacional de los conflictos armados.

El caso anterior denota que los Estados y sus Fuerzas Militares están constantemente en el radar público y bajo un escrutinio local, nacional y mundial, aumentando la potencial “carga” política de la guerra; de ello se desprende que las operaciones de influencia y desinformación se están convirtiendo en instrumentos clave en la caja de herramientas de actores estatales y no estatales. Por consiguiente, en una era de discurso sociopolítico “posfáctico”, el control de la opinión pública en casa o en el extranjero se convierte en un vital centro de gravedad; y este control se logra o se mantiene a través de la difusión de narrativas estratégicas, en la cual las redes sociales se han constituido en una herramienta poderosa para librar dicha “batalla de las narrativas”. Además, la guerra de las narrativas para moldear las percepciones también está en el centro de las llamadas estrategias de “net-trolls” (Kaspersen & Rickli, 2016), las cuales inician discusiones e invitan a comentarios para que los contenidos que se consideren ofensivos o perjudiciales para las organizaciones y las personas sean legitimados por opiniones amistosas y de apoyo¹⁶.

Si bien la propaganda o las operaciones psicológicas (OPSIC) no son métodos novedosos en la guerra para moldear opiniones e influir en los resultados, la facilidad con la que se utilizan las redes sociales y las estrategias de manipulación digital en los campos de batalla de las G5G hace que los responsables políticos, los líderes militares y las agencias de inteligencia se vean obligados a reconocer que la guerra, en el ámbito de la información, se ha convertido en una parte integral de las operaciones militares modernas, y en el cual las plataformas de redes sociales desempeñan un papel cada vez más importante¹⁷.

En efecto, la transmisión de información se ha vuelto omnipresente, y a diferencia de los medios de comunicación convencionales, las redes sociales mejoran el alcance, la frecuencia, la permanencia y la inmediatez. Las redes sociales permiten la comunicación interactiva entre personas sin límites espaciales o de tiempo y ofrecen la oportunidad de transferir el contenido de cualquier mensaje en cualquier forma (vocal, visual, escrita), a cualquier individuo del planeta. Es decir,

¹⁶ No es sorpresa, por lo tanto, que el gobierno de la República Popular de China fabrica y publica alrededor de 450 millones de comentarios sociales al año.

¹⁷ La Fuerza de Defensa de Israel (FDI) ha sido una de las primeras organizaciones militares que utiliza las redes sociales como multiplicador de fuerzas en el campo de batalla; y el Ejército Británico estableció en 2015 una fuerza especial en las redes sociales para participar en una guerra no convencional en la era de la información.

las redes sociales se han convertido en un amplificador de ideas, un creador de significado y también en un generador potencial de conflictos¹⁸.

Como herramienta para organizar operaciones, las redes sociales y la tecnología de telefonía móvil brindan múltiples canales redundantes para transmitir instrucciones y órdenes entre diferentes grupos en diferentes áreas. Por ejemplo, el Ejército de Liberación Nacional (ELN), ha sido una organización que ha utilizado las redes sociales como multiplicador de fuerza; y el uso inteligente de redes sociales también puede constituirse como una poderosa herramienta para reclutar y movilizar personas, ya que facilita la propagación de los mensajes y los valores de la organización al margen de la ley. Por extensión, las redes sociales también son una poderosa herramienta para llevar a cabo campañas de "conmoción y pavor", destinadas a disuadir la moral, cambiar la dirección y el resultado de una guerra, o incluso desencadenar una respuesta por parte de la esfera pública que proporcionará una ventaja estratégica.

En consecuencia, y de la misma manera en que la ciberguerra expandió las capacidades y operaciones de las modernas Fuerzas Militares hacia la seguridad y defensa cibernética, se requiere una visión más amplia por parte del Estado y las Fuerzas Militares de Colombia de las comunicaciones estratégicas en el campo de batalla en redes sociales. Por consiguiente, para comprender la naturaleza y alcance de los desafíos que presenta la instrumentalización de las redes sociales y de las narrativas como armas de guerra que pueden colocar en grave riesgo la seguridad nacional, se hace útil el uso del concepto de la "guerra memética".

La memética como vector de poder en la guerra cognitiva

La guerra cognitiva se refiere a las estrategias destinadas a influir en los procesos de toma de decisiones, creencias y percepciones del adversario; en lugar del uso de la fuerza cinética, las armas en este ámbito son la información y las narrativas que atacan la mente humana. La "guerra memética" puede entenderse como un subconjunto de la guerra cognitiva adaptada que opera a través del lenguaje de los memes en redes sociales, o como una OPSIC basada en la propaganda digital; por ende, si la guerra cibernética consiste en tomar el control de los datos, la guerra memética consistiría en tomar el control del diálogo, la narrativa y el espacio psicológico. En la concepción de la Organización del Tratado del Atlántico Norte (OTAN), se enmarca en las operaciones de información, representando la

¹⁸ Los nuevos desarrollos en tecnología, como la IA avanzada, harán que estos problemas sean aún más álgidos en el futuro próximo.

“competencia por la narrativa, las ideas y el control social en un campo de batalla en las redes sociales” (Giese, 2016, p. 69).

De acuerdo con Giese (2016), la guerra memética puede ser de carácter ofensivo, defensivo o predictivo. Puede implementarse de forma independiente sin el uso de la fuerza cinética, o puede emplearse junto con esfuerzos cibernéticos, híbridos o convencionales, buscando denigrar, perturbar y subvertir los esfuerzos del enemigo por controlar la narrativa, a menudo mediante el humor, el ridículo y la apelación emocional; en este sentido, la guerra memética es una forma de conflicto cognitivo al explotar los sesgos psicológicos y los marcos culturales a través de los cuales las personas interpretan la información. Si la propaganda tradicional y la diplomacia pública son formas convencionales de influir en las narrativas, la guerra memética es su contraparte “guerrillera”, que aprovecha la cultura de internet y el “troleo armado” para lograr efectos estratégicos, ya que un meme bien elaborado puede eludir el razonamiento analítico y anclarse en la mente de los espectadores, reforzando una narrativa o sentimiento específico (alegría, ira, disgusto) asociado a un mensaje político.

La tipología de memes según intencionalidad estratégica que se presenta en la Tabla 6 constituye una propuesta analítica original elaborada para fines de estudio en el marco de la guerra cognitiva. A diferencia de las clasificaciones existentes en la literatura sobre cultura digital (que suelen organizar los memes en función de su formato, circulación o función comunicativa), esta tipología adopta un enfoque teleológico, centrado en el propósito estratégico que orienta su diseño, instrumentalización o explotación dentro de un entorno de conflicto informacional.

El criterio clasificatorio no se basa, por lo tanto, en la morfología del artefacto digital ni en su viralidad, sino en la finalidad política, psicológica o estratégica que persigue el actor que lo emplea. Desde esta perspectiva, el meme deja de entenderse exclusivamente como fenómeno cultural participativo y pasa a conceptualizarse como vector operativo dentro de una arquitectura de influencia deliberada, susceptible de ser planificada, sincronizada y evaluada en términos de efectos estratégicos. Por ende, esta aproximación permite integrar el análisis memético dentro de los estudios contemporáneos sobre poder informacional y confrontación cognitiva, ampliando su utilidad más allá del ámbito descriptivo de la comunicación digital.

Al igual que la ciberguerra, la asimetría de la guerra memética es notable ya que puede ser muy eficaz en relación con su bajo coste y ejecución descentralizada. Una campaña viral de memes lanzada por un pequeño grupo de “comandos”

de guerra cognitiva puede influir en la opinión pública a una escala que rivaliza con las operaciones mediáticas patrocinadas por los Estados. Como señala Giese (2016), una guerra memética exitosa puede socavar la voluntad de lucha del adversario, movilizar a la propia base de apoyo, sembrar confusión y división en las filas enemigas y obtener el apoyo de públicos neutrales. De este modo, la guerra memética instrumentaliza el ADN cultural de la sociedad (sus símbolos, mitos y chistes internos), para implantar ideas favorables a la propia causa (o perjudiciales para la del oponente), en la mente colectiva. Esto convierte la guerra memética en una herramienta poderosa en los conflictos cognitivos, donde la victoria se define no solo por el territorio ganado, sino por las narrativas aceptadas y las creencias modificadas.

Tabla 6. *Tipología de memes según intencionalidad estratégica*

Tipo de meme según intención	Objetivo estratégico central	Lógica operativa	Público objetivo	Temporalidad	Riesgo sistémico
Memes de deslegitimación	Erosionar la credibilidad de líderes, instituciones o políticas	Ridiculización, caricaturización, repetición simbólica	Audiencias amplias, votantes indecisos	Mediano plazo	Debilitamiento progresivo de autoridad y confianza institucional
Memes de movilización	Activar participación, protesta o acción colectiva	Identidad compartida + emoción movilizadora	Base militante o simpatizantes latentes	Corto plazo	Radicalización de bases y escalamiento emocional
Memes de polarización	Intensificar división social y consolidar bloques antagonistas	Narrativas binarias (nosotros vs ellos)	Grupos ideológicamente definidos	Continuo	Fragmentación del espacio público
Memes de distracción	Desviar atención de temas estratégicamente sensibles	Saturación humorística, trivialización	Público masivo	Corto plazo	Desplazamiento de agenda pública
Memes de saturación informativa	Generar ruido y fatiga cognitiva	Volumen alto, ambigüedad, contradicción	Audiencias expuestas a crisis	Corto a mediano plazo	Paralización decisional
Memes de encuadre narrativo	Reconfigurar cómo se interpreta un evento	Simplificación simbólica de un marco explicativo	Público amplio o decisores indirectos	Mediano a largo plazo	Captura de orientación cognitiva

Continúa en la otra página

Tipo de meme según intención	Objetivo estratégico central	Lógica operativa	Público objetivo	Temporalidad	Riesgo sistémico
Memes de normalización	Hacer aceptables ideas previamente marginales	Humor repetitivo, ironía estratégica	Audiencias jóvenes o culturalmente activas	Largo plazo	Desplazamiento gradual de límites ideológicos
Memes de provocación estratégica	Forzar reacción desproporcionada del adversario	Indignación calculada, manipulación emocional	Autoridades o grupos antagonistas	Inmediato	Generación de crisis reactiva
Memes de señalización identitaria	Marcar pertenencia ideológica o cultural	Símbolos compartidos, códigos internos	Comunidad cerrada	Permanente	Consolidación tribal
Memes de ingeniería perceptual	Instalar premisas para futuras decisiones	Fragmentos de evidencia, collage narrativo	Audiencias con capacidad de influencia	Mediano plazo	Condicionamiento anticipado del debate público

Fuente: elaboración propia.

