

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente

Reconocimiento de validez oficial de estudios de nivel superior según acuerdo secretarial 15018, publicado en el Diario Oficial de la Federación del 29 de noviembre de 1976.

Departamento de Estudios Socioculturales **Maestría en Comunicación de la Ciencia y la Cultura**



CONDICIONES DE REPLICACIÓN SOCIOCULTURAL EN MEMES DE INTERNET

TESIS que para obtener el **GRADO** de
**MAESTRA EN COMUNICACIÓN DE LA CIENCIA Y LA
CULTURA**

Presenta: **LUIS ALFREDO TREJO TORRES**

Director **MTRO. VÍCTOR HUGO ÁBREGO MOLINA**

Tlaquepaque, Jalisco. 28 de febrero de 2020.

AGRADECIMIENTOS

Deseo manifestar mi agradecimiento y dedicatoria de este trabajo:

A mi asesor, el Mtro. Víctor Hugo Ábrego Molina, por su incansable labor de tutoría y su
resistencia a perder la fe en mí;

A mi lector, el Dr. Darwin Franco Miguez, por señalar siempre mis fallas y destacar
también mis aciertos;

Al Dr. Aarón Benjamín López Feldman, por aceptar el reto de leerme y asesorarme;

A mis profesores-investigadores del DESO, así como los profesores de seminario de tesis
de la maestría, y especialmente a la asesoría de Rodrigo González y Alejandra Navarro;

A la Maestría en Ciencias Sociales de la Universidad de Guadalajara, por haberme acogido
en clases de estadística;

A Signa Lab, sitio de mi aprendizaje sobre redes, nodos y modos de explorar vetas
novedosas de las conversaciones de nuestra actualidad;

Al Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) por haber sido mi
hogar académico todo este tiempo, y sitio de mi aprendizaje en comunicación;

A mi familia y amigos, por su aliento y por nunca perder nota de mi trayectoria formativa,
además de contribuir en sus conversaciones al comentario de mis preguntas e inquietudes;

A mi esposa Erika, por su constante inspiración, motivación, enseñanza y acompañamiento
en este camino.

A todos, les agradezco profundamente su influencia y apoyo.

Reconozco también el apoyo del CONSEJO NACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA (CONACYT) que me brindó la oportunidad de ser becario y facilitar mi dedicación a este trabajo durante dos años.

RESUMEN

Este trabajo de tesis se sustenta en una investigación que busca explorar las condiciones en que opera la replicación cultural en los memes según los planteamientos de Richard Dawkins, desde la perspectiva sociocultural de la comunicación, aplicada a los memes de Internet en tres distintas redes de socialización en línea: *Facebook*, *Twitter*, y *YouTube*. Propongo acceder, a través del estudio de interacciones situadas en los tres espacios, a los modos en que se construye la replicación cultural de memes en Internet. El estudio plantea una metodología mixta basada en netnografía y minería, procesamiento y visualización de datos en línea.

Palabras clave: Memes, memes de Internet, redes de socialización digital, replicación sociocultural.

INTRODUCCIÓN: REPLICACIÓN SOCIOCULTURAL

La poesía no es de quien la escribe, sino de quien la necesita.
Antonio Skármeta

Propongo reformular lo que Antonio Skármeta sostiene en *Ardiente paciencia*, su novela de 1985, en términos de la cultura: un producto hecho *para*, y también, *por* quien lo consume. Ver la cultura cual procesos de participación permite entender fenómenos colectivos como *creaciones* que echan mano de lógicas institucionales y no institucionales; así, la cultura resulta un espacio de disputa o negociación de sentido. En tal panorama, los memes pueden ser artefactos útiles para apreciar operaciones políticas cotidianas, y aunque su papel puede ser percibido como nimio, los memes posan profundas implicaciones en la negociación de sentidos, al entender lo constante de tales procesos en cada una de nuestras conversaciones.

Este trabajo reconoce la condición de los memes como medios auxiliares para la enunciación de casi cualquier cosa en la WWW (un *medio* que cada vez supone menos diferencia entre aspectos *on* y *offline*). Se afirma además la constitución de los memes como referentes para futuros memes, algo que los torna un fin práctico del proceso mismo que los usa para comunicar y producir sentido. Reflexionar sobre el proceso inacabable de producir sentido con memes conlleva una conciencia de procesos germinales de mediatización, donde los memes (medios aparentemente intersticiales de comunicación) empiezan a moldear ciertas relaciones sociales y prácticas cotidianas de los actores sociales que los emplean.

Reconocer los modos en que se condensa sentido en los memes con procesos como (al menos) yuxtaposición y reformulación, implica también reconocer el papel de las mediaciones que se dan en ellos: sus articulaciones múltiples de comunicación, las temporalidades y lógicas culturales que los rigen, ya que más allá de ser simples abstracciones teóricas, estos procesos dan cuenta de transformaciones y renovaciones en los modos en que se produce y percibe la realidad. A través de ellos, se ponen de manifiesto algunos de modos en que colectivamente participamos en tales renovaciones: entre mensajes, bromas, apropiaciones y desplazamientos de sentido plasmamos escenarios que forjan moldes (efímeros o permanentes) para nuevas convenciones, sentidos y realidades.

En el Capítulo 1 planteo el objeto de estudio del trabajo, además de desarrollar pautas para su abordaje teórico general, la pregunta e hipótesis que articulan esta propuesta entera.

El Capítulo 2 presenta una relatoría de la conformación del estado del conocimiento, donde se destaca el escenario en se inserta esta investigación y sus posibles aportaciones.

Hacia el Capítulo 3, se ve formalmente presentado el marco teórico, considerando que, aunque el planteamiento teórico es reticular y echa mano de un número considerable de aportes, los ejes teóricos centrales del trabajo se identifican a partir de las generalidades delineadas desde el Capítulo 1. La enunciación de las teorías se entrelaza con una serie de casos llamados *postales*, donde se presenta una serie de aproximaciones sobre cómo relaciono aspectos destacados de las teorías con aspectos empíricos de los casos de estudio.

En el Capítulo 4 presento las herramientas y múltiples formas de análisis de datos además de las categorías analíticas que permiten ver la conexión entre los datos y los referentes teóricos.

El análisis de los datos lo expongo en el Capítulo 5, donde puntualizo las maneras en que he interpretado los referentes que cada caso presenta y cómo se interconectan estos aspectos con miras a una evaluación de la hipótesis y una respuesta de la pregunta de investigación.

Las conclusiones, descritas en el Capítulo 6 expresan los hallazgos y las respuestas que la investigación logra formular a partir del análisis realizado y en reflexión del objeto propuesto a partir de la problematización y la pregunta de investigación.

En el trabajo he tratado de dar cuenta de procesos comunicativos en los memes más populares publicados en los últimos tres años en *Memes Literarios* y también en conversaciones sobre tendencias gestadas de modo acelerado en *YouTube* y *Twitter*; cada tipo de proceso con aportes únicos al imaginario compartido de la red, según contextos y contenidos específicos.

Podría resultar una sorpresa pensar que los memes son expresiones humanas quizás más motivadas por la mera posibilidad de su existencia (dada la facilidad actual de intervención de contenidos mediáticos) y por el tedio en la experiencia de la cotidianidad, que por casi cualquier otro motivo; sin embargo, tales comunicaciones, como mecanismos puestos en circulación están en posibilidad de adquirir sentidos insospechados, tomar densidades subrepticias y aún evidenciar interpretaciones sobre nuestra cotidianidad que pueden ofrecer revelaciones asombrosas, incluso para nosotros mismos: los memes podrían ahí ser vistos como artefactos que nos permiten apreciar nuestra comunicación como momentos fugaces desde donde se plasma cómo se genera y mantiene en el tiempo la cultura humana.

TABLA DE CONTENIDO

<i>CAPÍTULO 1. REPLICANTES</i>	9
1.1 MEMES EN INTERNET	11
1.2 GÉNESIS	15
1.3 GENES, MEMES Y REDES	17
1.4 MEMES DE INTERNET COMO UN LUGAR DE INVESTIGACIÓN	27
1.4.1 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	29
<i>CAPÍTULO 2. ESTADO DE LA CUESTIÓN</i>	31
2.1 REPLICANTES EN INTERNET	32
2.1.1 NUEVOS ALFABETISMOS	34
2.1.2 NATURALEZA DEL MEME	37
2.1.3 EL MEME COMO HUMOR E IDENTIDAD COMUNITARIA	46
2.1.4 EL MEME COMO RESISTENCIA	50
2.1.5 MEMES EN LA EDUCACIÓN	51
2.1.6 EL MEME COMO FOLCLOR	53
2.1.7 REPLICACIONES Y DIFUSIONES	55
2.1.8 MEMES COMO GÉNEROS	65
2.2 COMUNIDADES Y REDES DE SOCIALIZACIÓN EN LÍNEA	67
2.2.1 IDENTIDAD CULTURAL	67
2.2.2 FACEBOOK COMO ESPACIO DE VIDA SOCIAL	68
2.3 TIPOLOGÍAS DE COMUNIDADES Y MEMES	70
2.4 REFLEXIONES DERIVADAS DEL ESTADO DEL ARTE	73
<i>CAPÍTULO 3. MARCO TEÓRICO: EL MEME COMO REGISTRO DE ATENCIÓN</i> 75	
3.1 MEMES COMO CULTURA	77
3.2 MEMES COMO ESPACIO DE PODER	88
3.3 MEMES COMO INTERSTICIO: PERIFERIA Y HUMOR	96
3.4 MEMES COMO LUGAR DE COMUNICACIÓN	105
3.5 CONDICIONES SOCIOCULTURALES EN MEMES COMO PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	112
<i>CAPÍTULO 4. METODOLOGÍA MIXTA PARA ANALIZAR REGISTROS DIGITALES DE ATENCIÓN</i>	115
4.1 MIRADAS DIRIGIDAS: CORPUS Y MUESTRAS	116
4.2 TRATAMIENTO DE LOS DATOS	129
4.3 ANÁLISIS DE LOS DATOS	131
4.3.1 ANÁLISIS CUANTITATIVO	133
4.3.2 ANÁLISIS CUALITATIVO	146
4.3.3 EJES DE ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN	151
<i>CAPÍTULO 5. ANÁLISIS: FACEBOOK, YOUTUBE Y TWITTER</i>	157

5.1 MEMES COMO PRODUCCIONES: <i>FACEBOOK</i>	158
5.1.1 EL PRINCIPIO CANÓNICO: MEMES 1 Y 3	160
5.1.2 AUTORÍA COMO LÓGICA INSTITUCIONAL.....	170
5.1.3 OTRAS TENSIONES EN MEMES LITERARIOS: MEME 13.....	176
5.2 MEMES COMO CONVERSACIONES: <i>YOUTUBE Y TWITTER</i>	184
5.2.1 XIMENA GARCÍA.....	185
5.2.1 GRETA THUNBERG.....	194
5.2.3 BOB DYLAN.....	198
5.3 CONVERSACIONES EN <i>FACEBOOK, TWITTER Y YOUTUBE</i>	200
5.4 HUMOR EN MEMES DE INTERNET	209
<i>CAPÍTULO 6. CONCLUSIONES</i>	215
<i>ANEXOS</i>	223
Anexo 1. Publicaciones de Memes Literarios con mayor número de comentarios	223
Anexo 2. Muestra de 18 Memes En Memes Literarios	226
Anexo 3. Gráficos de Regresión Lineal	227
Anexo 4. Categorías de Codificación Analítica Inicial	229
<i>BIBLIOGRAFÍA</i>	231

CAPÍTULO 1. REPLICANTES

Cuando percibí la palabra “meme” por primera vez, su uso se restringía a nombrar un conjunto de sencillas caricaturas¹ hechas de trazos negros sobre un fondo usualmente blanco, que ilustraban reacciones hacia diversos contenidos. En algún punto, las caricaturas se fueron desvaneciendo, pero sin que las consideraciones de humor perdieran su asociación con los contenidos; aquel uso humorístico se fue haciendo extensivo a una gran variedad de imágenes a modo de plantillas, incluyendo diversas clases de ilustraciones, textos y secuencias.

Según mi experiencia personal el término meme pasó de nombrar las sencillas caricaturas a los contenidos referidos por aquellas; aunque primordialmente se trata de imágenes, no se excluye a: *gifs*, videos, publicaciones de texto, *emojis*, u otras manifestaciones, siempre que sean populares y graciosas. Actualmente, encuentro lo que reconozco como memes (sin un estricto apego a bases teóricas) en *Facebook*, en *Twitter*, en páginas de Internet, y algunos los recibo por *Whatsapp*, donde, además de las variedades ya mencionadas, noto una creciente popularidad de memes en forma de *stickers*. Pero ¿de dónde viene “meme”?