La tipología de memes según impacto cognitivo (Tabla 7) constituye un modelo analítico orientado a identificar los mecanismos psicológicos activados por los artefactos meméticos y sus efectos individuales y colectivos en contextos de competencia estratégica. A diferencia de clasificaciones centradas en la forma o la función comunicativa, esta tipología se organiza a partir del tipo de alteración que el meme produce en los procesos mentales del receptor, considerando su interacción con los sistemas cognitivos descritos por la teoría de doble proceso (De Neys, 2018). En este sentido, el análisis distingue entre impactos emocionales reactivos, simplificadores heurísticos, confirmatorios, identitarios, narrativos, desorientadores, normalizadores, performativos, deslegitimadores e ilusorio-epistémicos, cada uno asociado a vulnerabilidades específicas dentro del ciclo decisional (OODA/CECA)¹⁹. Este enfoque permite comprender que el meme no opera únicamente como contenido simbólico, sino como microdispositivo de intervención cognitiva capaz de acelerar juicios, colonizar criterios de evaluación, reforzar marcos ideológicos o erosionar la criticidad. Así, la dimensión memética se integra plenamente al estudio de la guerra cognitiva, al evidenciar cómo unidades aparentemente triviales de cultura digital pueden producir efectos acumulativos de alta relevancia estratégica.

¹⁹ Véase el capítulo 9 del volumen II de esta obra.

Tabla 7. Tipología de memes según impacto cognitivo

Tipo de impacto cognitivo	Mecanismo psicológico activado	Sistema cognitivo predominante	Efecto inmediato en el individuo	Efecto acumulativo colectivo	Fase del CECA más afectada	Implicación estratégica
Impacto reactivo-emocional	Activación afectiva rápida (ira, miedo, burla)	Sistema 1	Reacción instantánea; compartir impulsivo	Polarización emocional; tribalización	Criticar (disminuye análisis)	Acelera decisiones sin deliberación; favorece manipulación narrativa
Impacto heurístico-simplificador	Uso de atajos cognitivos; encuadres binarios	Sistema 1	Reducción de complejidad; juicio rápido	Consolidación de marcos ideológicos rígidos	Explorar (reduce alternativas)	Facilita construcción de realidades simplificadas y dicotómicas
Impacto confirmatorio	Sesgo de confirmación; búsqueda de coherencia	Sistema 1 + Sistema 2 sesgado	Refuerzo de creencias previas	Radicalización progresiva; burbujas cognitivas	Comparar (criterios colonizados)	Captura criterios de evaluación estratégica
Impacto identitario	Activación de identidad grupal (<i>ingroup/outgroup</i>)	Sistema 1 afectivo	Sentido de pertenencia; cohesión grupal	Formación de bloques antagonistas	Criticar y Explorar	Movilización política y social; legitimación de antagonismo
Impacto narrativo-estructurante	Encapsulamiento en un marco interpretativo	Sistema 2 parcialmente capturado	Reorganización del significado del evento	Internalización de narrativa dominante	Orientación (OODA) / Criticar-Comparar (CECA)	Redefine cómo se formula el problema estratégico
Impacto desorientador	Saturación informativa; ambigüedad deliberada	Sistema 1 sobrecargado; Sistema 2 fatigado	Confusión; indecisión; ansiedad	Fatiga cognitiva colectiva	Explorar y Adaptar	Paraliza capacidad adaptativa del decisor
Impacto normalizador	Repetición y exposición constante	Sistema 1 automatizado	Familiarización con idea extrema	Desplazamiento gradual de ventana de Overton	Adaptar	Reconfigura límites de lo políticamente aceptable
Impacto performático-conductual	Recompensa social (<i>likes</i> , validación)	Sistema 1 + refuerzo dopaminérgico	Conducta replicativa (compartir, protestar)	Movilización digital u <i>offline</i>	Adaptar	Traduce emoción en acción colectiva
Impacto deslegitimador	Ridiculización persistente	Sistema 1 emocional	Pérdida de credibilidad percibida	Erosión institucional	Criticar	Debilita confianza en instituciones
Impacto ilusorio-epistémico	Ilusión de conocimiento profundo (<i>evidence collage</i>)	Sistema 2 aparente	Sensación de comprensión sólida	Construcción de pseudorrealidades	Criticar y Comparar	Sustituye análisis técnico por narrativa convincente

Fuente: elaboración propia.

Finalmente, la guerra memética no está exenta de limitaciones y riesgos. Los memes se basan en la simplificación, resonancia emocional y viralidad, lo que puede convertirlos en instrumentos poco fiables, ya que a menudo sacrifican la precisión por el impacto, lo que puede resultar contraproducente o difundir desinformación involuntaria. Además, una vez difundidos, los memes pueden ser apropiados o “remezclados” por cualquiera, incluido el adversario. A pesar de estos desafíos, actores estatales y no estatales reconocen cada vez más los memes como un importante campo de batalla; desde grupos terroristas hasta “granjas de trolls” patrocinadas por los Estados, existe una creciente evidencia de que una amplia gama de actores participa en contiendas de influencia memética (Giese, 2016).

En este orden de ideas, la guerra cognitiva en el siglo XXI exige que se analice y se comprenda a los memes no como meros efímeros de internet, sino como narrativas estratégicas condensadas en un formato visual compartible. En las secciones que siguen, se explora cómo se desarrolla esto en la práctica al examinar la guerra memética en la propaganda juvenil de China, la ofensiva informativa pro-Ucrania de NAFO y los movimientos de protesta colombianos.

Campaña de propaganda juvenil en China y resignificación del discurso estatal

La República Popular de China ha experimentado cada vez más con la cultura de internet en sus campañas de propaganda, especialmente dirigidas a la juventud. Un ejemplo ilustrativo es la campaña “Estudio Juvenil” de la Liga de la Juventud Comunista del Partido Comunista, una iniciativa nacional que animó a los jóvenes chinos (a menudo estudiantes universitarios), a participar en módulos semanales de estudio patriótico en línea, lo que, sin querer, generó un floreciente ecosistema de memes (Cui, 2024). En lugar de consumir pasivamente contenido oficial, los jóvenes participantes respondieron creando y compartiendo memes sobre la campaña. Este contenido memético generado por los usuarios varió del entusiasmo al irónico, resignificando eficazmente el discurso estatal de maneras inesperadas (Zhang & Kang, 2022).

Un estudio reciente de Cui (2024) analizó una muestra de 200 memes creados en la campaña de propaganda en cuestión, y los hallazgos mostraron que los jóvenes participantes mantuvieron diferentes distancias de la política a través del juego memético. Emplearon estrategias creativas (humor negro, hipérbole, referencias a la cultura *pop* y parodia), para representar dos roles arquetípicos y varios escenarios recurrentes relacionados con la campaña “Estudio Juvenil” (Cui,

2024). Por un lado, estaban los “seguidores encantadores y brillantes”, es decir, estudiantes que completaron su estudio patriótico semanal y fueron representados como orgullosos, afortunados o virtuosos. Por el otro estaban los “rompedores abandonados y perseguidos”, es decir, aquellos que no completaron los módulos, retratados con humor como delincuentes o víctimas de la desgracia.

Acompañando estos roles se presentaron cuatro escenarios principales de memes que los participantes construyeron: “amenaza tierna”, “súplica humilde”, “política divertida” y “resistencia velada”. Por ejemplo, un meme de “amenaza tierna” podría usar un adorable personaje de dibujos animados junto con una advertencia para realizar el “Estudio Juvenil”, combinando la intimidación con el humor. Un meme de “súplica humilde” podría mostrar una mascota oficial suplicando a los estudiantes que participasen en la campaña. Los memes de “política divertida” bromeaban abiertamente sobre el contenido político, mientras que la “resistencia velada” criticaba o subvertía sutilmente el mensaje de la campaña de propaganda de la Liga de la Juventud Comunista.

Mediante estas maniobras creativas, los internautas juveniles chinos transformaron un programa de propaganda verticalista en una forma de cultura digital participativa, capaz tanto de apoyar como de satirizar la agenda del Estado. En otras palabras, este proceso condujo a la (des)politización y resignificación de la propaganda oficial, ya que el lenguaje rígido de la ideología socialista china se mezcló en lo que Zhang y Kang (2022) denominan “memes socialistas atrevidos”. Estos memes toman eslóganes socialistas o imágenes icónicas (por ejemplo, carteles de la era Mao o frases del Partido), y los insertan en conversaciones cotidianas en línea para lograr un efecto cómico. Según afirman Zhang y Kang (2022), a medida que estos memes se difundían, el lenguaje oficial del socialismo se imbuía de nuevos significados apolíticos relacionados con las experiencias cotidianas de las personas; es decir, el discurso propagandístico, originalmente destinado a inculcar ideología, se convirtió en fuente de chistes, expresiones personales y referencias a la cultura pop.

Un entrevistado en el estudio llevado a cabo por Zhang y Kang (2022) explicó que estos memes son ambiguos en su politización: “Si dices que es político, es como si las subculturas de internet estuvieran incorporando el discurso político dominante (...) Si dices que es apolítico, es como si deconstruyéramos el discurso dominante. Deja de ser serio. Se convierte en entretenimiento. Así que (...) tenemos ambas cosas a la vez” (citado en Zhang & Kang, 2022, p. 3044). Este sentimiento captura la naturaleza dual del panorama de la guerra memética en la República

Popular de China: por un lado, las autoridades intentan involucrar a los jóvenes con narrativas aprobadas por el Partido Comunista mediante contenido moderno y compartible; y por otro, los jóvenes se reapropian de ese contenido de maneras que diluyen y transforman su intención original.

Desde una perspectiva de la guerra cognitiva, el caso chino revela una compleja interacción entre las narrativas estatales y la cultura participativa de los memes. El despliegue de memes por parte del Estado chino a través de campañas como “Estudio Juvenil” ilustra un intento de “militarizar” la cultura de los memes con fines propagandísticos, difuminando la propaganda en el uso cotidiano de las redes sociales. De hecho, la campaña movilizó a muchos jóvenes para difundir contenido patriótico de forma lúdica, generando, a su vez, presión social para unirse (nadie quiere ser el “rompedor” excluido del chiste), y haciendo que la propaganda pareciera “genial”.

Al mismo tiempo, el fenómeno de la resignificación pone de relieve una dinámica ascendente, en el que los internautas, mediante la creatividad colectiva, adquirieron autonomía para definir el verdadero significado del discurso oficial en la práctica. Zhang y Kang (2022) argumentan que los usuarios de memes participaron en la (re)significación del discurso socialista, enriqueciendo sus significados más allá de las definiciones autorizadas del Partido; aunque la mayoría no pretendía desafiar abiertamente al Partido, su irreverente remezcla desestabilizó el significado dominante de la propaganda, volviéndola menos “preferida” que otras alternativas (Zhang & Kang, 2022). En efecto, el poder para moldear la narrativa cambió sutilmente; al convertir las frases propagandísticas en parte del chiste cotidiano, los jóvenes les restaron solemnidad y gravedad ideológica. Esta tendencia despolitizadora conlleva una paradójica trascendencia política, ya que abre un espacio para una visión más crítica o, al menos, menos reverente del discurso oficial.

En suma, el uso de la guerra memética por parte del Estado chino en la campaña “Estudio Juvenil” logró resultados estratégicos dispares (Zhang & Kang, 2022). Si bien generó una alta participación ya que millones de memes le dieron a la campaña un alcance sin precedentes e integraron mensajes propartido en la subcultura juvenil, la naturaleza horizontal de la difusión de los memes, impulsada por los usuarios, impidió que el Partido controlara por completo la narrativa. La propaganda estatal fue apropiada y remezclada de maneras que introdujeron ambigüedad, reforzando de manera simultánea algunos temas nacionalistas y subvirtiendo otros mediante la sátira o la “resistencia velada”; este caso subraya que la guerra memética, en un contexto autoritario, es un arma de doble filo.

La incursión del Estado chino en la propaganda basada en memes demuestra que para conquistar a los jóvenes, debe hablarse el idioma nativo del humor en internet. Sin embargo, una vez que se abre esa puerta, el público se convierte en participante de la creación narrativa, lo que potencialmente diluye el control vertical. Desde la perspectiva del conflicto cognitivo, las campañas meméticas de China ejemplifican cómo las narrativas estratégicas deben adaptarse a la lógica memética y cómo la creatividad colectiva de las comunidades en línea puede reformular el discurso oficial en la batalla por los corazones y las mentes.

NAFO: operaciones de información basadas en memes en la guerra ruso-ucraniana

En marcado contraste con la campaña memética liderada por el Estado chino, la “Organización de Amigos del Atlántico Norte” (NAFO por sus siglas en inglés) representa un colectivo de base que participa en la guerra memética. NAFO surgió en 2022 como una comunidad en línea de activistas proucranianos, unidos por el uso de un avatar meme de un perro *Shiba Inu* (al cual denominan el “amigo”) para troleear a funcionarios y propagandistas rusos en la red social X (antes Twitter) y otras plataformas. Si bien no es una entidad oficial, NAFO se ha convertido en una alianza de facto para la guerra cognitiva, que utiliza el humor, el ridículo y tácticas de guerrilla digital para contrarrestar la narrativa rusa en la guerra ruso-ucraniana (Johais & Meis, 2024).

Las operaciones meméticas de NAFO pueden ser consideradas como una respuesta a la maquinaria de propaganda rusa; en lugar de combatir la desinformación rusa con las tradicionales verificaciones de datos o declaraciones oficiales, los voluntarios de NAFO la atacan con “memes de alto nivel” y un constante sensacionalismo, inundando las redes sociales con mensajes pro-Ucrania y burlándose de los argumentos de Rusia. Esta estrategia invierte el guion del dominio informativo de un Estado autoritario: una red dispersa de usuarios anónimos de internet logró tomar la iniciativa en el espacio informativo mediante agilidad y creatividad. Según Johais y Meis (2024), NAFO actúa como un actor bélico transfronterizo que atraviesa el campo de batalla virtual y físico, y ejerce una agencia hipermemética para ganar la guerra cognitiva contra los rusos.

Y su arma principal es la narrativa memética, es decir, un flujo constante de memes, chistes internos y fragmentos narrativos que, en conjunto, promueven una narrativa pro-Ucrania y anti-Kremlin. Empero, un sello distintivo de la guerra memética de NAFO es su naturaleza colectiva y participativa, en donde se

involucra activamente a los usuarios en la compartición, recreación, remezcla e imitación de contenido de memes que se alinea con las narrativas de NAFO. Cada meme, ya sea una imagen del avatar de un *Shiba Inu* con uniforme ucraniano o una descripción satírica sobre los fracasos militares rusos, puede ser copiado y modificado rápidamente por otros, creando un efecto multiplicador (Figura 4).

Figura 4. Campaña de NAFO para recaudar fondos para drones navales ucranianos



Fuente: UNITED24 (2022).

Esta práctica hipermemética colectiva es lo que le otorga a NAFO su capacidad de acción y resiliencia (Johais & Meis, 2024), ya que no se trata tan solo de un meme ni de una salva memética, sino de un “enjambre” continuo de contenido que se va adaptando a los acontecimientos en tiempo real. Por ejemplo, cuando el gobierno alemán finalmente acordó enviar tanques Leopard a Ucrania en 2023, los simpatizantes de NAFO inmediatamente produjeron memes celebrando la liberación de los Leopards con un *Shiba Inu* en un tanque y el ingenioso eslogan “Tanke schön” (“muchas gracias” en alemán). Entonces, estos memes no solo aportan humor, sino que también refuerzan una narrativa de apoyo occidental y empoderamiento ucraniano.

Desde un punto de vista estratégico, la guerra memética de NAFO ha tenido varios efectos. Internamente, ha forjado una comunidad muy unida de seguidores en línea, ya que el acto de crear e intercambiar memes sirve como un ritual de unión, al convertir “una red dispersa de usuarios de internet en una comunidad con un lenguaje común, unida en su oposición a Rusia” (Johais & Meis, 2024, p. 8). El avatar de NAFO se convirtió en un símbolo unificador; los miembros obtienen su

avatar personalizado de “amigo” donando a Ucrania, combinando la participación memética con acciones concretas (como la financiación de las capacidades de defensa ucraniana). Este efecto moral y de reclutamiento es significativo, ya que NAFO ha reunido y apoyado a soldados digitales voluntarios (los “amigos”) que se consideran parte de una causa significativa. Externamente, la narrativa memética de NAFO ha influido en la opinión pública y legisladores occidentales. Al presentar astutamente a Ucrania como el héroe desvalido y a Rusia como un villano, NAFO ayudó a cambiar la narrativa en línea en favor de Ucrania. Sus memes humorísticos y mordaces facilitaron que el público en general se identificara con la difícil situación de Ucrania y ridiculizara la propaganda del Kremlin.

El éxito de NAFO también pone de relieve cómo el humor puede utilizarse como arma en la guerra. Los memes permitieron a NAFO presentar contenido serio (guerra, atrocidades, ayuda militar), en fragmentos virales atractivos que se difundieron ampliamente. De acuerdo Johais y Meis (2024), la apariencia desenfadada de los memes atrajo a la gente a participar, aunque solo fuera compartiendo una imagen graciosa, ampliando así el alcance de NAFO. Pero bajo el humor se escondía una agudeza; los memes a menudo “implican una concepción dicotómica de sí mismos y del enemigo que ridiculiza, demoniza y deshumaniza al adversario” (Johais & Meis, 2024, p. 8). Esloganes como “muchachos contra *vatniks*” (jerga para referirse a los partidarios del Kremlin), presentan claramente el conflicto en términos de “nosotros contra ellos”, y los memes que representan a los soldados rusos como payasos u orcos sirven para erosionar la imagen del enemigo.

En términos de guerra cognitiva, esto es un arma de doble filo. Por un lado, fomenta la cohesión grupal: al igual que las unidades militares se unen a través de chistes privados, las “voces polifónicas de la mayoría” de NAFO, coordinadas mediante el humor, pueden contrarrestar colectivamente la propaganda del oponente. Por otro lado, la deshumanización del adversario mediante la sátira se convierte en una táctica de manipulación psicológica que puede intensificar el odio. Por consiguiente, el enfoque de NAFO, si bien efectivo, plantea cuestiones éticas: demuestra que no toda la guerra de memes es simplemente una estrategia de comunicaciones inocua; puede contribuir a un clima de polarización extrema donde el enemigo es visto como completamente absurdo o malvado, negando cualquier diálogo.

Desde la perspectiva de los actores estatales, NAFO demuestra el poder de la guerra memética no estatal en los conflictos modernos. Un pequeño grupo terrorista como ISIS demostró previamente la eficacia de la propaganda en redes sociales; NAFO, sin embargo, demuestra que incluso los civiles voluntarios pueden

convertirse en una fuerza memética coordinada que apoya el esfuerzo bélico de un Estado. NAFO esencialmente llenó un vacío en la guerra de información del lado ucraniano, operando con una agilidad e informalidad de las que carecen las comunicaciones oficiales del gobierno ucraniano. Esto indica un cambio más amplio: en el espacio de la batalla cognitiva, las redes descentralizadas de ciudadanos pueden actuar como multiplicadores de fuerza, amplificando una narrativa mucho más allá de lo que las campañas tradicionales de relaciones públicas estatales podrían lograr.

Como concluyen Johais y Meis (2024), el ejemplo de NAFO añade una perspectiva crítica sobre el papel del humor en la política mundial al ilustrar que lo que parece un movimiento espontáneo de memes en línea, de hecho, funcionó como un arma estratégica deliberada de comunicación en un importante conflicto geopolítico. En resumen, la guerra de memes de NAFO en la guerra ruso-ucraniana subraya la realidad de que, en la era digital, el dominio narrativo puede ser disputado por enjambres ágiles de propagadores de memes. Mediante el humor, la construcción de comunidades y un uso experto de la cultura de internet, NAFO ayudó a Ucrania a tomar la iniciativa en el ámbito informativo, contrarrestando la desinformación del Estrado ruso no con refutaciones formales, sino con burlas e ingenio viral. Esto ejemplifica la guerra memética como una dimensión clave del conflicto cognitivo, donde las narrativas estratégicas se libran con ejércitos de imágenes y hashtags, y donde la victoria puede depender de quién logre captar la atención del público en línea.