El biólogo Richard Dawkins (1976), en su libro sobre evolución genética, *The selfish gene*, propuso que, así como los genes representaban las unidades mínimas de evolución biológica, podría pensarse en unidades mínimas de evolución cultural, cuyo medio de existencia fuese la cultura humana; a esos *genes culturales*, los llamó “memes”.

En su libro, Dawkins (1976) proponía que los genes son *egoístas* en el sentido de buscar asegurar su supervivencia, es decir, no se relacionan con intención alguna, aparte del principio de tratar de replicarse lo más posible, sin embargo, su capacidad de prosperar depende del grado de su adaptación al medio físico; a su vez, los memes deberían adaptarse a un medio cultural para seguir existiendo. El autor reconoció tres atributos que permitirían a un meme ser exitoso para replicarse: *fecundidad*, la capacidad de llegar a la mayor cantidad de mentes (dado que los memes se transmitirían de una mente humana a otra) en un momento dado; *longevidad*, es decir, la capacidad de mantener su existencia durante un periodo de tiempo; y *fidelidad*, basada en que un meme mantenga su forma o la cambie.

¹ Villanueva-Mansilla (2017) los reconoce con el nombre genérico de *personajes*.

Es muy probable que Dawkins no vislumbrara Internet, en aquel 1976, como parte integral de las sociedades de las postrimerías del siglo XX e inicios del XXI, sin embargo, los tres rasgos del éxito de los memes se pueden trasladar, de diversas formas, al entorno de Internet, como lo teorizaran posteriormente diversos académicos.

Al navegar en Internet es posible notar un uso más temprano de la palabra meme en contextos en idioma inglés (comparado con el caso en español, por ejemplo) para designar cualquier “fenómeno de Internet” (suceso o contenido de mucha popularidad en Internet). Según los usos que he podido atestiguar de la palabra meme desde aproximadamente el año 2010, decir “meme” en idioma español, remite casi exclusivamente a imágenes graciosas en Internet; es cierto también que he notado la denominación de meme a ciertos videos y capturas de publicaciones de texto u otros tipos en sitios de socialización en línea²; estos memes no necesitan el uso de una computadora de escritorio o siquiera una computadora portátil, sino que se transmiten de usuario a usuario, siendo vistos en pantallas de teléfonos inteligentes y una diversidad de dispositivos con acceso a Internet.

La última consideración puede invitar a pensar que en los contextos angloparlantes, de donde la palabra meme es nativa, puede haber sucedido una especie de especialización, ya que pasó de designar un conjunto inabarcable de posibilidades a servir como marcador de sucesos de alguna forma restringidos a un entorno digital: los fenómenos de Internet (Castaño Díaz, 2013), y luego a volverse una sinécdoque³ de un tipo de contenidos particulares como imágenes graciosas, que desarrollaron características específicas; normalmente se trata de imágenes macro⁴ individuales o bien, en secuencia. Desde esta perspectiva, decir *meme* evoca un proceso de gran desplazamiento de sentido, es decir, la palabra fungió como un meme ella misma (Sperber, p. 1996), ya que se propagó, replicó, y mutó.

Pienso que es posible que el término meme llegado al español en una connotación que yo percibí inicialmente como algo inseparable de aquellas caricaturas graciosas, ha comenzado también a disolverse debido al creciente reconocimiento de los insalvables límites de su propio

² El concepto lo aporta Christian Fuchs (2009) para designar a plataformas de red conformadas por medios diversos, que mediante tecnologías de información permiten generar perfiles que describen e individualizan a los usuarios, además de exhibir las conexiones entre usuarios así como las comunicaciones entre éstos, y que permiten establecer nuevas amistades, comunidades y mantener las preexistentes.

³ Figura del lenguaje que representa una sustitución y desplazamiento del sentido, entre significado y significante. Comúnmente se entiende como llamar el todo por el nombre de una parte, o viceversa.

⁴ Las imágenes macro esencialmente son imágenes con rótulos de texto superpuestos.

universo, uno que se compone, por lo menos, de temáticas diversas, videos, memes hechos de trozos de *Facebook*, de *Twitter*, de *Instagram*, de *Whatsapp* y demás chats, de videollamadas, de *selfies*, de títulos de publicaciones y páginas de Internet, y de cotidianidades cada vez más patentes.

Por mi parte, más que sólo asociar el término *meme* con un tipo de imagen graciosa, lo reconozco como las publicaciones en línea que se relacionan con una especie de actitud de exploración y reacción que potencia lo que se juzga relevante de forma colectiva, y que funge como forma novedosa de producir sentido. Es por lo anterior que el presente estudio se realiza en torno a los memes de Internet para llegar a conocer las generalidades de los procesos de replicación de contenidos en sitios de socialización en línea.

1.1 MEMES EN INTERNET

La teoría del meme de Dawkins (1976) esencialmente señala que un meme puede ser cualquier elemento cultural susceptible de ser transmitido y reproducido. Al tratar de reflexionar y llevar al terreno de la investigación esa sugerencia de estructuras similares a los genes en la cultura, se hacía patente el problema de la ambigüedad alrededor del concepto mismo (Shifman, 2013; Castaño Díaz, 2013); pese a aquel detalle, los memes representaron un concepto atractivo desde donde pensar la evolución cultural, con lo cual se daría una serie de estudios y aportes a sus iniciales postulados, inaugurando el campo de estudios llamado *memética*, sin perder del todo la ambigüedad o la duda de la utilidad del meme como herramienta para explicar procesos de la cultura. Desde la memética, hay numerosos intentos de teorizar y emplear los memes bajo ciertas perspectivas y métodos, sin embargo, parece ser la indeterminación de la naturaleza de los memes se localiza en el centro del debate mismo.

Una de las figuras de más influencia en la memética es Daniel Dennett (1990), quien explicó el egoísmo de los replicantes (genes y memes) desde el señalamiento hecho también por Dawkins (1976) al acuñar el concepto de meme: la competencia entre los replicantes sucede por la capacidad del medio para sustentar a un número finito de éstos, debido a lo cual cada gen y cada meme trata de replicarse lo más posible en entornos donde hay muchos otros, y sólo los más adaptados a su medio encuentran un vector (organismo o mente) para replicarse

y seguir existiendo; el medio supone la existencia de *filtros* que evitan que todos los replicantes sean aptos e impide a algunos continuar sus ciclos de replicación.

Posteriormente a la propuesta original, Dawkins (1982) señalaría respecto a la diferencia en la replicación de genes y memes, que “el proceso de copiado es probablemente mucho menos preciso que en el caso de los genes... los memes pueden parcialmente mezclarse entre sí de modos que los genes no pueden” (p.112). Radcliffe y Surry (1994), ratifican la noción de Dawkins sobre la diferencia fundamental entre genes y memes, pues antes de que se transmita un meme, hay una persona que lo procesa y entiende, mientras que los genes pasan *enteros* de un organismo a otro. Situngkir (2004) enfatiza que este rasgo es relevante para entender el proceso cultural en la sociedad; el medio y sus filtros caen en el terreno de lo subjetivo.

Una autora ampliamente reconocida en el entorno de la memética es Susan Blackmore (2000), quien llegó al grado de identificar en el concepto de los memes un constructo que no sólo serviría para entender la evolución cultural, sino además para explicar el aprendizaje humano, permitiendo su propuesta a situar al meme en medio de procesos cognitivos; según esta autora la vida humana “está impregnada hasta la médula de memes y sus consecuencias. Todo lo que hemos aprendido al emular a otros es un meme” (Blackmore, 2000, p. 34).

Para explicar cómo es que todo aprendizaje es un meme, Blackmore emplea el término *memplex*, contracción de *meme complex*, acuñado originalmente por Hans-Cees Speel (1995) para describir los memes que se replican mejor como grupo que de forma individual. También Dennett (1991) proponía que los memes no sólo emulan a los genes, sino que además la mente humana es producto de memes; de ahí que bajo la perspectiva de los memes como piezas clave del aprendizaje humano, no se puede “empezar a entender la naturaleza y orígenes de la mente humana sin una efectiva teoría de memética” (Blackmore, 2000, p. 24).

Siguiendo la línea clásica de la memética (Dawkins, 1976; Blackmore, 2000), Hokky Situngkir (2004) enfatiza el aspecto de los memes como unidad cultural que se almacena en el cerebro a modo de una abstracción, y debido a que se trata de una abstracción, él indica que no se puede asumir que el meme sea la menor unidad de información en la evolución cultural, sino que es la menor unidad que se usa para explicar la evolución cultural. Así, el meme para Situngkir es una herramienta de carácter analítico que se emplea para explicar la cultura, en cuanto a su diseminación y propagación, como proceso evolutivo en general.

En cuanto a la idea de propagación, la postura de Robert Aunger (2004) enfatiza la existencia de los memes como ideas que pueden servir de sustento a manifestaciones o medios *para comunicarse*, este aspecto evoca aquella noción de Dawkins (1976) según la cual los memes existen en el medio de la cultura, pero pasan de una mente humana a la otra; bajo esta perspectiva, los memes existen dentro de la mente como abstracciones, pero también afuera de la mente como manifestaciones concretas que permiten la transmisión a otras mentes.

En similar idea de transmisión, Francis Heylighen (1996), propone que es la reproductibilidad la característica esencial del fenómeno de los memes, sin embargo, como los memes son símiles de los genes, su reproducción se produce mediante copias que, con el tiempo, pueden ir introduciendo variaciones. Aquellas variaciones son las que sustentarían aquello percibido como evolución cultural, y en la actualidad “el medio más importante en el presente es la red computacional global emergente, la cual puede transmitir cualquier tipo de información a prácticamente cualquier lugar en el planeta” (Heylighen, 1996, p. 912).

Heylighen no ha sido el primer teórico en asociar la noción de meme a las características de la computación, pues aquello fue también reconocido por Dawkins (1986) al decir que los memes sólo pueden prosperar en los cerebros, o en productos fabricados por los cerebros, como libros, computadoras, etcétera; Dawkins advertía además que la evolución bajo la influencia de los nuevos replicantes, los memes, se hallaba en etapa inicial, pese a que la evolución cultural tiene una magnitud más rápida que el ADN; el autor proponía que la toma de poder de los nuevos replicantes podría dejar muy atrás a su modelo de ADN, y que no podía dejar de pensarse que las computadoras estuvieran involucradas en aquel proceso.

Al igual que Dawkins (1976), Blackmore (2000) comparó las formas de transmisión y replicación de los memes con los virus biológicos, pero además con los virus informáticos que se dispersaban en la WWW. El reconocimiento que la memética hizo de la metáfora biológica como modelo para entender la evolución de la cultura llevó al reconocimiento que hace Heylighen (1996) de la red computacional como un potente medio de comunicación que a su vez reconoce Internet como espacio de la cultura y socialización humana, algo que sería posteriormente explorado de forma cercana por Howard Rheingold (2000).

Un punto interesante sobre el estudio de los memes es el *silencio* en torno al concepto de meme que se dio en los años inmediatos posteriores a la publicación de *The selfish gene* en

1976, algo que Dennett (1990) explica a partir de la idea de los filtros que el medio establece para la replicación de los propios memes: cuando Dawkins propuso inicialmente el concepto del meme, el postulado de un zoólogo con miras a explicar aspectos relacionados con las humanidades, probablemente resultó filtrado (y rechazado) por verse como una aproximación intrusiva y no correspondiente al campo donde el debate sobre la cultura se estaba llevando a cabo. En este sentido, el meme del concepto de *meme* no fue exitoso inicialmente, pero la controversia que se fue gestando poco a poco, comenzó a *arrastrar* la noción de meme al entorno de la discusión sobre la evolución cultural.

De modo análogo a Situngkir (2004), Dennett (1990) reconoce que la naturaleza de los filtros para la replicación de memes es subjetiva a diferencia de aquellos que operan en el nivel de los genes; así los filtros se sustentan a veces en ideas como la verdad, la belleza, u otras formas de reconocer lo “mejor”, sin embargo, la competencia entre memes a menudo busca formas de superar tales filtros o aprovechar su naturaleza subjetiva, por lo que aunque a veces se busca únicamente permitir la replicación de aquello considerado lo “mejor”, hay múltiples casos donde algunos memes se hacen famosos o populares precisamente por ser reconocidos como lo “peor”.