Guerra memética en las protestas del 21N y el 11S en Colombia

Más allá de la propaganda estatal o del conflicto interestatal, la guerra memética también ha influido en el malestar social y las protestas internas de los Estados. Las protestas sociales en Colombia del 21 de noviembre de 2019 (21N), y del 11 de septiembre en 2021 (11S), son ejemplos contundentes de cómo se desarrolló la guerra memética y narrativa en el contexto latinoamericano. Estos eventos no solo se caracterizaron por la movilización física en las calles, sino también por intensas batallas por el significado en el ámbito digital, un espacio en el que los memes, las etiquetas y las imágenes simbólicas funcionaron como armas tácticas y estratégicas. En efecto, diversos actores, incluyendo grupos al margen de la ley y agitadores extranjeros, hicieron uso de memes digitales y desinformación en línea para exacerbar las emociones públicas, deslegitimar a las autoridades y desestabilizar las instituciones del Estado colombiano. Por consiguiente, el caso

colombiano ofrece una perspectiva sobre cómo las tácticas de guerra memética pueden utilizarse en una democracia en tiempos de crisis, convirtiendo las protestas sociales en un frente del conflicto cognitivo.

En las protestas masivas, los memes suelen servir como “historias parciales” que cristalizan agravios o lemas en imágenes virales, difundiendo así la narrativa de la protesta (Ross & Rivers, 2017). Durante las protestas del 21N y 11S, innumerables memes circularon en Twitter, Facebook, Instagram y WhatsApp, enmarcando la lucha de forma visceral; algunos memes destacaron la violencia policial o la corrupción gubernamental con una sátira mordaz; otros fomentaron la solidaridad y la participación mediante referencias patrióticas o de la cultura *pop*. Esto refleja un fenómeno general observado por los académicos de la comunicación: los memes desempeñan un papel importante en la formación y difusión de narrativas políticas en las protestas, moldeando actitudes y comportamientos políticos.

Al presentar temas complejos (desigualdad, reformas tributarias, acuerdos de paz) en instantáneas atractivas y emotivas, los memes ayudaron a los manifestantes a ganar la “guerra de mensajes” en las redes sociales colombianas. De hecho, algunos académicos (Jenkins, 2008; Mosco, 2009; Kien, 2019), han demostrado que los memes de protesta pueden desafiar los ideales hegemónicos y, por sí mismos, servir como instrumentos de propaganda. Como argumenta Kien (2019), la comunicación memética funciona como una forma de expresión cultural autorreplicante, donde las imágenes y los textos convergen para generar resonancia emocional, señalización ideológica y circulación viral.

En este contexto, manifestantes colombianos, actores no estatales e incluso agentes de desinformación extranjeros han participado en una pugna de poder simbólico, reutilizando memes para movilizar simpatizantes, ridiculizar a los actores estatales y deslegitimar las narrativas opuestas. Los memes contra el gobierno colombiano funcionaron como una forma de resistencia creativa (por ejemplo, burlándose del entonces presidente Iván Duque como un personaje de dibujos animados), galvanizando a muchos protestantes y generando un sentido de identidad compartida a través del humor y de la sátira. Asimismo, también hubo memes progubernamentales que retrataban a los manifestantes como vándalos o peones políticos de la oposición, intentando así desacreditar el movimiento.

La dimensión semiótica de las protestas del 21N y el 11S en Colombia también revela cómo se desplegaron signos y símbolos para enmarcar las acciones estatales, legitimar la disidencia y movilizar comunidades afectivas en línea. La semiótica, que se refiere al estudio de cómo se construye y comunica el significado

(Saussure, 1959), ofrece, por lo tanto, una perspectiva crítica para desentrañar las dinámicas meméticas en juego. Semióticamente, los memes funcionan como textos ideológicos condensados, utilizando el lenguaje visual para codificar significados que resuenan con audiencias específicas; como constructos semióticos, los memes condensan el significado mediante la interacción entre el significante y el significado, aunque en las condiciones posmodernas del ciberespacio, esta relación se vuelve inestable.

Según Kien (2019), la memética digital opera en un ámbito de simulacros donde el “significante flotante” se separa de su referente original, lo que permite la reinterpretación y resignificación por parte de diferentes públicos. En el contexto colombiano, los memes durante las protestas del 21N y el 11S frecuentemente recontextualizaron símbolos políticos (como la bandera tricolor al revés o la silueta del Escuadrón Antidisturbios (ESMAD), para generar afecto y cuestionar el discurso hegemónico. Estos se convirtieron en lo que Kien (2019) llama “ensamblajes semióticos” que funcionan dentro de redes complejas de producción y recepción simbólica.

Es importante destacar que estos artefactos meméticos no solo reflejan sentimientos políticos, sino que también actúan como armas retóricas en lo que Kien (2019) denomina “política memética”. En este proceso, los memes digitales ofrecen una modalidad económica y de alto impacto para el “activismo de salón”, movilizand la identidad colectiva y el descontento. Por consiguiente, los manifestantes se apropiaron y transformaron los formatos globales de memes existentes (por ejemplo, “Novio Distraído”, “Drakeposting”) con contenido local, difundiendo los en Facebook, Instagram y WhatsApp para conectar con su entorno sociopolítico. Según Kien (2019), esta personalización estética fomenta la participación afectiva, eludiendo las instituciones políticas tradicionales, en consonancia con la dinámica de movilización horizontal observada durante el 21N y el 11S.

La dimensión semiótica se ve amplificada por lo que Kien (2019) denomina *política de la estética*: la jerarquización de la representación basada en imágenes sobre el debate basado en hechos. En el contexto de la posverdad de la polarizada sociedad colombiana, el valor de verdad de los memes pasa a un segundo plano frente a su viralidad, atractivo emocional y utilidad estratégica. Esto explica cómo narrativas contradictorias, como memes contra la brutalidad policial versus visuales de “orden y legalidad” enmarcados por el Estado, circularon en paralelo durante las protestas. El campo de batalla memético refleja, por lo tanto, lo que Kien (2019) describe como la *politización lúdica* del significado en entornos digitales.

El despliegue de memes en estas protestas puede analizarse a través de los conceptos de denotación y connotación de Roland Barthes (2010). A nivel denotativo, una imagen puede representar a un policía con equipo antidisturbios; a nivel connotativo, señala autoritarismo, represión o impunidad. Esta superposición de significados permitió que los memes de las protestas sociales funcionaran como subversiones semióticas, utilizando la propia imaginaria del Estado para cuestionar su legitimidad. Como señala Barthes (2010), esta es una forma de "creación de mitos", en la que las narrativas hegemónicas se interrumpen y se rearticulan a través del discurso visual.

Los memes en línea del 21N y el 11S también contribuyeron a la construcción simbólica de la identidad colectiva; en efecto, etiquetas como #NosEstánMatando e imágenes virales de protestas estudiantiles construyeron una narrativa de resistencia generacional, generando solidaridad entre usuarios dispersos y posibilitando lo que Castells (2000) describe como una *esfera pública en red*, donde las emociones y los marcos se transmiten con mayor rapidez que los ciclos mediáticos tradicionales. En el caso colombiano, estas narrativas fueron amplificadas por *influencers* digitales e incluso por bots, lo que sugiere la participación de actores tanto orgánicos como ficticios en el espacio informativo.

Además, los memes de protestas recurrieron a referencias históricas y culturales para potenciar su resonancia. Las referencias a Simón Bolívar, la resistencia indígena y los recientes escándalos de corrupción actuaron como anclajes intertextuales, reforzando la legitimidad de la disidencia. En términos semióticos, estos son ejemplos de "anclaje", donde el texto y la imagen se combinan para guiar la interpretación. Este anclaje estratégico aumentó la eficacia política de los memes, permitiéndoles servir como vehículos de memoria histórica e indignación moral.

La lucha semiótica durante el 21N y el 11S también revela la presencia de contranarrativas. Los actores progubernamentales desplegaron sus propios memes para deslegitimar las protestas, presentando a los manifestantes como vándalos o agentes extranjeros. Esta guerra memética antagónica subraya cómo la batalla por los signos es también una batalla por la legitimidad, la identidad y el control del campo narrativo. Como tal, el caso colombiano ejemplifica lo que Peters y Allen (2022) describen en el contexto ucraniano como el "frente memético", donde los símbolos visuales se convierten en indicadores de contiendas ideológicas y geopolíticas más amplias.

Un enfoque semiótico de la guerra memética durante las protestas del 21N y el 11S en Colombia revela que los memes no son distracciones triviales, sino

instrumentos centrales de la comunicación y la resistencia política. Codifican la memoria colectiva, señalan la oposición y construyen significado en tiempo real. En resumen, el caso colombiano ilustra cómo la semiótica memética permite a agentes de manipulación intervenir en el discurso político nacional. Como se observó durante el 21N y el 11S, la viralidad de los memes de protesta subraya no solo su eficacia comunicativa, sino también su potencial para moldear la memoria colectiva, replantear agravios y profundizar las divisiones ideológicas.

Adicionalmente, las autoridades colombianas y sus organismos de inteligencia observaron un aumento de desinformación que acompañó a los memes y las discusiones en línea en torno al 21N y las protestas de 2021. Aquí es donde, según se informa, actores ilícitos no estatales (como grupos guerrilleros u organizaciones criminales), y operaciones de influencia extranjera, entraron en la contienda. Siguiendo el ejemplo de la estrategia global de la guerra híbrida, estos actores buscaron manipular el entorno narrativo en su beneficio. Por ejemplo, funcionarios de inteligencia colombianos sugirieron que elementos vinculados a intereses venezolanos o redes de desinformación rusas amplificaron narrativas falsas en redes sociales para exacerbar los disturbios (Ellis, 2022; Realuyo, 2024). Algunas de estas narrativas llegaron en forma de mensajes virales de WhatsApp y memes que propagaron el pánico o el odio: noticias falsas sobre toques de queda inminentes, imágenes manipuladas de supuesta brutalidad policial o ataques a manifestantes, teorías conspirativas que enmarcaban las protestas como un complot extranjero, etc.

El uso de WhatsApp, en particular, fue notable. Como plataforma de mensajería privada con amplio alcance en Colombia, WhatsApp se convirtió en un vector ideal de influencia: permitió la rápida propagación entre pares de memes incendiarios y notas de voz que eran difíciles de rastrear o desacreditar para las autoridades. Los analistas destacan que WhatsApp ha sido una herramienta de gran alcance en la comunicación política colombiana y advierten que sus ventajas (encriptación, grupos cerrados) la hacen vulnerable a un uso indebido, lo que requiere un estudio cuidadoso de cómo fluye la información (y la desinformación) a través de ella.

Los objetivos de esta serie de tácticas meméticas y narrativas maliciosas eran claros: desestabilizar y erosionar la confianza del público. Al inyectar contenido polarizador y falsedades en el discurso de protesta, los actores hostiles esperaban intensificar la ira y la desconfianza ciudadana hacia las instituciones estatales. Este tipo de ataque cognitivo ataca los cimientos mismos de un Estado democrático: la confianza pública en el gobierno y el consenso fáctico. Restrepo (2023) observa que, en Colombia, la proliferación de noticias falsas y la retórica extrema

en las redes sociales puede afectar directamente la confianza ciudadana en la democracia, ya que la dinámica de las redes sociales durante eventos polémicos suele generar polarización y desinformación, lo que a su vez impacta en la confianza de los ciudadanos en las instituciones democráticas.

Tras el 21N y las protestas de 2021, las encuestas mostraron una disminución de la confianza en la policía y el gobierno, en parte atribuible a la amplia difusión de imágenes de presuntos abusos por parte de la policía nacional (algunas genuinas, otras manipuladas), que se viralizaron durante los disturbios. La percepción de brutalidad o incompetencia estatal, pero magnificada además por historias "memeificadas", se convirtió, en muchos sentidos, más significativa que cualquier comunicación oficial. En consecuencia, se desató una guerra memética en el cual quien dominara la narrativa, ya fuese "el gobierno es tiránico" o "los manifestantes son anarquistas violentos", influiría en la opinión pública.

Y la evidencia sugiere que la influencia maliciosa extranjera amplificó aún más las narrativas divisivas (US Department of State, 2023). Efectivamente, el caso colombiano presenta paralelismos con tendencias observadas en otros lugares, donde Estados antagonicos explotan las fisuras sociales en el extranjero mediante campañas de influencia en línea. Los investigadores especializados en desinformación observaron patrones que recuerdan a las operaciones de trolls venezolanos o rusos: por ejemplo, un aumento repentino de cuentas de Twitter sin antecedentes que se sumaron a las etiquetas de las protestas colombianas para difundir mensajes extremos, o la reutilización de plantillas de memes que habían aparecido en disturbios en otros países.

Si bien la atribución directa es difícil de lograr, el gobierno colombiano aludió públicamente a actores externos que se aprovecharon de las redes sociales para agravar los movimientos de protesta internos (El Tiempo, 20 de enero de 2020). Esta intromisión externa se alinea con lo que los académicos Arquilla y Ronfeldt (2001) teorizaron como la "guerra en red", es decir, un conflicto librado por actores en red (incluidos Estados, representantes y grupos descentralizados), que buscan influir en los resultados políticos y sociales de un país objetivo. En Colombia, la guerra en red se manifestó como una avalancha de contenido engañoso que puso al Estado en desventaja, obligándolo a adoptar una postura reactiva en el ámbito informativo.

En este orden de ideas, el efecto neto de la guerra memética y narrativa durante el 21N y el 11S fue una especie de tensión institucional. Cuando millones de personas reciben desinformación o memes manipuladores que presentan al

gobierno como el “malvado”, se cuestiona la credibilidad o autoridad del Estado. Durante las protestas, la ciudadanía se vio inundada de historias, tanto verdaderas como falsas, sobre las irregularidades del gobierno, hasta el punto de que discernir la realidad se volvió difícil. Y esta erosión de una realidad compartida es peligrosa; como señala Restrepo (2023), la abundancia de contenido distorsionado o engañoso está minando la confianza en la información en línea y, por extensión, socava la confianza en las instituciones que se supone deben defender la verdad y el orden. Actores como el Ejército de Liberación Nacional (ELN) avivaron esta erosión al fomentar el caos en línea; por ejemplo, las cuentas no oficiales del ELN en redes sociales glorificaron las protestas y difundieron memes que presentaban a los terroristas del ELN como “defensores” del pueblo contra un Estado “oligarca” y “represivo”. Estos mensajes buscaban deslegitimar el monopolio gubernamental de la autoridad y las armas, sugiriendo que la violencia contra los símbolos estatales era una revolución justificada y no un acto vandálico criminal (Álvarez & Alarcón, 2020).

Es importante aclarar que no toda la actividad memética en las protestas colombianas fue maliciosa u orquestada; gran parte de ella fue expresión orgánica de la ciudadanía. Sin embargo, la interferencia de actores malignos potenció los efectos polarizadores. Las redes sociales en Colombia se convirtieron en un campo de batalla en donde la difusión de narrativas destinadas a manipular y polarizar a la audiencia fue evidente, con la redistribución masiva de imágenes y videos (algunos fuera de contexto o manipulados) para difamar a la policía o a los manifestantes, según la agenda.

Esto coincide con los hallazgos globales de que, en contextos de protesta social, los memes pueden tener un doble uso: movilizan apoyo a causas genuinas, pero también pueden utilizarse como arma para inyectar propaganda (Makhortykh & González, 2020). En el caso de Colombia, los memes a favor de las protestas (antigubernamentales) a menudo transmitían fuertes mensajes emocionales y, en ocasiones, desinformación, mientras que los memes a favor del gobierno eran más sutiles o se ahogaban en el mar de información; en general, el ámbito de los memes favoreció en gran medida a los manifestantes.

Conclusiones

Por ahora, la tecnología no puede por sí sola cambiar al mundo; es decir, todavía se requiere de la acción humana (Lindgren, 2017). En este orden de ideas, si bien

las plataformas digitales que ha posibilitado la Web 2.0 no pueden por sí solas constituirse en un instrumento político, brindan oportunidades de empoderamiento para aquellos que buscan encontrar información imparcial, compartir opiniones diversas y poco ortodoxas, expresar sus puntos de vista no convencionales, conectarse con personas politizadas de ideas afines e incluso movilizarse para la acción (Denisova, 2019). Por consiguiente, actores políticamente activos utilizan la tecnología como una herramienta que les ayuda a alcanzar sus objetivos estratégicos, de forma similar a como un grupo de personas emplearían carteles, pliego de peticiones, mítines y reuniones.

Y si bien las redes sociales permiten una amplia gama de prácticas de mediación que no necesariamente reemplazan las actividades políticas en el escenario tradicional de la “plaza pública”, si las pueden complementar, sobre todo para las organizaciones no gubernamentales, los movimientos sociales y las iniciativas ciudadanas, que, entre otras, parecen verse fortalecidas por la comunicación digital. En este sentido la Web 2.0 no sustituirá por completo, al menos en el corto plazo, a la esfera pública basada en los medios de comunicación tradicionales, pero debido a su estructura interactiva y descentralizada, permite a las personas presentar sus perspectivas y posiciones de una manera ilimitada.

Por lo tanto, no puede desconocerse que la Web 2.0 está habilitando una nueva esfera pública que ayuda a que todos tengan voz y voto, y si quieren, puedan realmente incidir en las dinámicas políticas, sociales e incluso militares. En efecto, la frontera del ejercicio político *online* y *offline* ya no existe, debido a que en la actualidad los seres humanos viven en una sociedad digital en el cual la mayoría de la narrativa es digital o bien se encuentra habilitada digitalmente (Papacharissi et al., 2017). En consecuencia, las redes sociales proporcionan una plataforma crítica para la discusión política, incluida la expresión de opiniones políticas sobre candidatos políticos, eventos actuales y temas políticos, lo cual es en principio saludable para el ejercicio democrático en regímenes políticos liberales como el colombiano. Pero los individuos y los actores no estatales también se han convertido, gracias a la revolución digital y la creciente importancia de las redes sociales, en generadores de información, por lo que poseen la capacidad de confrontar y desestabilizar las instituciones democráticas.

De ello se desprende que la transformación digital del campo de batalla requiere una conciencia mucho mayor de la importancia de las narrativas para dar forma a las percepciones de éxito y fracaso. Esto implica una nueva forma de vigilancia por parte de todas las partes interesadas involucradas, ya que estas narrativas

pueden ser manipuladas, contrarrestadas, magnificadas o minimizadas mediante un uso dedicado de la estrategia de redes sociales que solo requiere las capacidades de unos pocos individuos y muy pronto de unos pocos Chatbots bien programados. Atacar las ideologías es una de las ofensivas más difíciles a realizarse, ya que estas se basan en ideas trascendentes y son problemas de la seguridad y defensa nacionales intrínsecamente complejos. De acuerdo con Prosser (2006), las ideologías son difíciles de erradicar a través de medios cinéticos, ya que son altamente dinámicas, obtienen apoyo por razones a menudo indetectables, contienen atributos intangibles y tangibles, obligan a los no combatientes a tomar las armas, y, en la forma más simple, presentan un gran desafío para la mayoría de las fuerzas militares que son entrenadas de manera convencional.

Por ende, se requiere que las fuerzas de seguridad colombianas aborden el fenómeno de las G5G con una mentalidad alternativa que les permita aprovechar todos los elementos del poder nacional para influenciar la mente de los adversarios, haciendo uso, por ejemplo, de recursos de comunicación como los memes, los cuales en el menú de herramientas para combatir ideologías, ofrecen cierto grado de efectividad. Al constituirse como fragmentos de información cultural transmitidos y replicados a lo largo de poblaciones o sociedades, el método principal de transmisión de memes es la interacción interpersonal y social. Y los memes influyen en las ideas, y las ideas influyen y forman creencias. A su vez, las creencias generan e influyen en posiciones políticas combinadas con sentimientos y emociones, y eventualmente producen acciones que influyen en el comportamiento. Haciendo uso de esta progresión lógica, cualquier ataque a una ideología debe considerar un ataque a una “idea” o grupo de ideas centrales o trascendentes como medio para lograr el éxito, a través, por ejemplo, de los memes.

El valor de comprender la guerra memética y su relación con la seguridad nacional, radica en el corazón de aceptar el pensamiento no lineal de las G5G. Atacar y derrotar ideologías con medios militares convencionales no es el camino apropiado, ya que la historia y las operaciones militares contemporáneas demuestran que derrotar una ideología requiere un enfoque más sofisticado y complejo. En este orden de ideas, las Fuerzas Armadas de Colombia deben considerar que un análisis más detallado de la proliferación de ideologías tiene un imperativo estratégico y operativo para la guerra futura, en el cual los memes ofrecen la oportunidad de entrar en los campos de batalla informativo, social y cognitivo de los enemigos del Estado, y particularmente dentro de las mentes y corazones de los indecisos, ya que los memes influyen, afectan, generan y alteran ideas.

El problema es que las Fuerzas Militares de Colombia no poseen una doctrina moderna para las contiendas en el espacio de batalla no lineal de la mente de un enemigo o incluso el complejo paradigma del no combatiente. Sin embargo, con algunas modificaciones, es posible lograr un nuevo nivel de comprensión y capacidad para lograr la paridad y quizás incluso la superioridad en este ámbito; en este sentido, un buen comienzo sería actualizar el pensamiento militar colombiano para incluir todos los recursos nacionales disponibles a fin de obtener ventaja en la contienda por las mentes humanas. Usando la analogía de que las ideologías poseen las mismas características teóricas que una enfermedad (particularmente como sistemas adaptativos complejos), los memes pueden y deben usarse como medicina para inocular las ideas del enemigo, y generar apoyo popular en favor de los intereses nacionales del Estado.