Los memes, entonces no dependen de condiciones fijas u objetivas para su replicación, o por lo menos, no son los filtros subjetivos una condición definitiva para ello, de modo que vale la pena preguntar qué les permite replicarse exitosamente. Desde los usos cotidianos actuales, en a finales de la segunda década del siglo veintiuno, el concepto de meme para muchas personas está ligado al uso de Internet, por lo que gravita entre aspectos como: brevedad, humor, fotografías, imágenes, *redes sociales*⁵, y *viralidad*⁶ por ejemplo. Así, la idea de sentido común acerca de los memes designa imágenes intervenidas o modificadas técnicamente que buscan por lo general exponer algo gracioso, sobre algún tema, y que posiblemente ha llegado hasta nosotros debido a su enorme popularidad en línea.

No obstante, los memes en Internet (que llamaré *memes de Internet*) evocan a su vez las discusiones y problemas de la memética al tiempo que se constituyen cultura. Aunque hay diferencias notables entre las manifestaciones y prácticas sociales al interior de Internet y las

⁵ Menciono el término por ser de uso coloquial, pero me refiero a las redes de socialización digitales.

⁶ Entendida vagamente como la gran popularidad súbita de un contenido mediático; más adelante someto este concepto a revisión.

que suceden al exterior de ese entorno, en este trabajo no se busca señalar de forma tajante un límite para los efectos y los procesos de producción de sentido a partir de su ubicación *on/offline*, por lo que, al hablar de la cultura, hablamos de un fenómeno que trasciende cualquier clase de entorno donde hay presencia humana, sea como interacciones o prácticas. Dicho todo lo anterior, se puede pensar que los memes no sólo son integración de imágenes y texto, sino múltiples formas de sentidos y asociaciones diversas, donde la atención potencial de innumerables individuos se conjuga con una gran capacidad de producción compartida, en que el “yo” puede participar en la creación de contenidos que luego también son consumidos y transmitidos; un proceso inscrito dentro de la dinámica interminable de la producción y replicación social de la cultura.

1.2 GÉNESIS

Esta investigación partió inicialmente de mi interés en un espacio de intercambio social de sentidos sustentado en Internet del cual yo mismo soy usuario, Memes Literarios. Al involucrarme en el estudio inicial de aquel espacio fui examinando con detenimiento lo que ocurría en el sitio, y familiarizándome con ciertas particularidades de la comunidad, hasta que logré explorar mediante herramientas de minería de datos su actividad; al notar las asociaciones entre una gran popularidad de ciertos memes con algunas celebraciones y acontecimientos, empecé a interesarme por las condiciones sociales alrededor de los acontecimientos: mediáticas, institucionales, online, etc., que determinan la replicación cultural en Internet, es decir, la capacidad de los contenidos de ser re-producidos (su posible transmisión y modificación) por los usuarios de forma acelerada mediante múltiples plataformas que enlazan a innumerables internautas.

Aunque entiendo la literatura como procesos de escritura y lectura, no puedo dejar de pensar que quienes visitan Memes Literarios, probablemente tienen gusto por las historias, mismas que pueden darse en los más variados soportes y formatos, y donde participa la literatura como una opción, entre muchas, que emplean las palabras para su expresión. Sin embargo, quienes visitan Memes Literarios de también tienen gusto por los memes (o al menos eso supondría su acceso al espacio que desde su nombre confiere una idea de memes de literatura).

Pensar en memes de Internet remite a las historias y a la cultura, de forma más general, en esas múltiples plataformas donde las personas nos encontramos enlazadas, generando, consumiendo, y participando de formas cualesquiera de generación de sentidos, en tiempo real y periodos bastante breves, de modos que permiten imaginar ciertas modificaciones que deben estar ocurriendo en las formas en que interactuamos con aquellas instituciones consagradas o dominantes, aquellas a las que tradicionalmente se atribuye la autoridad de la producción de contenidos, como por ejemplo, el cine, la televisión, la prensa, o las editoriales, pero, ¿qué clase de intercambios hay entre productores y consumidores, digamos, *tradicionales y nuevos*⁷? Aún más, ¿qué condiciones rigen o caracterizan esos intercambios?

En este trabajo he querido ver los memes como parte de los sistemas de comunicación y como sistemas de producción social de sentido, donde se pueden actualizar, modificar y poner en disputa: conceptos, usos y convenciones, por lo que me he permitido asumir que los memes de Internet y cualesquiera otros medios se alimentan, se contienen y se refieren uno al otro en distintos grados de intertextualidad⁸.

Entender que bajo la perspectiva sociocultural⁹, el estudio de los memes me llevaba a apreciar la literatura como integrante de este mayor marco de acción de las narrativas y espacios de negociación de sentido, dirigió a este trabajo hacia una indagación más allá del inicial escenario de Memes Literarios en *Facebook*, incluyendo además dos tendencias de *Twitter* y un video en *YouTube*, a fin de captar distintas manifestaciones y fenómenos, tratando de analizar las maneras en que los filtros de la replicación para cada meme estaban operando.

Pensar los memes como dispositivos de comunicación invita a reflexionar también en las formas en que los horizontes entre prácticas sociales y culturales (algunas institucionalizadas, y otras más sin políticas explícitas de operación, como la gestión de memes) se desvanecen para conjugarse en el hacer de los usuarios en dinámicas unificadoras, algo que se puede atestiguar día con día en las redes de socialización en Internet, escenarios de producción y

⁷ Más adelante abordo el tratamiento que Carlos Scolari hace los medios de comunicación catalogados como tradicionales y nuevos, diferenciados por las diferentes dinámicas de interacción que permiten a los usuarios, sean consumidores y productores de contenidos.

⁸ En la noción de intertextualidad de Julia Kristeva se afirma que “todo texto se construye como un mosaico de citas, todo texto es absorción y transformación de otro texto. En el lugar de la noción de intersubjetividad se instala la de intertextualidad, y el lenguaje se lee, por lo menos, como doble” (Kristeva, 2001, p, 147).

⁹ En el apartado inmediato posterior presento un acercamiento a esta perspectiva.

consumo de una multitud de narrativas, que no resultan sólo literarias o dedicadas al entretenimiento, sino también a la política, a lo cotidiano, etcétera.

Me interesa entender las condiciones particulares que hacen de sitios de socialización en línea entornos de intercambio donde es posible ver cómo confluyen condiciones socioculturales en los memes, favoreciendo que un evento social cualquiera sea reapropiado no sólo a propósito de narrativas con acento en ficciones literarias, sino como, posiblemente, una forma de producción social de sentido en la era digital por derecho propio.

1.3 GENES, MEMES Y REDES

Las razones que justifican realizar esta investigación son varias y se derivan, inicialmente, de la continua presencia de los memes en Internet (usualmente como imágenes intervenidas, pero también como registros de atención compartida) como rasgo constante de cualquier evento ocurrido en los ámbitos dentro y fuera de la WWW. Si bien los memes de Internet suelen difundirse a través de plataformas de socialización en línea, su alcance total no se atiene al entorno de Internet; puede pensarse que no hay eventos sociales que sean conocidos por audiencias de medios (o eventos de grupos particulares donde no existe mediatización¹⁰ patente) sin que se pongan a circular en la red memes referentes a ese evento.

Para hablar de replicación cultural es necesario atisbar, brevemente por ahora, a la cultura¹¹ que designa producciones artísticas e intelectuales y modos diversos de vida humana, además del proceso de la reproducción de los sistemas sociales o las prácticas que les dan sustento. El proceso de la replicación cultural es una constante para la cultura humana según los postulados de Susan Blackmore (2000), para quien los saberes se adquieren mediante procesos de imitación –que replican lo que Thompson (1990) llama *formas simbólicas*, es decir, las manifestaciones y los procesos sociales y comunicativos–. Sin embargo, al ser la cultura un proceso inacabable de innumerables procesos individuales y colectivos resulta inabarcable (muy probablemente, improductivo e impensable también) tratar de ver la totalidad, y explorarla sin una delimitación pertinente.

¹⁰ Mediatización, como la presenta Sonia Livingstone (2009), cual un proceso donde los medios de comunicación moldean históricamente las relaciones sociales y las prácticas cotidianas de los actores sociales.

¹¹ El abordaje de cultura lo realizo formalmente en el marco teórico, por lo que me limito aquí a mencionar brevemente cómo trabajo el concepto.

La presente indagación se propone explorar la replicación como un proceso de flujo donde es central la comunicación como producción social de sentido, a través de las copias e imitaciones que suceden durante la expansión de los memes, a la vez que mantienen su existencia en el tiempo y adaptan sus formas. La perspectiva desde la cual se pretende abordar la replicación es la sociocultural, que se puede entender, según lo que propone Ludwick Fleck (1981) como una *forma de pensar* desde donde se enfatiza el carácter colectivo de las formulaciones conceptuales que operan en una determinada sociedad, según esta perspectiva es de importancia vital reconocer las formas de interacción, cooperación y oposición de opiniones en las discusiones públicas sobre la génesis de las ideas que se consideran parte de la realidad; esta forma de pensar corresponde al conjunto de normas, principios, y valores propios a una época o corriente de pensamiento.

La perspectiva sociocultural de la comunicación, según Raúl Fuentes Navarro (2008), presenta un método de investigación

fundamentalmente heurístico, orientado más por las búsquedas que por los hallazgos y que, centrado en la construcción comunicativa de las intersubjetividades, trata de no desintegrar de ese “centro” los factores históricos y estructurales que lo determinan, en especial el poder, en todas sus dimensiones (Fuentes Navarro, 2008, p. 10).¹²

Es claro que una investigación sociocultural que pretenda ver la replicación de contenidos y su trasfondo podría no limitarse a memes de Internet, o incluso, tampoco tendría que ser en Internet, sin embargo, la incidencia constante de los memes y su relación a través de referencias a eventos fuera y dentro de Internet permiten hacer un seguimiento puntual, en cierto modo, a las dinámicas aparentemente fragmentarias que componen los procesos de la cultura: en los memes no hay un centro (no lo son Memes Literarios, ni *Facebook*, *Twitter* o *YouTube*, por ejemplo) o instancia de donde los memes sean todos originarios; a diferencia de contenidos como películas, canciones, producciones de televisión y radio, es difícil pensar en emisores o autores únicos y originarios reconocibles. Al tratar con memes es difícil pensar de forma tradicional sobre propiedad, autoría, o contenciones efectivas, ya que tanto los memes como sus procesos de difusión son colectivos, reticulares y veloces.

¹² Salvo que se indique expresamente lo contrario, el uso de comillas y cursivas en las citas corresponde al que se halla presente en los documentos citados.

Otear hacia las dinámicas de los memes permite pensar en la cultura y sus procesos de comunicación como algo que, de alguna manera se parece más a la comunicación entre personas sin intermediarios que a través de otras clases de sistemas comunicativos como los que suelen sustentar las diversas industrias mediáticas. Así, me resulta de mucho interés conocer los eventos favorecidos por las condiciones socioculturales presentes en cada caso abordado, pues esto representaría que los usuarios han decidido que dichos temas merecen atención.

Un alto nivel de atención (de audiencia o de relevancia) es sin duda un fin perseguido por las industrias mediáticas: que muchos usuarios consuman determinados productos es algo que sustenta interés económico, por lo menos, aunque hay casos notables donde elevados niveles de atención no han podido ser previstos por los tradicionales productores de contenidos, y no es raro escuchar actualmente el adjetivo *viral* o el sustantivo *viralidad* para nombrar tal efecto, ya que refieren casos de acelerada dispersión y popularización de contenidos.

A pesar de la enorme difusión que recibe el término *viral*, algunos teóricos optan por entender este efecto a partir de las posibilidades que abren los *contenidos mediáticos de fácil dispersión*, o *Spreadable media*, que es como se refieren al fenómeno los teóricos Sam Ford, Joshua Greene y Henry Jenkins (2013). Estos autores explican que desde 1976, Dawkins empleó ejemplos donde mencionaba la idea del virus (y su campo semántico: el contagio o la infección, etc.) para ejemplificar su idea del meme, sin embargo, el uso de la palabra *viral* se hizo común sólo hasta después de que la noción de *Viral Marketing* fuera empleada por los autores Steve Jurvetson y Tim Draper (1997) para describir un modo de publicidad que buscaba emplear herramientas de Internet para popularizar productos y servicios entre los usuarios de la red. Otra categoría teórica similar era *Stickiness*, empleada por Malcom Gladwell (2000), quien pretendía examinar los mensajes elaborados de un modo que pudieran apelar al gusto de las masas. De alguna forma, esta clase de razonamiento sobre el *stickiness* y lo viral, implicaba una producción calculada y que se proponía generar apego hacia el contenido por parte de una audiencia en el mayor grado posible, es decir, suponía una recaída en el primer esquema de comunicación que aportara la *Mass Communication Research*: un emisor creaba un contenido para lograr cierto efecto (su consumo, por lo menos) en un receptor (Lasswell, 1948).