Por implicación obvia, la aplicación futura de los memes en el campo de batalla se apoyará en gran medida en la comunidad de inteligencia y otras disciplinas científicas, que tradicionalmente no son miembros de una unidad de combate militar; por lo tanto, científicos cognitivos y del comportamiento, antropólogos culturales, expertos en seguridad y defensa, y en teoría de juegos, serían los nuevos soldados profesionales que pueden organizarse, entrenarse y equiparse para los campos de batalla informativos, sociales y cognitivos de la guerra memética. Pero para que ello sea posible, las Fuerzas Militares de Colombia deben reconocer que la naturaleza de los dominios de las G5G es intrínsecamente no lineal y debe adaptar la fuerza para lograr ventajas dentro de los territorios en disputa de las mentes humanas, con la creciente necesidad de disciplinas emergentes en la guerra ideológica mediante el “armamento” de información, transmisión y reproducción cultural, o, en otras palabras, utilizando los memes como “balas”.

Los casos mencionados (la campaña juvenil de China, la guerra de información de NAFO y las experiencias de protesta social en Colombia) demuestran, en conjunto, que la guerra memética tiene implicaciones estratégicas reales en diferentes contextos. Para las Fuerzas Militares y las instituciones estatales colombianas, el auge del conflicto memético implica que asegurar la nación ahora requiere más que armas convencionales y ciberdefensas; requiere vigilancia cognitiva y agilidad. Los adversarios, tanto extranjeros como nacionales, pueden explotar los memes y las narrativas en línea para socavar la estabilidad y el orden democrático de Colombia.

En vista de esto, los autores de este documento concluyen con un conjunto de recomendaciones basadas en evidencia destinadas a empoderar a las

autoridades colombianas para contrarrestar las amenazas meméticas. Estas recomendaciones enfatizan el desarrollo de doctrina, capacitación e infraestructura de comunicación estratégica:

1. Desarrollar una doctrina y un marco conceptual de guerra memética: Las instituciones colombianas de la defensa deben reconocer formalmente la guerra memética como una faceta de las operaciones de información y la seguridad cognitiva. Esto implica elaborar doctrina o directrices que definan el papel de los memes y las narrativas virales en el conflicto, de forma similar a como existen doctrinas para la ciberguerra. Como argumenta Giese (2016), las fuerzas militares deben desarrollar un lenguaje y una base conceptual para las comunicaciones estratégicas centradas en las redes sociales. Colombia debería convocar grupos de trabajo interdisciplinarios (estrategas militares, expertos en comunicación, sociólogos y jóvenes expertos en redes sociales) para estudiar la guerra memética e integrar sus perspectivas en la estrategia de seguridad nacional.

La doctrina debe aclarar cómo detectar y contrarrestar las campañas meméticas hostiles, y también cómo el Estado colombiano podría participar proactivamente en sus propias campañas narrativas para promover los intereses nacionales. En resumen, adoptar la guerra memética conceptualmente es un prerrequisito para responder eficazmente: los responsables de la toma de decisiones deben adoptar la mentalidad adecuada y tratar el campo de batalla de las comunicaciones con la misma seriedad que el campo de batalla físico. Una doctrina proporcionará el espacio ético y legal para actuar en este ámbito, garantizando que las respuestas a los ataques meméticos sean oportunas y coordinadas, en lugar de improvisadas.

2. Mejorar la capacitación y el capital humano para las operaciones cognitivas: Así como las unidades cibernéticas requieren hackers expertos, las operaciones contra meméticas requieren personal con dominio de la cultura de internet, inteligencia de fuentes abiertas y técnicas de influencia. Las Fuerzas Militares y policiales colombianas deberían crear equipos especializados (o reforzar las unidades de operaciones psicológicas existentes) capacitados en memética, análisis de redes sociales y narrativa digital. Los programas de capacitación podrían incluir simulaciones de ataques meméticos; por ejemplo, simular un escenario donde un torrente de memes engañosos provoque disturbios, y que las unidades practiquen

respuestas. También es vital colaborar con expertos civiles: Colombia puede aprovechar la creatividad de profesionales del marketing, creadores de memes y académicos que estudian la cultura en línea. Integrar o consultar a estos expertos ayudará a las fuerzas de seguridad a conectar con otras disciplinas civiles y a mantenerse a la vanguardia de las tendencias meméticas.

Además, educar a todos los rangos sobre los fundamentos de la guerra cognitiva (cómo la propaganda enemiga puede aparecer como memes en sus propias redes sociales) fomentará la conciencia institucional. La alfabetización memética debería formar parte de los programas de inteligencia y comunicación. El objetivo es empoderar a un grupo de “guerreros digitales” que no solo monitoreen y refuten memes maliciosos, sino que también puedan crear contramemes convincentes y persuasivos. Un equipo capacitado podría, por ejemplo, desacreditar una falsificación viral con una respuesta memética inmediata. Esta agilidad se basa en la práctica y la libertad creativa dentro de las filas.

3. Construir una infraestructura de comunicación estratégica y alianzas: Contrarrestar la guerra memética requiere una infraestructura ágil para la comunicación estratégica, que incluya sistemas de monitoreo, capacidades de producción rápida de contenido y coordinación interinstitucional. Colombia debería invertir en plataformas de monitoreo de redes sociales en tiempo real, que hagan uso de la IA para detectar tendencias meméticas emergentes y posibles brotes de desinformación. La alerta temprana de una campaña de memes hostil podría permitir respuestas más rápidas. Una unidad de respuesta memética dedicada (dentro de la estructura más amplia del comando cibernético) podría encargarse de verificar el contenido en circulación y de proponer correcciones o narrativas alternativas. Es importante destacar que el Estado no debería intentar esto solo; es decir, las alianzas son clave: trabajar con las empresas tecnológicas (X, Facebook, WhatsApp) para detectar la viralidad maliciosa, así como colaborar con verificadores de datos y medios de comunicación para amplificar la desinformación refutada, e incluso buscar el apoyo de aliados internacionales cuando se sospeche de influencia extranjera.

Asimismo, puesto que las amenazas meméticas suelen trascender fronteras, Colombia podría colaborar con el Centro de Excelencia de StratCom de la OTAN u organismos similares para compartir las mejores prácticas.

Siguiendo el ejemplo de la lección de la NAFO (donde una red de voluntarios se convirtió en un multiplicador de fuerza), Colombia también podría involucrar a la sociedad civil promoviendo la alfabetización digital y el pensamiento crítico entre la ciudadanía. Educar al público para que detecte y evalúe con escepticismo los memes y los rumores en línea puede reducir la efectividad del contenido malicioso (Restrepo, 2023). Al mismo tiempo, una narrativa estratégica positiva del gobierno, comunicada de forma accesible y amigable con los memes, puede ayudar a proteger a la población contra la propaganda divisiva. Por ejemplo, durante futuras protestas sociales, las autoridades podrían anticiparse a la desinformación inundando rápidamente los canales con mensajes factuales y transparentes, incluso utilizando los memes, para conectar con el público más joven antes de que los rumores llenen el vacío.

4. Medidas legales y políticas para frenar campañas de memes maliciosos: Finalmente, las instituciones colombianas deberían considerar herramientas políticas para disminuir el impacto de la guerra memética hostil. Esto podría incluir la promulgación o actualización de las leyes contra el ciberdelito, ciberterrorismo y la incitación al odio para dar cuenta de los ataques coordinados de desinformación, sin vulnerar los derechos humanos, especialmente la libertad de expresión. También implica impulsar una mayor rendición de cuentas de las plataformas, garantizando que las empresas aborden con prontitud las cuentas falsas (bots o granjas de trolls) que difunden memes desestabilizadores. Internamente, se pueden establecer protocolos para el intercambio de información interinstitucional durante las crisis: por ejemplo, si la inteligencia militar detecta un aumento repentino de memes incendiarios, probablemente impulsado por una fuente extranjera, puede alertar rápidamente a los responsables de comunicación y a las plataformas.

De igual manera, podría ser necesario explorar marcos regulatorios para WhatsApp y otros servicios de mensajería privada, dado su papel en la desinformación viral. Incluso si no se puede monitorear el contenido, quizás se puedan usar sistemas de alerta pública para difundir correcciones o mensajes tranquilizadores cuando se sabe que se están difundiendo rumores peligrosos. El principio fundamental es que la inacción no es una opción; como advierte Giese (2016), el peor riesgo es dejar que el miedo al riesgo termine paralizando la respuesta,

permitiendo así que los adversarios dominen el campo de batalla memético. En G5G, los Estados democráticos como Colombia deben adaptarse e innovar, o se verán continuamente superados por las ágiles tácticas de guerreros meméticos adversarios.

En conclusión, la guerra memética se ha consolidado como una dimensión significativa del conflicto cognitivo en el siglo XXI. Desde Pekín hasta los campos de batalla de Twitter y las calles de Bogotá D.C., los memes y las narrativas estratégicas están moldeando los resultados de maneras que los responsables políticos y los líderes militares ya no pueden permitir se ignorar.

El aparato de seguridad de Colombia, en particular, se beneficiará de la adopción proactiva de las perspectivas de la guerra memética, tanto para aprovechar su potencial de interacción positiva como para proteger al Estado de sus efectos destructivos. Mediante el desarrollo de doctrina, la formación de especialistas y la inversión en estrategias de comunicación ágiles, Colombia puede fortalecer su resiliencia ante la próxima “batalla de memes” que podrían librar sus adversarios. En la era de la información viral, la victoria podría favorecer a quienes no solo tienen la mejor historia, sino también a quienes pueden convertirla en un meme que capture la imaginación de millones de personas.