Hablar de *viralidad* (Ford, Greene y Jenkins, 2013) conlleva una visión que no se distancia mucho de la premisa de los modelos de comunicación de Shannon (2001) o de Lasswell (1984); visiones que pueden llevar a silenciar a los sujetos que en primera instancia participan en el proceso, quienes van mucho más allá de solamente recibir un mensaje, pues de manera incesante se apropian de ese sentido, lo reinterpretan, reivindican y negocian con él (Fuentes Navarro, 2008). Frente a la idea de lo viral y lo pegajoso, queda la propuesta de Ford, Green y Jenkins (2013) para referirse a aquellos objetos culturales fáciles de esparcir y que, debido a las posibilidades que su constitución brinda a cualquier usuario de plataformas sociales en Internet, le permiten reproducirlos y transmitirlos con gran eficiencia. Así, al pensar en lo popular como algo que ha sido difundido por los usuarios, *spreadable media* (Ford *et al*, 2013) enfatiza y pone de manifiesto los acelerados procesos de flujo de contenidos que en Internet se dan por y a través de la acción de los sujetos-usuarios. Decir que un meme recibe mucha atención o es muy relevante en un momento dado supone, por tanto, un desplazamiento teórico importante respecto a decir que ese meme “es viral”, pues hablar de atención o relevancia reconoce al objeto, su trasfondo y su sustancia como un producto de procesos socioculturales complejos e históricamente situados.

Debe entenderse que desde estos términos se busca hacer notar que son los usuarios de Internet aquellos quienes generan la relevancia de los contenidos mediante su atención. En esta línea, y también desde el enfoque sociocultural de la comunicación, Guillermo Orozco Gómez (2011) aporta que, en la actualidad, la condición comunicacional consiste en una recentralización de lo comunicativo como dimensión prioritaria para entender las sociedades contemporáneas. Al hablar de que los memes de Internet van relacionados con procesos de comunicación y socialización, es posible pensar que el estudio de los memes para desmontar las condiciones socioculturales en que se replican puede aportar una gran cantidad de pistas acerca del funcionamiento de las sociedades y su presencia en la red.

En un sentido amplio, la diferencia de los medios nuevos con los medios tradicionales es la posibilidad de reacción y acción de las audiencias (Orozco Gómez, 2011), donde tales reacciones se veían limitadas; lo novedoso no es que todo usuario sea creador (o tenga posibilidad de serlo) de materiales culturales, sino que las audiencias son “más activas” que antes en su papel de consumidores culturales: los usuarios de Internet crean, consumen y

difunden (memes y otros materiales), participando con más poder de negociación en los procesos de producción social de sentido.

La presencia de los individuos en plataformas en línea y fuera de ellas es un complejo proceso donde continuamente se toman y se crean posturas en las múltiples esferas de lo social, por lo tanto, estar en línea no supone un alejamiento de la situación concreta en el “mundo real”, sino que vierte la realidad de ambas presencias de los sujetos en una sola experiencia, donde el aquí y el ahora tienden a equipararse con el estado “en línea”. Aún más, Rossana Reguillo (2017) estima que en los sitios de socialización integrados en red transcurre una parte (relevante) de las vidas y experiencias de los sujetos; ella las reconoce como *superficies de inscripción*, es decir, sitios donde queda plasmada una evidencia de las posturas particulares que uno tiene ante el mundo, por lo que dar un “me gusta” o “compartir” una publicación no representa acciones vacías o meramente fortuitas, sino elecciones de valor, significado y de autorrepresentación en el espacio virtual. Así, de cierta forma, uno es los memes que comparte, crea, envía, y que le despiertan emociones cualesquiera, donde el humor es una opción entre muchas.

La “Súpercarretera de la información” fue una figura de lenguaje creada en 1992 (Fuentes, 2008, p. 185) empleada para ilustrar la condición de Internet como sistema de intercambio de información cuyas posibilidades aún empezaban a comprenderse; como era de esperarse el término –otro meme exitoso– se popularizó. Ahora bien, considerar Internet una *súpercarretera* implicaba al llamarlo *carretera*, una *vía* de comunicación, pero *súper*, tal vez como en *súper conductor*, enfatizaba una elevada funcionalidad, una especie de aceleración respecto a la forma en que operan las vías de comunicación comunes.

Desde el campo de la literatura, un escritor que reflexiona las formas en que las dinámicas, en apariencia¹³ propias de Internet, modifican el paisaje de la vida cultural humana es Alessandro Baricco; el autor enuncia una serie de ensayos que ilustran la forma en que

con la complicidad de una determinada innovación tecnológica, un grupo humano esencialmente alineado con el modelo cultural del imperio accede a un gesto que le estaba vedado, lo lleva de forma instintiva a la espectacularidad más inmediata y a un

¹³ El autor indica que la irrupción de Google en Internet bien puede considerarse un acto bárbarico: hay éxito comercial, valor en la espectacularidad, adopción de una nueva lengua, simplificación, superficialidad, velocidad, la medianía, un pacífico acomodo a la ideología del imperio americano, el laicismo instintivo, y ese sistemático ataque al tabernáculo, contra el rasgo más noble, culto y espiritual del gesto (2009).

universo lingüístico moderno, y consigue así darle un éxito comercial asombroso. (Baricco, 2008, p. 52).

El autor nombra *bárbaros* a los grupos que recién exploran ciertas instancias de la cultura para las cuales ellos son ajenos o exteriores. Para los bárbaros, dice Baricco (2008), “cualquier cosa tiene sentido e importancia únicamente si consigue enmarcarse en una secuencia más amplia de experiencias” (p. 96); él explica que la dinámica de la búsqueda de sentido ya no consiste (como en épocas o prácticas anteriores) en explorar cuestiones a profundidad sino en realizar recorridos superficiales donde se atravesasen muchas instancias, pues el sentido es algo que se persigue y se puede encontrar en la clase de yuxtaposiciones que permite, por ejemplo, una experiencia hipertextual, algo muy acorde a las posibilidades propias de los fenómenos en Internet.

Según la reflexión sobre los bárbaros, éstos tienen un comportamiento similar al de Google: para este buscador de Internet, la importancia de un sitio particular se considera a partir del número de clics que recibe desde links en otras páginas, que a su vez son catalogadas en importancia según el número de links que llevan hacia ellas desde otras: “Google nace de ahí. De la idea de que de las trayectorias sugeridas por millones de links irían trazando los caminos guía del saber” (Baricco, 2008, p. 107).

En sus dinámicas, los bárbaros se adueñan de prácticas institucionalizadas de producción social de sentido¹⁴ y las convierten en *sistemas de paso* (Baricco, 2008): un esquema abierto a muchos individuos que dota de aceleración a los procesos que componen la realidad, enlazando la experiencia a una secuencia más amplia de experiencias.

Por regla general, los bárbaros van donde encuentran *sistemas de paso*. En su búsqueda de sentido, de experiencias en los que sea rápido entrar y fácil salir. Privilegian los que en vez de acopiar el movimiento lo generan. No se mueven en dirección a una meta, porque la meta es el movimiento. Sus trayectorias nacen por azar y se extinguen por cansancio: no buscan la experiencia, lo son. (Baricco, 2008, p. 115-116)

Se podría pensar que Baricco habla de esa atención antes mencionada como constante pretensión de las industrias mediáticas. La atención que reciben unos memes determinados podría estar definida por lo que aquellos memes tienen como trasfondo, así como las páginas de Internet son valoradas por Google según la cantidad de enlaces que dirigen a ellas (Baricco, 2008). Por ello, conviene recordar que, ya antes Jesús Martín Barbero (1987)

¹⁴ El autor menciona casos específicos del vino, el fútbol, la música y la literatura.

reconoció que gran parte de la historia y de los intereses en los estudios de comunicación se han centrado en los medios, por lo que propuso desplazar el debate de la comunicación de los medios a las mediaciones, es decir “a las articulaciones entre prácticas de comunicación y movimientos sociales, a las diferentes temporalidades y la pluralidad de matrices culturales” (Martín Barbero, 1987, p. 203).

La noción de las mediaciones, para Barbero, no pasa por alto que todos los medios cuentan en las dinámicas de generación de sentidos, pero presta particular atención a las formas en que el ser colectivo de las masas influye a su vez de manera importante en los modos en que se produce sentido socialmente, quizás con más peso que los medios por sí mismos. Eduardo Ruiz Marín (2004) reconoce además los aportes de la Teoría de las Mediaciones de Martín Barbero señalando que todo proceso social, especialmente de comunicación, es mediado, ya que intervienen los espacios, lugares y ámbitos que dan sentido y significado a toda acción social, sentidos que en última instancia cambiarán según las dimensiones políticas, culturales y comunicacionales que se involucran para consumir o producir formatos culturales; uno de los cuales posiblemente es el meme de Internet. La reflexión sobre los bárbaros no pasa por alto la influencia de la acción colectiva como mediadora de las formas de generar sentido:

Cuando pueden, los bárbaros construyen a su imagen los sistemas con los que viajar: la red, por ejemplo. Pero no se les oculta que la mayor parte del terreno que deben recorrer está hecha de gestos que heredan del pasado y de su naturaleza: viejas aldeas. Lo que hacen entonces es modificarlos hasta que se convierten en *sistemas de paso*: a esto nosotros lo llamamos *saqueo*. (Baricco, 2008, p. 115-116)

Siguiendo en la línea de las mediaciones y respecto a los medios de comunicación, Carlos Scolari, un teórico que analiza los fenómenos de hipermediación, estudia las diferencias entre lo que llama *viejos medios* (donde reinaba la comunicación de masas, con un modelo lineal de transmisión de información) y los *nuevos medios* (donde la comunicación es digital e interactiva); según una comparación que él hace a partir de lo señalado por diversos especialistas, las nuevas formas de comunicación se diferencian de las tradicionales debido a una serie de rasgos como: 1) transformación tecnológica (digitalización); 2) configuración de muchos a muchos (reticularidad); estructuras textuales no secuenciales (hipertextualidad); convergencia de medios y lenguajes (multimedialidad); y participación activa de los usuarios (interactividad) (Scolari, 2008).

Los puntos que según Scolari definen las nuevas formas de comunicar, parecen sospechosamente cercanos en algunos aspectos a las prácticas ya avecindadas en los modos de consumir los productos culturales de los viejos medios que recalcan Martín Barbero y Orozco Gómez al indicar la naturaleza de las mediaciones y lo activo de las audiencias; sin embargo, quizá donde mejor se aprecie el símil es en los *saqueos* barbáricos que describía Baricco: la innovación tecnológica facilita que no haya un solo canal transmisor, sino múltiples canales e interacciones; los textos culturales se emplean no siendo explorados a profundidad, sino mediante recorridos superficiales y acelerados, accediendo desde varios puntos, donde los lenguajes y medios se amalgaman al tiempo que se simplifican.

Si se entiende Internet como la *red de redes*, probablemente se le pueda ver también como el *sistema de paso de los sistemas de paso*. Al recordar la pretensión que implica hablar de *spreadable media*, no se puede dejar de lado que Internet es un espacio de cultura humana, por tanto, las dinámicas de difusión y replicación de los memes tienen una clara validez ahí, e incluso el ejercicio de yuxtaposición y condensación de sentido que hace al meme de Internet (visto quizás en su sentido más restringido, como sólo una imagen humorística) lo convierten también en un sistema de paso por derecho propio. Ese sistema de paso es empleado entonces por múltiples grupos de usuarios con intereses y dinámicas culturales propias, algunos de ellos en relación con la literatura o la política, por ejemplo, quienes al codificar referentes en forma de memes, los pueden estar dotando de una movilidad probablemente mayor a aquella que es común a los referentes previos por sí mismos, puesto que estas “nuevas” formas les permitirían acceder de forma más fluida, por así decirlo, al gran sistema de paso que sustenta la cultura popular en la red de redes, impulsando un enorme potencial de replicación cultural para los memes, mismo que inicialmente es definido por la relevancia que le otorgan los propios usuarios que los crean y comparten.

Nombrar *bárbaros* a los individuos que se suman a las diversas dinámicas culturales que explora Baricco (2008) –con la consabida aceleración de la realidad, mezcla de referentes *on/offline*, y el mayor alcance de audiencias que supone Internet–, parece conllevar cierto desdén, y no es casual que este autor llame así a los advenedizos que se adentran a prácticas culturales antes restringidas a individuos específicos, sino que, además, reconoce que quienes forman parte de aquellas estructuras establecidas, perciben con rechazo a quienes no las legitiman y las desdeñan. Al estar enlistadas las prácticas sociales aceptadas y justificadas de

diversas maneras, otras resultan inaceptables, punibles o simplemente se ven como carentes de un sentido válido. Hacer memes, como recreación y como entretenimiento es una práctica que puede carecer, en algunos ámbitos, de justificaciones prácticas ante, por ejemplo, criterios de lo que es *productivo* o *beneficioso* en términos económicos.

Pese a que han logrado transformar sistemas culturales completos en otros modelos comerciales exitosos, las búsquedas de experiencias que hacen los bárbaros de Baricco, distan de perseguir sólo eso, puesto que no toda exploración de grupos humanos acerca de prácticas culturales vedadas se sustenta en objetos comerciales o que fácilmente puedan volverse mercancías. Víctor Hugo Ábrego (2013) apela a la importancia del ocio como un momento en que ciertas actividades producen prácticas juveniles cuya importancia no reside en ser productivas, sino como

elementos que cuestionan un paradigma de la modernidad mediante un no-compromiso con la estructura, una legitimación de conocimiento desjerarquizado y excéntrico, y que estarían otorgando mayor valor a las relaciones que desarrollan y estrechan en este ambiente por beneficiar sólo a quienes están envueltas en ellas, por permitir una libre expresión y creación de sí mismos (Ábrego, 2013, p. 220).

Ábrego (2013) alega que el ocio como experiencia escapa de y cuestiona la experiencia normada por las instituciones, constituyéndose como espacio para el ejercicio de la agencia de los sujetos. Es claro que las navegaciones de los usuarios por Internet no se limitan a la revisión de correo electrónico, asuntos profesionales o de adscripción institucional.

En esta línea, Rossana Reguillo (2017) señala que mediante el uso de los sitios de socialización integrados en red se constituye y complementa la experiencia de vida de muchos sujetos, y eso incluye que en buena medida en estos sitios se realicen actividades de ocio. La autora reconoce que las reconfiguraciones sociales, no solo se dan en los espacios consagrados por la modernidad, sin embargo, para ella es difícil erradicar la creencia de que dichos espacios son los que se reservan el derecho de modificar la sociedad; ella, por ejemplo, escucha las conversaciones de los bárbaros –para el caso se trata de jóvenes, usuarios de Internet– y percibe en ellas trazas de una profunda renovación (Reguillo, 2012), como la forma en que se *pierde* el tiempo en *YouTube*, por ejemplo, escuchando música y viendo videos relacionados, permite ir reconfigurando las prácticas mismas de oír música, de disfrutar melodías en fiestas y en las variopintas locaciones que la Red 2.0 hace posible.

Así, aunque ciertas prácticas no son tradicionalmente reconocidas o consagradas como eslabones cruciales en los procesos de producción social de sentido, no se puede dar por sentado su falta de relación con procesos sociales relevantes de comunicación. Si el acto de leer literatura, por ejemplo, carece de una razón suficiente para justificarse por sí mismo, hacer memes de Internet a partir de eso, o el sólo hecho de compartirlos no está, por tanto, exento de resultar enigmático al tratar de ver la conexión directa de tales prácticas con procesos que brinden beneficios inmediatos a quienes los efectúan; sin embargo, tanto a través de la lectura, la elaboración de memes, la contemplación de videos en *YouTube*, y cualesquiera actividades de ocio, operan procesos de transformación de las dinámicas de cómo entendemos y generamos la realidad.

¿Qué significa entonces, en términos de comunicación, publicar un meme? Publicar o compartir un meme de Internet conlleva una expresión del yo y de los intereses de quienes lo producen y aceleran su circulación al reaccionar a él; lo que nos da risa, dota también de significado al meme, es decir que permite construir una postura desde donde se catapulta y da a conocer, mediante el meme, un fragmento de la subjetividad propia, de cómo nos adueñamos del tiempo libre, y abrimos la posibilidad de que alguien más participe de este proceso, y quizá, comparta ese significado a su vez.

Debido a que uno de los problemas de las teorías sobre la cultura ha sido tratar de definir de modo particular sus procesos, llegado el punto donde cultura y comunicación se ven compenetradas como perspectivas del mismo proceso de producción de sentido, es necesario acotar cómo abordaremos la cultura en esta investigación.

Hablar de condiciones socioculturales de replicación de memes, es referir momentos particulares en el gran proceso de la cultura, y el trabajo de Julián González (2014) sirve de guía para entender la cultura desde las aproximaciones puntuales y específicas de los eventos, ya que un evento es un hecho que sucede, pero no es único: “Un evento es siempre una red de eventos y esa red es un sistema de infinitos elementos.” (González, 2014, p. 141), señala que por ello es preciso hacer algún tipo de delimitación, pues la naturaleza de los eventos condiciona que “No es posible una cobertura completa [...] de ningún evento porque son infinitos internamente” (González, 2014, p. 142).

Para ejemplificar un evento mencionaré el anuncio del galardón del premio nobel de literatura en 2016, concedido a Robert Allen Zimmerman (conocido como Bob Dylan). Pese a que se afirma en diversas publicaciones lo inesperado de que a un artista reconocido por su música se le ofreciera un premio que tradicionalmente se concede a escritores, también algunas notas periodísticas que exploraron el asunto a profundidad permiten conocer la lenta gestación de esa aparente irregularidad del nombramiento: se explica que, por ejemplo, desde 1996 hubo pretensiones para incentivar la consideración de la obra lírica de Dylan como merecedora del nobel de literatura, asimismo se rememora que figuras como Betrand Rusell o Winston Churchill recibieron el premio nobel de literatura, también sin usualmente ser reconocidos como parte del mundo de lo literario.¹⁵

A partir de exploraciones reticulares que permiten apreciar variaciones en los patrones socioculturales, el galardón recibido por Bob Dylan se puede ver como un evento más en una cadena de acontecimientos donde ése en particular no resulta exactamente un hecho sin precedentes. Explorar la cultura como un fenómeno multiforme y con manifestaciones tanto en los modos de vivir y en las obras acabadas que se crean suscita una dificultad enorme, por lo que quizás reducir la mirada a un solo evento, delimitado con ciertos criterios de pertinencia, puede ayudar a ganar capacidad de operación y de análisis.

Cuando se declara que esta indagación busca reconocer las condiciones socioculturales de la replicación de memes, me refiero a los momentos específicos en que se hicieron sus publicaciones, dado en que esas condiciones que engendraron y sustentaron al meme o grupos de memes serán estudiados como eventos.

1.4 MEMES DE INTERNET COMO UN LUGAR DE INVESTIGACIÓN

En *Los bárbaros. Ensayo sobre la Mutación*, Alessandro Baricco (2008) plasma un escenario donde el término *bárbaros* designa a individuos que tradicionalmente no participan en ciertas dinámicas de producción y negociación de sentido que operan bajo modos y normas preestablecidas; los bárbaros saquean estos aspectos vedados de la cultura, y los explotan en modos que les permiten sacarles provecho además de ponerlos en contacto en una más amplia red de experiencias. Por lo tanto, los bárbaros “irrumpen en la sociedad del siglo xxi para

¹⁵ Véase las noticias de Navarro (2016) y Altares (2016).

trastocar los sentidos fosilizados, operación no exenta de violencia pero que en términos generales ocurre muy lejos de las ‘trincheras’ tradicionales” (Reguillo, 2012, p. 38). Al referirse a las trincheras tradicionales, Reguillo indica que los bárbaros, nuevos argonautas del sentido, no suelen recurrir o guiarse por las instituciones que antes regían y pautaban las formas de entender la realidad –lo que coincide con las propuestas de Michel de Certeau (2000) –quien dedicó parte de su obra a construir una conceptualización de lo cotidiano a partir de la etnografía de pueblos y personas comunes en Francia– al tratar de encontrar las formas en que crean sentido y dan forma al mundo aquellos que *solían* ser considerados como despojados de la autoridad de hacerlo.

Una de las pocas certezas que se pueden desprender de la revisión de las nociones centrales del estudio de los memes es precisamente la mutación, o la evolución en cómo han sido entendidos los memes. De símiles de genes, los memes pasaron a verse como elemento constitutivo de nuestras más actuales redes de comunicación: y en el proceso se han ido moldeando como una trinchera que quizás aún no es tradicional, pero ciertamente cada vez resulta menos extraña. Los memes podrían ser tan valiosos porque precisamente permiten a los internautas participar en las conversaciones que están moldeando vertiginosamente las realidades diarias. Podría pensarse que, en el juego de los memes, todos somos bárbaros en cierta forma, pues nada ha estado ahí lo suficiente como para erigir más tabernáculo que los memes mismos; en ellos nadie tiene la última palabra, y por tanto “autoridad” es quizás un concepto que comienza a tornarse difícil de entender.

Desde la teoría de los memes como unidades de replicación cultural hasta los memes entendidos como atención compartida dirigida a eventos particulares, o bien como construcciones visuales de humor, en el contexto contemporáneo es evidente que los memes están revestidos de importancia y pertinencia. A partir de un enfoque de comunicación sociocultural, los memes son vehículo de discusión y terreno de negociación de sentidos, mismos que son producidos y puestos en conflicto en cada evento y desde cada publicación.

En este trabajo se busca entender cómo se gesta la súbita relevancia de los memes a manera de artefactos comunicacionales digitales, intentando atisbar además a la posibilidad de aplicación de los modelos o mecanismos elaborados mediante esta exploración a una variedad de contextos, situaciones y temas.

Mi interés por conocer y entender las condiciones particulares de replicación de los memes se vio inclinado inicialmente hacia memes de literatura debido a mi formación universitaria, misma que al comienzo de este trabajo consideré una especie de garantía para tener inteligibilidad en cuanto a los ejemplos específicos de memes de Internet que pudiera yo encontrar; de ahí que la investigación se desarrollara en un principio en la página en Facebook “Memes Literarios” que cuenta con un mayor número de seguidores que otras páginas de contenidos sobre memes cuyo tema es la literatura, en idioma español al menos.

No obstante, tiempo después, cuando contaba yo con más experiencia en el acercamiento a los memes de Internet, e impulsado por cuestiones que no alcanzaban a ser percibidas en un escenario de memes predominantemente graciosos y envueltos de códigos literarios, decidí realizar exploraciones que me llevaron a incursionar además a conversaciones públicas en *Twitter* y *Youtube*, plataformas en línea donde existen condiciones y dinámicas distintas a las de Facebook para la gestión de comunidades y contenidos, aunque también favorecen la conexión con páginas y contenidos de otras plataformas. La apertura de la investigación buscó así permitirme atisbar a una variedad de dinámicas desde donde observar la replicación cultural con miras a tratar de responder a la pregunta que sustenta el trabajo.

1.4.1 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

La pregunta de la que se deriva la investigación es la siguiente:

¿Cuáles son las condiciones socioculturales destacadas en la replicación de memes de Internet populares en redes de socialización en línea y de qué formas perceptibles operan en los contenidos puestos en circulación por los internautas?

La hipótesis de trabajo es que al poner en circulación (o interactuar con) un meme se condensan aspectos enunciativos y contextuales mediante los cuales se participa activamente en un proceso reticular o no lineal de producción de sentido que favorece ciertas condiciones socioculturales, como el establecimiento de redes y relaciones de poder mediante las que los sujetos, algunas veces, pueden llegar a desestabilizar esquemas dominantes de apropiación de un discurso institucional como la literatura, la política.