Referencias

- Álvarez, C., & Alarcón, M. (2020). Defensa de la identidad colombiana: ¿un asunto de interés nacional? En E. Pastrana, S. Reith, & F. Cabrera (eds.), *Identidad e intereses nacionales de Colombia* (pp. 435-467). Konrad Adenauer Stiftung.
- Álvarez, C., Barón, P., & Monroy, V. (2018). Poder astuto: estrategia del empleo del poder en el siglo XXI. En C. Álvarez, & A. Fernández (eds.), *Hacia una gran estrategia en Colombia: construcción de política pública en seguridad y defensa* (pp. 171-268). Sello Editorial ESMIC.
- Álvarez, C., Santafé, J., & Urbano, O. (2017). Metamorphosis bellum: ¿mutando a guerras de quinta generación? En C. Álvarez (ed.), *Escenarios y desafíos de la seguridad multidimensional* (pp. 145-248). Sello Editorial ESDEG.
- Amenta, E., Caren, N., Chiarello, E., & Su, Y. (2010). The political consequences of social movements. *Annual Review of Sociology*, 36, 287-307.
- Arquilla, J., & Ronfeldt, D. (2001). *Networks and Netwars: The Future of Terror, Crime, and Militancy*. Rand Corporation.
- Atton, C., & Hamilton, J. (2008). *Alternative Journalism*. Sage.
- Bailey, O., Cammaerts, B., & Carpentier, N. (2007). *Understanding Alternative Media*. Open University Press.
- Barthes, R. (2010). *Mitologías*. Siglo XXI Editores.
- Baumgartner, J., & Morris, J. (2010). MyFaceTube Politics: Social Networking Web Sites and Political Engagement of Young Adults. *Social Science Computer Review*, 28(1), 24-44.
- Becker, B., & Wehner, J. (2001). Electronic Networks and Civil Society: Reflections on Structural Changes in the Public Sphere. En C. Ess (ed.), *In Culture, Technology, Communication: Towards an Intercultural Global Village* (pp. 65-85). State University of New York Press.
- Bennett, L. (2003). New Media Power: The Internet and Global Activism. En N. Couldry, & J. Curran (eds.), *Contesting Media Power: Alternative Media in a Networked World* (pp. 17-38). Rowan and Littlefield.
- Berardi, F. (2014). *Phenomenology of the end: cognition and sensibility in the transition from conjunctive to connective mode of social communication*. Aalto ARTS Books.
- Bessette, J. (1980). Deliberative Democracy: The Majority Principle in Republican Government. En R. Goldwin, & W. Schambra (eds.), *In How Democratic is the Constitution?* (pp. 102-116). AEI Press.
- Blackmore, S. (1999). *The Meme Machine*. Oxford University Press.
- Blackmore, S. (2010). Dangerous memes: Or, what the Pandorans let loose. En S. Dick, & M. Lupisella (eds.), *Cosmos and Culture: Cultural Evolution in a Cosmic Context* (pp. 297-318). NASA.

- Bode, L. (2012). Facebooking it to the polls: A study in online social networking and political behavior. *Journal of Information Technology & Politics*, 9, 352-369.
- Bode, L., Vraga, E., Borah, P., & Shah, D. (2014). A new space for political behavior: Political social networking and its democratic consequences. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19, 414-429.
- Börzsei, L. (2013). Makes a meme instead: A concise history of internet memes. *New Media Studies Magazine*, 7, 152-183.
- Boulianne, S. (2015). Social media use and participation: a metaanalysis of current research. *Information, Communication & Society*, 18(5), 524-538.
- Boulianne, S. (2016). Online news, civic awareness, and engagement in civic and political life. *New Media & Society*, 18(9), 1840-1856.
- Boulianne, S. (2019). Revolution in the making? Social media effects across the globe. *Information, Communication & Society*, 22(1), 39-54.
- Brodie, R. (1996). *Virus of the Mind: The New Science of the Meme*. Integral Press.
- Budge, I. (1996). *The New Challenge of Direct Democracy*. Polity.
- Buechler, S. (2000). *Social movements in advanced capitalism: The political economy and cultural construction of social activism*. Oxford University Press.
- Burgess, J. (2008). All your chocolate rain belong to us. Viral video, YouTube and the dynamics of participatory culture. En G. Lovink, & S. Niederer (eds.), *Video Vortex Reader: Responses to YouTube* (pp. 101-109). Institute of Network Cultures.
- Cammaerts, B. (2008). Critiques on participatory potentials of Web 2.0. *Communication, Culture & Critique*, 1(4), 358-377.
- Cammaerts, B. (2009). Radical Pluralism and Free Speech in Online Public Spaces: The Case of North Belgian Extreme Right Discourses. *International Journal of Cultural Studies*, 12(6), 555-575.
- Carpentier, N. (2011). The Concept of Participation: If They Have Access and Interact, Do They Really Participate?. *Communication Management Quarterly*, 21, 13-36.
- Carpentier, N., Dahlgren, P., & Pasquali, F. (2013). The Democratic (Media) Revolution: A Parallel Genealogy of Political and Media Participation. En N. Carpentier, K. Schrøder, & H. Lawrie (eds.), *Transforming Audiences, Transforming Societies* (pp. 123-141). Routledge.
- Castells, M. (1983). *The city and the grassroots: A cross-cultural theory of urban social movements*. University of California Press.
- Castells, M. (2000). *The Rise of the Network Society*. Blackwell Publishers.
- Castells, M. (2007). Communication, power and counter-power in the network society. *International Journal of Communication*, 1(1), 238-266.

- Centro Nacional de Consultoría. (2018, 16 de mayo). *Redes sociales, el segundo canal al que más recurren los colombianos para estar informados en época*. <https://www.centronacionaldeconsultoria.com/post/2018/05/16/redes-sociales-el-segundo-canal-al-que-m-c3-a1s-recurren-los-colombianos-para-estar-infor>
- Chadwick, A. (2006). *Internet Politics: States, Citizens and New Communication Technologies*. Oxford University Press.
- Chadwick, A. (2008). Web 2.0: New challenges for the study of e-democracy in an era of informational exuberance. *Journal of Law and Policy for the Information Society*, 5(1), 9-41.
- Cogburn, D., & Espinoza-Vasquez, F. (2011). From Networked Nominee to Networked Nation: Examining the Impact of Web 2.0 and Social Media on Political Participation and Civic Engagement in the 2008 Obama Campaign. *Journal of Political Marketing*, 10(1), 189-213.
- Conroy, M., Feezell, J., & Guerrero, M. (2012). Facebook and political engagement: A study of online political group membership and offline political engagement. *Computers in Human Behavior*, 28, 1535-1546.
- Cortés, V. (2018). *De la ironía a la militancia: los memes de internet como vehículos de participación política durante la campaña presidencial colombiana de 2018* [Tesis de grado]. Pontificia Universidad Javeriana.
- Cottle, S. (2006). *Mediatized conflict: developments in media and conflict studies*. McGraw-Hill.
- Couldry, N. (2012). *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice*. Polity.
- Cui, J. (2024). The (de)-politicization of Internet memes in Chinese national youth propaganda campaign. *Information, Communication & Society*, 27(8), 1586-1604.
- Dahlgren, P. (2009). *Media and Political Engagement*. Cambridge University Press.
- Dahlgren, P. (2013). *The Political Web: media, participation and alternative democracy*. Palgrave Macmillan.
- Dawkins, R. (1976). *The Selfish Gene*. Oxford University Press.
- Dawkins, R. (1993). Viruses of the mind. En B. Dahlbohm (ed.), *Dennett and his Critics: Demystifying Mind* (pp. 13-27). Blackwell.
- De Neys, W. (2018). Dual process theory 2.0: an introduction. En W. De Neys (ed.), *Dual Process Theory 2.0* (pp. 1-5). Routledge.
- Denisova, A. (2019). *Internet Memes and Society Social, Cultural, and Political Contexts*. Routledge.
- DeSilver, D. (2014). *Facebook is a news source for many but only incidentally*. Pew Research Center.
- Ekström, M., & Shehata, A. (2016). Social media, porous boundaries, and the development of online political engagement among young citizens. *New Media and Society*, 1-20.

- El Espectador. (2019, 27 de noviembre). ¿Dónde es la marcha hoy?: las redes sociales en el paro nacional. <https://www.elespectador.com/noticias/politica/donde-es-la-marcha-hoy-las-redes-sociales-en-el-paro-nacional/>
- Ellis, E. (2022). *Russia in the Western Hemisphere: Assessing Putin's Malign Influence in Latin America and the Caribbean*. CSIS.
- El Tiempo. (2020, 20 de enero). Revive versión de que Rusia está tras marchas en A. Latina y Colombia. <https://www.eltiempo.com/unidad-investigativa/influencia-desde-rusia-en-protestas-en-america-latina-453594>
- Ess, C. (2018). Democracy and the Internet: A Retrospective. *Journal of the European Institute for Communication and Culture*, 25(1), 93-101.
- Esteves, V., & Meikle, G. (2015). Look @ this fukken doge: Internet memes and remix cultures. En C. Atton (ed.), *The Routledge Companion to Alternative and Community Media* (pp. 561-570). Routledge.
- Fernback, J. (1997). The Individual Within the Collective: Virtual ideology and the realization of collective principles. En S. Jones (ed.), *Virtual Culture: Identity and communication in cybersociety* (pp. 36-54). Sage Publications.
- Fishkin, J. (2009). *When the People Speak: Deliberative Democracy and Public Consultation*. Oxford University Press.
- Fuchs, C. (2012). The Political Economy of Privacy on Facebook. *Television and New Media*, 13(2), 139-159.
- Fuchs, C. (2020). *Communication and Capitalism: A Critical Theory*. University of Westminster Press.
- Gal, N., Shifman, L., & Kampf, Z. (2016). It Gets Better: Internet memes and the construction of collective identity. *New Media & Society*, 18(8), 1698-1714.
- Galipeau, T. (2023). The impact of political memes: A longitudinal field experiment. *Journal of Information Technology & Politics*, 20(4), 437-453.
- Gamson, W. (1975). *Strategy of Social Protest*. Wadsworth Publishing Company.
- Garrett, R. (2006). Protest in an information society: A review of literature on social movements and new ICTs. *Information, Communication & Society*, 9(2), 202-224.
- Giese, J. (2016). It's Time to Embrace Memetic Warfare. *Defensive Strategic Communications*, 1(1), 67-75.
- Gil de Zúñiga, H., Jung, N., & Valenzuela, S. (2012). Social media use for news and individuals social capital, civic engagement and political participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17, 319-336.
- Gil de Zúñiga, H., Copeland, L., & Bimber, B. (2013). Political consumerism: Civic engagement and the social media connection. *New Media & Society*, 16(3), 488-506.
- Gil de Zúñiga, H., Molyneux, L., & Zheng, P. (2014). Social media, political expression, and political participation: Panel analysis of lagged and concurrent relationships. *Journal of Communication*, 64(4), 612-634.