Para esta investigación, el objetivo general consiste en identificar y analizar las condiciones socioculturales más relevantes que se ven envueltas en la replicación de contenidos, mismos

que son producidos y puestos en circulación por usuarios de Internet en sitios de socialización en línea, como *Facebook*, *Twitter* y *YouTube*. Se derivan de este objetivo, las siguientes líneas específicas: por un lado, queda identificar los contenidos más replicados según las apropiaciones de usuarios *online* de las publicaciones en tales sitios; por otro lado, es necesario reconocer y entender, mediante el análisis los memes las condiciones particulares que favorecen su replicación por los internautas en las plataformas de socialización en línea. Para llegar a posibles respuestas a la pregunta de investigación se plantea un marco teórico sustentado en una perspectiva sociocultural de la comunicación que busca, ante todo, reconocer el papel que tienen las audiencias como consumidoras de memes en el proceso de favorecer que ciertos sentidos sean más replicados que otros, prestando particular atención a las relaciones de poder que operan en cada caso y momento dado.

Como el objeto de estudio son las condiciones que permiten la replicación, se echa mano de una diversidad de casos que, se espera, permitan ver variaciones en tales condiciones; no obstante, se debe entender que la vía de acceso para llegar a entender y analizar estas condiciones es mediante la observación de memes específicos, y que las reflexiones que se puedan hacer sobre los memes, no necesariamente serían inconexas con el objeto de estudio, sino que podrían permitir forjar andamios desde los cuales llegar a una comprensión de aquellas.

CAPÍTULO 2. ESTADO DE LA CUESTIÓN

Para la construcción del estado de la cuestión acerca de los Memes de Internet en Comunidades virtuales, procedí a explorar desde las bases de datos EBSCO, SAGE, SCIELO y REDALYC. En todas las plataformas dispuse la búsqueda de modo que los resultados arrojados comprendieran el periodo de 2010 a 2018 a efecto de contar con información reciente, también consideraré sólo aquellos documentos a los que yo tuviese acceso completo y que los resultados consistieran en publicaciones académicas producto de investigaciones.

Tengo que mencionar que, con excepción de Scielo y Redalyc, las búsquedas las realicé en inglés para considerar la mayor cantidad de opciones, y éstas giraron en torno a dos temas designados por las opciones de los tesauros de búsqueda: el primero fue Memes de Internet, el segundo término Comunidades virtuales; sin embargo, presté atención a los temas relacionados con los que hice la búsqueda, y algunos documentos derivados de estas inclusiones resultaron afines a mis intereses de indagación.

Luego de constatar que la mayoría de mis resultados venían de EBSCO, decidí emprender una nueva búsqueda que escapara de los términos antes elegidos, y empleé *Internet Memes* asociado con los descriptores *Study Of Memes*, y por otro lado *Social Media*. Esta estrategia fue bastante útil pues aportó más resultados, con documentos compatibles.

Bajo los términos descritos en las exploraciones obtuve un total de 34 resultados pertinentes, en las siguientes cantidades, respectivamente: 23, 4, 6 y 1; tras filtrar los resultados repetidos, las publicaciones que carecían de acceso libre o estaban en idiomas distintos al inglés, español o portugués, el número de publicaciones se redujo a 26, mismas que serán expuestas en los siguientes apartados. El resumen de mis indagaciones se resume en la Tabla 1¹⁶.

¹⁶ Salvo la expresa indicación de lo contrario, todas las tablas en este documento son de elaboración propia.

TABLA 1.
Registro del proceso de búsqueda y resultados obtenidos

EBSCO 23	SAGE 4	REDALYC 6	SCIELO 1
1) MEMES DE INTERNET			
MEME 44,710 [Título] MEME 1,812	MEME 306 [Título] MEME 15	MEME INTERNET MEME	MEMES 1 MEMES DE INTERNET 0
[Título] INTERNET MEME 8	MEME & LITERATURE 497	(Revistas de Comunicación) MEME 6	MEME & LITERATURA 0
MEMES & LITERATURE 2,858	INTERNET MEME & LITERATURE 0	MEME & LITERATURA 2492	
INTERNET MEMES & LITERATURE 1		MEME & LITERATURA & REDES SOCIALES 6514	
INTERNET MEMES & STUDY OF MEMES 6			
INTERNET MEMES & SOCIAL MEDIA 6			
2) COMUNIDADES VIRTUALES			
VIRTUAL COMMUNITIES OR ONLINE COMMUNITIES 7,802	VIRTUAL COMMUNITY 2,667		COMUNIDADES VIRTUALES 3
VIRTUAL COMMUNITIES OR ONLINE COMMUNITIES & MEMES 0	[Título] VIRTUAL COMMUNITY 0		COMUNIDADES EN LÍNEA 0
VIRTUAL COMMUNITIES OR ONLINE COMMUNITIES & SOCIAL MEDIA 1,520	SOCIAL MEDIA STUDIES 3		
VIRTUAL COMMUNITIES OR ONLINE COMMUNITIES & SOCIAL MEDIA & MEMES 2	VIRTUAL COMMUNITY & HUMOR 69		
VIRTUAL COMMUNITIES OR ONLINE COMMUNITIES & SOCIAL MEDIA & LITERATURE AND ART 30	VIRTUAL COMMUNITY & HUMOR 1		

Nota: La tabla se divide en las búsquedas basadas en 1) memes de Internet y 2) comunidades virtuales. Los números señalados en negritas destacan la cantidad de documentos hallados para cada búsqueda según la columna de cada repositorio.

2.1 REPLICANTES EN INTERNET

En esta primera fase del estado de la cuestión presento los trabajos consultados sobre memes en Internet, mismos que organizo bajo los encabezados: NUEVOS ALFABETISMOS, donde abordo una sugerente propuesta acerca de cómo formas y contenidos en Internet, entre ellos los memes, inspiran nuevos repertorios, lenguajes y códigos que se vuelve necesario conocer para, mediante su uso, participar de dinámicas emergentes.

En LA NATURALEZA DEL MEME, presento estudios que se avocan principalmente a estudiar el meme en Internet, haciendo preguntas sobre su naturaleza y el problema de su definición; estos trabajos por lo general se enmarcan directamente en el estudio de los memes.

EL MEME COMO HUMOR E IDENTIDAD COMUNITARIA presenta trabajos que exploran aspectos donde el meme se ve imbuido en construcciones humorísticas que conllevan diversos efectos en comunidades en línea, especialmente referentes a la identidad de los internautas que las conforman.

EL MEME COMO RESISTENCIA presenta evidencias de usos de los memes en procesos de insurgencia frente a instituciones gubernamentales. Los actos del uso de memes en estos casos resultan subversivos a partir de las significaciones impulsadas y los signos compartidos entre quienes los promueven, replican y difunden.

MEMES EN LA EDUCACIÓN enlista estudios sobre uso de memes desde la situación de enseñanza-aprendizaje, considerando a los memes vehículos de contenidos, con miras a explorar posibilidades de uso pedagógico.

En EL MEME COMO FOLCLOR se exploran formas de ver los memes que los equiparan con la cultura común que comparten las personas cualquier sociedad, salvo que los memes constituyen un medio cultural que no se ve limitado por la presencia física de las personas.

Los trabajos en REPLICACIONES Y DIFUSIONES son exploraciones sobre cómo ciertos contenidos efectúan procesos de replicación y difusión; con estudios de casos específicos que exploran aspectos relacionados con los postulados del meme exitoso de Richard Dawkins, al tiempo que se proponen perspectivas y conceptos de utilidad para cada caso.

La sección MEMES COMO GÉNEROS contiene un trabajo con una especie de apuesta que invita a pensar en los memes como una clase de expresión que puede ser tipificada bajo la idea de los géneros desde la retórica, es decir, como formas de usar el lenguaje; no obstante, se consideran las implicaciones de los tipos de lenguajes que se ven involucrados en los memes en Internet y la preponderancia de lo visual en su composición expresiva.

2.1.1 NUEVOS ALFABETISMOS

En el estudio “A new literacies sampler”, Michele Knobel y Colin Lankshear (2007a) comparan ideas de alfabetismo¹⁷ –*literacy*– considerada desde un enfoque sociocultural, que desafían a la concepción tradicional *leer y escribir* como forma única de alfabetismo –donde leer y escribir se ven como procesos secuenciales de codificación y decodificación– al tiempo que estas ideas buscan abarcar mejor los múltiples procesos de comprensión y significado que se dan en las prácticas humanas. Una de las afirmaciones que los autores se dan en el texto es que no hay tal cosa como *un* alfabetismo, sino muchos, dependiendo de cómo se entiende la generación de sentido y los diversos procesos de comprensión.

La primera definición alternativa de alfabetismo que se emplea es la de Gee (1996), cuya reflexión se posa sobre los discursos como formas de usar el lenguaje, además de las formas de pensar, creer, sentir, valorar, actuar/hacer e interactuar con personas y cosas; según la teoría de Gee, el lenguaje es una dimensión del discurso, una de varias. A lo largo de la explicación que los autores dan de la forma en que Gee entiende los discursos, se puede apreciar que ve al discurso como la práctica humana. La anterior observación la hice debido a que Gee llega a dividir el discurso en dos capas, el discurso primario es cómo aprendemos y somos, es decir, una dimensión psicológica personal, pero el discurso secundario consiste en la participación dentro de la vida social con grupos externos al individuo solo. A partir de esta diferenciación de discursos es que Gee define el alfabetismo como la capacidad de manipular los elementos que permiten un desempeño competente del discurso, incluyendo sus particularidades y elementos, de los cuales el lenguaje es uno más.

Las formas de alfabetismo son “modos reconocidos socialmente de generar, comunicar y negociar contenidos valiosos mediante los medios de los textos codificados dentro de los contextos de participación en los discursos (o como miembros de los discursos)” (Knobel y Lankshear, 2007a, p. 4). Los autores se dan a la tarea de comentar también las ideas de Scribner y Cole (1981), quienes ven el alfabetismo como prácticas socialmente organizadas que usan sistemas de símbolos y una tecnología para producirlos y diseminarlos, además de

¹⁷ Salvo que se especifique lo contrario, todas las traducciones al español, de los documentos originalmente escritos en inglés y en portugués, son mías.

Brian Street (1984) quien entiende las prácticas de alfabetismo como formas particulares de pensar y hacer lecturas y escrituras en contextos culturales.

Knobel y Lankshear (2007a) afirman que, visto desde una perspectiva sociocultural, se puede entender como formas de alfabetismo las prácticas de usar (hacer y leer) blogs, *fanfics*, podcasts, juegos de video, mangas, fotomontajes, videos musicales de anime, y memes de Internet, entre otras. La proclama de que estas formas de alfabetismo sean *nuevas* implica condiciones recientes de innovación técnica, pero también un nuevo *ethos* en su naturaleza más colaborativa, participativa y distribuida, a un tiempo que se ve menos influida por la idea de lo publicado, lo individual y menos centrada en el autor. El nuevo *ethos* parte de que las “reglas y normas que los rigen [a estos alfabetismos] son más fluidas y menos duraderas que las típicamente asociadas con alfabetismos establecidos” (Knobel & Lankshear 2007a, p. 9).

Los autores exploran brevemente los antecedentes de prácticas como la elaboración de fotomontajes o las mezclas musicales en computador para ejemplificar la primera novedad, la técnica; para presentar el nuevo *ethos* exploran la fragmentación contemporánea del espacio que se promueve por el uso de tecnologías cibernéticas disponibles mediante Internet, y la condición de coexistencia como una constante para el espacio físico y el ciberespacio, aunado a esto, queda la cuestión de una nueva mentalidad, que los autores explican cómo la exploración y reconfiguración del mundo que se está dando al imaginar formas alternativas de ser y de estar que son posibles gracias a las técnicas y herramientas ahora disponibles. Ellos explican que también una razón de llamar *nuevas* a estas formas alternativas de alfabetismo es considerar el papel que pondera la Web 2.0 como entorno que las alberga y potencia; según los autores, estas formas de alfabetismo concretan la novedad técnica y el nuevo *ethos* en sus procesos de generación y comprensión compartida de significado.

En una línea similar a la que exploran Knobel y Lankshear, el trabajo de Procházka (2014) examina los artefactos multimodales conocidos como memes de Internet a la luz de los nuevos alfabetismos que emergen rápidamente en la era digital. El énfasis de su estudio recae en las imágenes macro, para analizar y demostrar sus rasgos, así como su relación con los nuevos alfabetismos.

El autor parte de la idea de que el Internet ha introducido nuevas habilidades de comprensión de lectura en línea que retan y redefinen el concepto común de alfabetismo, donde los entornos impresos requieren un conjunto relativamente pequeño de estrategias y habilidades de comprensión de lectura.