- Green, L. (2002). *Communication, Technology and Society*. Sage.
- Grossman, L. (1995). *The Electronic Republic*. Penguin.
- Grundlingh, L. (2018). Memes as speech acts. *Social Semiotics*, 28(2), 147-168.
- Gutmann, A., & Thompson, D. (2004). *Why Deliberative Democracy?* Princeton University Press.
- Habermas, J. (1985). *The Theory of Communicative Action: Reason and the Rationalization of Society*. Beacon Press.
- Habermas, J. (1991). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. MIT Press.
- Habermas, J. (2006). Political Communication in Media Society: Does Democracy Still Enjoy an Epistemic Dimension? *Communication Theory*, 16, 411-426.
- Halpern, D., & Gibbs, J. (2013). Social Media as a Catalyst for Online Deliberation? Exploring the Affordances of Facebook and YouTube for Political Expression. *Computers in Human Behavior*, 29, 1159-1168.
- Holt, K., Shehata, A., Strömbäck, J., & Ljungberg, E. (2013). Age and the effects of news media attention and social media use on political interest and participation: Do social media function as leveller? *European Journal of Communication*, 28(1), 19-34.
- Hootsuite. (2025). *We are Social: Digital 2025 Colombia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-colombia>
- Howard, P., & Hussain, M. (2013). *Democracy's fourth wave? Digital media and the Arab Spring*. Oxford University Press.
- Ito, M., Baumer, S., Bittanti, M., Boyd, D., Cody, R., Stephenson, B., & Tripp, L. (2009). *Hanging out, messing around, and geeking out*. MIT Press.
- Jamieson, K., & Capella, J. (2008). *Echo Chamber: Rush Limbaugh and the Conservative Media Establishment*. Oxford University Press.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.
- Jenkins, H. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*. MIT Press.
- Jenkins, H., & Thornburn, D. (2003). *Democracy and new media*. MIT Press.
- Johais, E., & Meis, M. (2024). "Unleash the hounds!": NAFO's memetic war narrative on the Russo-Ukrainian conflict. *Critical Studies on Security*, 12(3), 1-17.
- Kahne, J., & Bowyer, B. (2018). The Political Significance of Social Media Activity and Social Networks. *Political Communication*, 35(3), 470-493.
- Kaspersen, A., & Rickli, J. (2016, 7 de julio). *The global war of narratives and the role of social media*. <https://www.weforum.org/agenda/2016/07/the-global-war-of-narratives-and-the-role-of-social-media/>
- Kien, G. (2019). *Communicating with Memes: Consequences in Post-Truth Civilization*. Lexington Books.

- Kitschelt, H. (1986). Political opportunity structures and political protest: Anti-nuclear movements in four democracies. *British Journal of Political Science*, 16(1), 57-85.
- Knobel, M., & Lankshear, C. (2007). *A New Literacies Sampler*. Peter Lang.
- Kruse, L., Norris, D., & Flinchum, J. (2018). Social Media as a Public Sphere? Politics on Social Media. *The Sociological Quarterly*, 59(1), 62-84.
- Lindgren, S. (2017). *Digital Media and Society*. Sage.
- Livingstone, S. (2009). *Children and the Internet: Great Expectations, Challenging Realities*. Polity Press.
- Loader, B., & Mercea, D. (2011). Networking Democracy? Social Media Innovations and Participatory Politics. *Information, Communication and Society*, 14(6), 757-769.
- Lyon, D. (2007). *Surveillance Studies: An Overview*. Polity Press.
- Makhortykh, M., & González, J. (2020). Memory, politics and emotions: Internet memes and protests in Venezuela and Ukraine. *Continuum*, 34(3), 342-362.
- Marwick, A. (2012). The Public Domain: Social Surveillance in Everyday Life. *Surveillance and Society*, 9(4), 378-393.
- McAdam, D. (1982). *Political process and the development of black insurgency*. University of Chicago Press.
- McLeod, J., Scheufele, D., & Moy, P. (1999). Community, communication, and participation: The role of mass media and interpersonal discussion in local political participation. *Political Communication*, 16(3), 315-336.
- McNair, B., Matthew, H., & Schlesinger, P. (2003). *Mediated Access: Broadcasting and Democratic Participation in the Age of Mediated Communication*. University of Luton Press.
- Melucci, A. (1996). *Challenging codes: Collective action in the information age*. Cambridge University Press.
- Metahaven. (2013). *Can jokes bring down governments? memes, design, politics*. Strelka Press.
- Milner, H. (2001). *Civic Literacy: How Informed Citizens Make Democracy Work*. University Press of New England.
- Milner, R. (2016). *The World Made Meme: Public Conversations and Participatory Media*. MIT Press.
- Misión de Observación Electoral. (2023). *Informe de gasto en publicidad digital en plataformas META*. Biblioteca de Anuncios de Meta y Registraduría Nacional del Estado Civil.
- Mortensen, M., & Neumayer, C. (2021). The playful politics of memes. *Information, Communication & Society*, 24(16), 2367-2385.
- Mosco, V. (2009). *The Political Economy of Communication*. Sage Publications.
- Mouffe, C. (2000). *The Democratic Paradox*. Verso.
- Mouffe, C. (2005). *On the Political*. Routledge.
- Musick, M., & Wilson, J. (2008). *Volunteers: A social profile*. Indiana University Press.

- Nahon, K., & Hemsley, J. (2013). *Going Viral*. Polity.
- O'Reilly, T. (2005, 30 de septiembre). *What is Web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software*. <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>
- Papacharissi, Z. (2010). *A Private Sphere: Democracy in A Digital Age*. Polity Press.
- Papacharissi, Z., Lashley, M., & Creech, B. (2017). Voices for a new vernacular: A forum on digital storytelling interview with Zizi Papacharissi. *International Journal of Communication*, 11, 1069-1073.
- Pasek, J., More, E., & Romer, D. (2009). Realizing the social internet? Online social networking meets offline civic engagement. *Journal of Information Technology & Politics*, 6(3), 197-215.
- Peters, C., & Allan, S. (2022). Weaponizing Memes: The Journalistic Mediation of Visual Politicization. *Digital Journalism*, 10(2), 217-229.
- Pichardo, N. (1997). New social movements: A critical review. *Annual Review of Sociology*, 23(1), 411-430.
- Prosser, M. (2006). *Memetics: A Growth Industry in US Military Operations*. Marine Corps University.
- Realuyo, C. (2024). *The competition for influence in the Americas is now online*. Atlantic Council Strategy Paper Series. <https://www.atlanticcouncil.org/in-depth-research-reports/issue-brief/the-competition-for-influence-in-the-americas-is-now-online/>
- Restrepo, C. (2023). Redes sociales y participación política en las elecciones presidenciales de 2022 en Colombia. *Análisis Político*, 36(106), 133-164.
- Rogers, R., & Giorgi, G. (2024). What is a meme, technically speaking? *Information, Communication & Society*, 27(1), 73-91.
- Rosanvallon, P. (2008). *Counter-Democracy: Politics in an Age of Distrust*. Cambridge University Press.
- Ross, A., & Rivers, D. (2017). Digital cultures of political participation: Internet memes and the discursive delegitimization of the 2016 U.S Presidential candidates. *Discourse, Context & Media*, 16, 1-11.
- Salvatore, A. (2013). New Media, the 'Arab Spring,' and the Metamorphosis of the Public Sphere: Beyond Western Assumptions on Collective Agency and Democratic Politics. *Constellations*, 20(2), 217-228.
- Saussure, F. (1959). *Course in General Linguistics*. McGraw-Hill.
- Shifman, L. (2011). An anatomy of a YouTube meme. *New Media & Society*, 14(2), 187-203.
- Shifman, L. (2013). Memes in a digital world: Reconciling with a conceptual troublemaker. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 18(3), 362-377.
- Shifman, L. (2014). *Memes in Digital Culture*. MIT Press.
- Shirky, C. (2008). *Here Comes Everybody: The Power of Organizing without Organizations*. Penguin Press.

- Shirky, C. (2011). The Political Power of Social Media Technology, the Public Sphere, and Political Change. *Foreign Affairs*, 90(1), 28-41.
- Sørensen, M. (2016). Political Conversations on Facebook: The Participation of Politicians and Citizens. *Media, Culture and Society*, 38(5), 664-685.
- Staples, W. (2014). *Everyday Surveillance: Vigilance and Visibility in Postmodern Life*. Rowman and Littlefield.
- Sunstein, C. (2003). *República.com: internet, democracia y libertad*. Paidós.
- Tang, G., & Lee, F. (2013). Facebook use and political participation: The impact of exposure to shared political information, connections with public political actors, and network structural heterogeneity. *Social Science Computer Review*, 31(6), 763-773.
- Tarrow, S., & Tollefson, J. (1994). *Power in Movement: Social Movements, Collective Action and Politics*. Cambridge University Press.
- Tilly, C. (2004). *Contention and Democracy in Europe: 1650-2000*. Cambridge University Press.
- Trottier, D. (2011). *Social Media as Surveillance: Rethinking Visibility in a Converging World*. Ashgate.
- US Department of State. (2023, 7 de noviembre). *The Kremlin's Efforts to Covertly Spread Disinformation in Latin America*. <https://2021-2025.state.gov/the-kremlins-efforts-to-covertly-spread-disinformation-in-latin-america/>
- van Aelst, P., & Walgrave, S. (2004). New Media, New Movements? The Role of the Internet in Shaping the "Anti-globalization" Movement. En W. van de Donk, B. Loader, P. G. Nixon, & D. Dieter (eds.), *Cyberprotest* (pp. 97-122). Routledge.
- van Dijk, J. (2006). *Network Society: Social aspects of new media*. Sage.
- van Dijk, J. (2014). A conceptual map of political participation. *Acta Politica*, 49(3), 349-367.
- Waltz, M. (2005). *Alternative and Activist Media*. Edinburgh University Press.
- Wiggins, B. (2019). *The Discursive Power of Memes in Digital Culture: Ideology, Semiotics, and Intertextuality*. Routledge.
- Wiggins, B., & Bowers, G. (2015). Memes as genre: A structurational analysis of the memescape. *New Media & Society*, 17(11), 1886-1906.
- Wolfsfeld, G., Segev, E., & Sheaffer, T. (2013). Social Media and the Arab Spring: Politics Comes First. *International Journal of Press/Politics*, 18(2), 115-137.
- Zhang, R., & Kang, B. (2022). From propaganda to memes: Resignification of political discourse through memes on the Chinese Internet. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 39(4), 3030-3044.
- Zuckerman, E. (2017). ¿Los gatos monos al rescate? Redes sociales y expresión política. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 22, 27-46.