Procházka se apoya en las nociones de Knobel y Lankshear (2007a) que definen los nuevos alfabetismos como nuevas formas reconocidas de generar, comunicar y negociar contenidos significantes a través de textos codificados en los contextos de participación en los Discursos; el concepto de Discursos se retoma de Gee (1996), para quien un Discurso (con mayúscula) es una forma reconocida de usar lenguaje, gestos y otras conductas semióticas, así como prácticas sociales dentro de un grupo específico. Para este marco de ideas, los memes de Internet son producto de nuevas tecnologías y sólo recientemente han sido desarrollados y se ha aceptado que tienen poder descriptivo y explicativo respecto al desarrollo cultural.

El trabajo se avoca al análisis de 33 memes de Internet reunidos de varios sitios y comunidades en línea, reunidos a fin de demostrar sus propiedades lingüísticas, además de las no lingüísticas que los posicionan en el terreno de los nuevos alfabetismos. Para el abordaje teórico del concepto de meme, Procházka recurre a Dawkins (1984) y sus términos derivados, fidelidad, fecundidad y longevidad, sin embargo, el texto deriva a Davison (2012) para llegar directamente al concepto de meme de Internet como partícula cultural similar a un chiste que gana influencia mediante su transmisión en línea.

Procházka destaca el papel sobresaliente de los memes de Internet en su forma de imágenes macro, y explica que el término *macro* proviene de la computación, donde se refiere a una breve secuencia de caracteres que automáticamente desencadena un procedimiento predefinido, aunque en términos de memes de Internet, las imágenes macro representan una idea base o un patrón que se replica.

El autor presenta los memes de Internet seleccionados, y luego de describir las características demuestra dónde se pueden apreciar. Él menciona la homogeneidad parece ser el resultado posterior a la transmisión memética dentro de las comunidades, y apoyándose en Granovetter (1983) explica que las ideas pueden penetrar de unos grupos a otros mediante sus vínculos débiles, es decir, a través de sus vínculos poco comunes, que con el tiempo permiten el flujo

de ideas de un entorno a otro muy diferente donde según las variaciones regionales, pueden presentarse como nuevas.

El marco teórico de los nuevos alfabetismos tiene cuatro conjeturas básicas: 1) que se necesitan componentes de competencia social y cognitiva, 2) una naturaleza participativa a escala global, 3) consistencia perpetua con las tecnologías que lo definen, y 4) composición multiforme con interpretabilidad variada.

Entre las formas que constituyen las codificaciones particulares de los tipos de alfabetismo que se requieren para acceder al entendimiento de los memes, destaca el uso del humor, una rica intertextualidad, yuxtaposiciones atípicas y actualidad. Sin embargo, la característica a la que Procházka dedica mayor atención es al *Netspeak*, o ciberlengua en su diversidad de modalidades: las que surgen de los mensajes de texto, las que se burlan del lenguaje rebuscado y en desuso al emularlo, y las que se han codificado a partir de temas específicos desde foros que actúan como semilleros de creatividad para la cultura *online*. En las conclusiones del trabajo, el autor expresa que las características demostradas en los memes de Internet de hecho se sujetan a las conjeturas que sustentan los nuevos alfabetismos.

2.1.2 NATURALEZA DEL MEME

Carlos Mauricio Castaño Díaz (2013) aborda a profundidad la definición y caracterización del concepto de Meme de Internet. Uno de los aportes más valiosos de su artículo es la distinción entre el meme-gen versus el meme-virus, enmarcados en las lógicas de evolución de Charles Darwin por un lado y de Jean-Baptiste Lamarck por otro.

La intensiva revisión de Castaño Díaz abunda en las ideas de Dawkins (1976; 1986) en tres distintos momentos, que supusieron propuestas teóricas distintas, además de las propuestas de otros teóricos del meme como Blackmore (2000), Dennett (1995), Olesen (2009), y Sperber (1996), con miras a examinar cada propuesta y derivar una definición lógica que siga la evolución misma que ha visto el concepto a lo largo del tiempo.

La definición de Castaño Díaz toma en consideración los aspectos siguientes: perspectiva evolutiva, perspectiva biológica, tipo de definición, teleología, dirección de la propagación, velocidad, complejidad, alcance, autonomía, rasgo de fuerza, y modo de cambio. Él declara dejar de lado las características tradicionales para el éxito de un meme: longevidad,

fecundidad y fidelidad-copia, además de la presión ambiental; el autor justifica esta decisión alegando que tales ya han sido evaluadas como características estables por todos los teóricos estudiados.

A fin de elaborar su definición, Castaño Díaz elabora un cuadro comparativo que registra además la evolución de las características de los memes según cada aporte de los teóricos que lo abordan, desde la inicial de Dawkins en 1976 hasta la final que él considera, de Olesen en 2009. Es con base en ese riguroso análisis comparativo que el autor esboza la propuesta de una doble definición, una para cada tipo de meme, el meme-gen:

El *meme-gen* se deriva de la Teoría Darwiniana y puede definirse en los mismos parámetros originales usados por Dawkins. Estos memes se caracterizan por ser *no teleológicos, difundirse generacionalmente*, como en el ritual, *y transversalmente* como en el chisme. Se define en términos de *replicación de unidades de información*, y por su replicación, su *estabilidad* y su *variabilidad son importantes*. Son una analogía basada en los genes, aunque necesitan de un portador a fin de replicarse. Su velocidad de difusión depende del tipo de *transmisión* del meme (vertical u horizontal). (Castaño Díaz, 2013, p. 94-95)¹⁸

y el meme-virus:

se define de acuerdo con la *Teoría evolutiva de Lamark*, en la cual los *agentes* [...] hacen un *esfuerzo* por su reproducción, y este esfuerzo afecta la próxima generación. Se basa en una *analogía con los virus*, siendo al mismo tiempo *más complejos*; de modo que permiten a disciplinas como *epidemiología* y *endémica* [sic] estudiarlos. Más aún, esta complejidad permite a los memes diversificarse de representación a *unidad de imitación*. Este tipo de meme es teleológico, pues su meta es difundirse y replicarse. Su modo de transmisión es tanto *vertical* y *horizontal*, pero su principal forma es horizontal. *Necesitan un portador* a fin de replicarse, y su velocidad va de *rápida* a muy rápida, con *gran alcance*, posibilitando que lo reciba cualquier persona en contacto con el meme. Estos memes dependen más de su *mutabilidad* a fin de persistir. (Castaño Díaz, 2013, p. 94-95)

Castaño Díaz sustenta a su vez una definición de meme de Internet, con el propósito de que le permita emplear el concepto para efectos de su uso en el campo de la comunicación:

Un meme es una *unidad de información* [...] que se replica al transmitirse mediante *comunicación* (de uno a uno, uno a muchos, o de muchos a muchos). Este requiere un *medio* (canal) y un *agente* para ser transmitido. Es *generalmente no interactivo*, pues no necesariamente brinda retroalimentación. Su estructura temporal es variable pues puede expandirse vertical y horizontalmente, y su alcance depende de su estructura temporal, así como del canal usado para ser transmitido. Su movilidad, almacenamiento y

¹⁸ Las cursivas son del autor.

velocidad dependen de las tecnologías disponibles en un cierto momento [...] Su éxito en replicación, y mutabilidad o adaptabilidad depende del contexto social donde el meme se pone en juego, por lo que puede permanecer o ser ignorado, y en caso de permanecer, puede ser adaptado por otros contextos sociales. (Castaño Díaz, 2013, p. 96)

La noción básica de Meme de Internet que elabora Castaño Díaz a partir de las anteriores definiciones del meme como gen y como virus, y luego, en términos de comunicación, es la siguiente:

un meme de Internet es una frase, imagen o video. Puede ser creado o estar basado en un evento de la vida real que se difunde por Internet causando que la gente lo replique. A veces, se disemina del mismo modo y a veces se disemina a través del cambio. Los IMs hacen uso del humor [...] a fin de diseminar su significado y/o estructura. (Castaño Díaz, 2013, p. 96)

El autor arguye que, en general, las características de un meme de Internet (IM) son las de un meme-virus. La integración formal que Castaño Díaz enuncia en términos de su análisis de una diversidad de definiciones distintas es:

Un *meme de Internet* es una *unidad de información* (idea, concepto o creencia) que se replica al transmitirse por *Internet* [...] en la *forma* de un hipervínculo, video, imagen, o frase. Este puede transmitirse *como una copia exacta o puede cambiar y evolucionar*. La mutación en la replicación puede ser del significado, manteniendo la estructura del meme o viceversa. La mutación ocurre por *casualidad, adición o parodia*, y su *forma* no es relevante. Un *IM depende* tanto de un *portador* como del *contexto social* donde actúa el portador como un filtro y decide lo que será transmitido. Se *disemina horizontalmente* como un virus y a una velocidad *rápida y creciente*. Puede ser *interactivo* (como un juego) y algunas personas se relacionan con ellos con creatividad. Su *movilidad, almacenamiento, y alcance* son en la red [...] *pueden ser manufacturados* (como en el caso de la mercadotecnia viral) *o emerger* (como un evento fuera de línea que se vierte en línea). Su *meta* es ser conocido lo bastante para replicarse en un grupo. (Castaño Díaz, 2013, p. 97-98)

La idea general que parece promover este trabajo es que el concepto de meme no es estático, sino que se halla en constantes desplazamientos de sentido según las aplicaciones, usos y consideraciones que se hacen respecto a él.

Un trabajo que enfatiza también el problema de la definición de los memes y los memes de Internet es el de Limor Shifman (2013), que se imbrica en la discusión respecto al concepto del meme y del meme de Internet, enfatizando ante todo la complicación que el término suscita para alcanzar una convención en su definición y su uso, al grado de llegar a preguntarse si el concepto de meme puede servir para algo; otra premisa del trabajo es si se debería tomar a los memes desde una perspectiva comunicacional.

Las preguntas que Shifman hace son: ¿Cuál es la utilidad, si hay alguna, del concepto de meme para entender la cultura digital? ¿Qué obstáculos importantes dificultan que sea aceptado en la investigación y cómo pueden superarse tales barreras? Para intentar responderlas, la autora plantea un acercamiento en cinco pasos: 1) interpreta el concepto de meme y su estatus controvertido en la academia, así como su resurrección en el discurso vernáculo de los usuarios de la WWW; 2) examina las promesas y riesgos de los memes para entender la cultura digital, sugiriendo que algunas promesas previas deben abandonarse; 3) ahonda en el problema de definir las unidades del meme, trazando una tipología de dimensiones meméticas orientada en la comunicación; 4) ilustra la utilidad de esta tipología mediante un detallado análisis de un video meme (*Leave Britney Alone*) y sus varias limitaciones, así como un breve análisis de una imagen meme (*Pepper-Spraying Cop*); 5) finalmente, Shifman proporciona algunas ideas acerca del significado potencial y la relevancia de este trabajo al campo de los estudios de difusión.

En la primera sección del trabajo, Shifman destaca los problemas en el abordaje teórico y conceptual del meme debido a su ambigüedad; en la segunda sección destaca tres rasgos que, señala, pueden explicar el interés dentro y fuera de la academia por los memes: primero está el hecho de que los memes son información cultural que pasa de persona a persona y gradualmente llega a ser un fenómeno social compartido. La autora remite, de Knobel y Lankshear (2007a), que para los memes la difusión es a nivel micro, pero su impacto es en el nivel macro); la segunda característica, es que los memes se reproducen por varios medios de imitación (mimetismo y remezclas) en una esfera pública que fomenta la cultura participativa en algo que podría verse como una lógica “hiper-memética” (Shifman, 2013, p. 365); la tercera característica, que la autora declara como la más atrayente para los académicos hacia los memes es su difusión mediante *competencia y selección*. La autora menciona adicionalmente, el problema de la agencia en los memes.

En la tercera sección del trabajo, Shifman explora el dilema de la explicación de los memes según distintas lógicas: por un lado queda su percepción como genotipos y fenotipos (siendo los fenotipos, los ejemplos tangibles de los memes, puestos en vehículos para su transmisión, y los genotipos, las ideas que los generan); o bien, desde la memética conductual, las dos unidades anteriores son inseparables debido a que no se percibe existencia de los memes fuera de los eventos, prácticas y textos en los que aparece, por lo que siempre se le entiende

como información codificada. Definir los memes como unidades discretas permite que se estudien empíricamente su evolución y difusión, mientras que las teorías mentalistas y basadas en la conducta, que ven a los memes como ideas o prácticas, plantean un problema mayor para centrar los memes como objetos de estudio.

La propuesta de Shifman es la consideración de dimensiones meméticas: contenido, forma y postura; el tercer elemento de la propuesta se refiere a las formas en las que los enunciadores se posicionan en relación con el texto, sus códigos lingüísticos, los destinatarios y otros hablantes potenciales. La autora dice que, tal como la forma y el contenido, la postura es potencialmente memética: cuando se re-crea un texto, los usuarios pueden decidir imitar cierta posición que les atraiga o usar una orientación discursiva completamente diferente.

En las conclusiones del trabajo, la autora admite la potencial utilidad de entender los memes y los memes de Internet para explorar la cultura digital, donde posiciona su propuesta de dimensiones meméticas como una herramienta para rastrear las formas en que los memes promulgan y moldean la cultura digital. El trabajo sugiere la necesidad de estudios posteriores para el trazo de un mapa a gran escala de los memes de Internet, donde tales trabajos podrían aventurarse a explorar qué ideologías, convenciones en los textos y formas de comunicación transmiten los memes de Internet populares, y cuáles son las redes de relaciones entre estas dimensiones meméticas.

Desde su percepción de la naturaleza de los memes, Sara Cannizzaro (2016) argumenta que los memes de Internet son más que meras “unidades que se copian”, sino sistemas de signos que inducen hábitos e incorporan procesos que involucran variación asimétrica, para ello contrasta el concepto del meme a partir de aproximaciones conceptuales desde la memética de Richard Dawkins con la semiótica de Peirce, la biosemiótica y la semiótica de la escuela de Tartu-Moscow; el caso analizado fue el meme de 2011 Rebecca Black’s Friday, que consiste en parodias en imágenes y videos del video musical “Friday” de la cantante juvenil Rebecca Black, tomando como motivo de humor el hecho de que la pronunciación de la palabra *Friday* se aproxima a *fried egg*.

El trabajo examina varias cuestiones respecto a los memes de Internet como fenómenos donde puede verse aplicada la teoría de los memes, y considerando lo que ella reconoce como la percepción clásica de Richard Dawkins acerca del meme, donde básicamente “(a) los

memes son unidades *culturales de información*; b) patrones (culturales) distribuibles que se replican entre individuos; y (c) entidades aleatorias encriptadas como la metáfora del *virus*.” (Cannizzaro, 2016, p. 569), ella trata de confrontar desde el marco de la semiótica estas asunciones. Por ello, la autora a) trata de discernir si los memes se comportan como unidades o como un sistema; según su análisis, los memes funcionan como unidades de un sistema de signos; también, b) explora si los memes se copian o se traducen; alega que el reconocer los géneros de memes impulsa a entenderlos como signos operativos e invitaciones a la acción creativa, lo que impide que se les conciba como solamente procesos de copiado y transmisión, de este modo, ella propone que *traducción* describe mejor lo que sucede en el proceso de replicación de los memes; en cuanto a la distribución de los memes, (c) ella busca conocer también si los memes son producto de proceso de viralidad –aceleración en la velocidad de su difusión y reproducción– o lo que Peirce llama habituescencia –un comportamiento fundado en hábitos pero continuamente renovable, una regla flexible de procedimiento–, ella se decanta por este último tipo de efecto debido a que, de acuerdo con su razonamiento, el tratamiento de viralidad impulsa a ver el proceso exponencial de crecimiento y desaparición como algo terminado, frente a la habituescencia, donde lo destacado es el proceso intermedio, mientras la traducción de un meme a otro es todavía un hecho existente.

Uno de los aportes de Cannizzaro (2016) es la noción de *traducción*, precisamente porque reconoce el papel de los individuos quienes primeramente ponen en marcha el sistema de signos de los memes de Internet; sin embargo, el resto del tratamiento que la autora propone toma una distancia muy grande en otros aspectos, pues el énfasis se pone casi todo en la naturaleza de los signos –debido al marco propuesto de análisis, la semiótica–, esto puede verse en el esfuerzo por definir los memes como unidades o sistemas de signos en vez de, por ejemplo, reconocerlos como representaciones semióticas variables de la creatividad humana potenciada y sostenida gracias a los sistemas informáticos que facultan a tal clase de creaciones colectivas.

También reconociendo su cualidad como creaciones colectivas, el artículo de Eduardo Villanueva-Mansilla (2017) presenta una revisión de perspectivas sobre los memes y los analiza como dispositivos retóricos, concibiendo una interpretación general de estos dispositivos como *menomas*, con lo que enfoca su atención en una iteración particular, el

meme de imagen macro, a la que propone llamar *LOL*, término derivado de la frase en idioma inglés, *Laughing out loud* (Riendo fuertemente) que denota una percepción de humor y es usada a menudo en acrónimo.

El autor ve en los memes indicación de la existencia de una serie de códigos de comunicación en diferentes lenguas con un impacto variado. Para él, la genealogía, evolución y popularidad de los memes son uno de los desarrollos más intrigantes de Internet como espacio comunicativo en los años recientes. Villanueva se apoya para esto en el trabajo de Wiggins y Bowers (2015) quienes perciben los memes como sistema complejo de motivaciones sociales y actividad cultural que es a un tiempo, resultado e impulso para la comunicación.

A fin de reconocer los patrones retóricos que busca, el autor explora espacios en la WWW como *4chan* y *Knowyourmeme*, de donde obtiene un conjunto de patrones principales: 1) imágenes macro, imágenes con rótulos de texto sobrepuestos; 2) personaje público o celebridad como comentario sarcástico, 3) personajes (viñetas originarias de *4chan* a modo de chistes gráficos¹⁹), y 4) explorables, imágenes o videos que pueden ser sacados de contexto para generar nuevos significados, generalmente irónicos o críticos en relación con el asunto de una foto.

El autor señala que la variedad de imagen macro es la que frecuentemente suele ser reconocida *meme*, un tipo de composición en cuyas referencias el texto puede fungir como comentario, por lo cual lo establece cual dispositivo retórico de naturaleza altamente estructurada; Walther y Jang (2012) refieren que esta clase de dispositivos son contenido de naturaleza interactiva generado por el usuario. Las imágenes macro, según lo antes dicho, dialogan con otros contenidos y mediante modificaciones del original, se define la práctica de crear nuevas variantes de objetos de comunicación, derivados de las características de interacción dentro de un grupo específico de personas, en una red social específica o una comunidad de práctica.

Villanueva explica que es posible trazar reconocer cierto paralelismo entre el estilo de práctica que envuelve a las imágenes macro con la poesía de la métrica yámbica griega

¹⁹ Estas viñetas, llamadas *memes* (por lo menos en español) se volvieron conocidas desde 2010, y alcanzaron un máximo de popularidad a principios 2012. Puede consultarse una guía rápida para entenderlos aquí: <https://www.emezeta.com/articulos/11-memes-recurrentes-guia-para-dummies>.

(relacionada con los cultos a Deméter y Dionisio), caracterizada por desprecio, insultos y obscenidades, adoptando la definición de cualquier tipo de poesía informal de entretenimiento; si bien los memes difieren de la poesía, son un género de autoexpresión que sigue patrones específicos y posan una entonación suave-áspera, aventurando una afirmación o cuestionamiento seguido de una respuesta irónica o sarcástica, algo dionisiaco: una celebración del humor inteligente y una afirmación de irreverencia que también se presenta de forma agresiva y rápida.

El modelo del concepto de meme que presenta Villanueva es el siguiente: Meme (como una idea perdurable) → *menoma* (familia de elementos basados en el mismo meme) → *LOL* (organismo que contiene *menomas*, basado en memes). Así, el *meme* es cercano a la idea intangible de aquel proceso y práctica de difusión de ideas, *menoma* es un conjunto reconocible de rasgos que pueden hasta cierto punto ser aislados y cuya significación es posible según distintas puestas en contexto, finalmente, el *LOL*, es una expresión fija de *menomas*, situada en el proceso de distribución y evolución de los memes.

Las conclusiones del trabajo de Villanueva afirman que el potencial retórico reconocible en los memes/*LOLs* puede incluso superar las convenciones exclusivas de las comunidades de donde son nativos, debido precisamente al muy complejo proceso de su diseminación, que imita procesos biológicos/genéticos y dificultan la comprobación misma de las posibles hipótesis sobre las formas de adopción y difusión de estilos en los memes para que se generalice y sea fácilmente reconocible para un gran porcentaje de la población. El autor describe brevemente cómo los rápidos y crecientes intercambios de memes (y principalmente de imágenes macro) moldean imaginarios y referencias compartidas por comunidades específicas, que van integrando “un nuevo ejemplo de un viejo abordaje para la expresión” (Villanueva-Mansilla, 2017, p. 120).

Un aspecto que Villanueva señala como curioso es que, aunque los memes pueden ser usados a modo de dispositivos retóricos puramente dionisiacos, también se pueden usar para activismo político y transformación social, sin embargo, la especialización en la codificación de los *LOLs* puede dificultar su misma recepción y difusión por enfatizar los discursos circulares de comunidades específicas, logrando algo opuesto a lo que pretenden conceptualmente los memes.

También centrado en la idea de memes como dispositivos colectivos de significación, el artículo de Edwards, Guillermo y Pérez (2014) aborda el meme de internet como un conjunto de signos, empleados como recurso colectivo en foros de discusión y espacios dados por las herramientas para la administración de redes sociales en línea, así como repertorio común en los terrenos digitales. Se propone una definición del meme en estos términos como base para analizar los sentidos construidos en torno a la participación en un video-meme de *Harlem Shake* elaborado por estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad Autónoma de Coahuila. El estudio tuvo como propósito identificar el significado para el grupo señalado, así como el grado de filiación a las comunidades interpretativas que se derivan del uso, apropiación y reinterpretación de ese meme. Según los principales resultados, cuando se participa en la reelaboración del meme, se ejerce una autoafirmación colectiva ante la otredad.

El artículo expone la necesidad de códigos compartidos como prerrequisito para la comunicación. Las perspectivas teóricas que usan para esta categoría son las de Romeu (2013) para quien los códigos son un sistema de significación compartido, y Maffesoli (1988) que se enfoca en comunidades de sentido sustentadas en códigos comunes. En cuanto a la concepción del meme se enlistan referencias al trabajo de Dawkins (1976), presentando los memes como unidades culturales replicables; además de las teorías de Danung y Holloway (2008), Shifman y Thelwall (2009), además de Bauckhage (2011), y Wilson (1998) quien percibe el meme como un nodo de memoria semántica, y Lissack (2004) que adopta los memes como signos en pleno sentido. Desde la semiótica se hace una aproximación teórica peirciana al meme como signo bajo las categorías, primeridad, segundidad, y terceridad²⁰.

La noción de comunidad se aborda desde Knobel y Lankshear (2007b) a partir de las ideas sobre comunidades de sentido, así como el concepto de espacios de afinidad de Gee (1996). Se sugiere que los memes hacen guiños en relación con significados compartidos al interior de dichas comunidades, que no fácilmente perceptibles por individuos ajenos a éstas, ya que son incapaces de participar plenamente en la semiosis que tiene lugar a partir de su uso.

²⁰ Esencialmente, los autores explican que *primeridad* refiere a la significación de algo, sin referencia a otra cosa, una cualidad; *segundidad* presenta la significación de algo respecto a algo más, una regularidad; *terceridad* es la significación de algo, al involucrar más elementos, una convención.

Con base en los aportes de la autora Raquel Da Cunha Recuero (2007), en el artículo se presenta una taxonomía de memes, que los clasifica en cuatro categorías: 1) por su Fidelidad: Replicadores o Metamórficos; 2) según su Longevidad: Persistentes o Volátiles; 3) de acuerdo con su Fecundidad: Epidémicos o Fecundos, y finalmente, 4) debido a su Alcance: Globales o Locales.

Para alcanzar un consenso en torno al interpretante generado en los estudiantes por el video-meme mencionado, y explorar sus funciones expresivo-colectivas, la dinámica grupal consistió en: 1) una presentación de la actividad y sus alcances, 2) pre-test proyectivo (abierto y de libre asociación) y 3) recopilación de información individual con base en un instrumento escrito de respuestas abiertas registrando los aspectos de la percepción de los miembros del grupo respecto el precedente del video-meme; 4) discusión grupal sobre la construcción de sentido para la búsqueda de consenso; 5) registro de las conclusiones ex post-facto desde la perspectiva de cada uno de los cinco sujetos participantes inquiriendo en la percepción del antes y después de la experiencia de participación.

A partir de las respuestas del grupo focal se elaboró una encuesta de cuestionario cerrado con el objetivo de identificar los interpretantes gestados en torno al video viral Harlem Shake. El instrumento se aplicó a través de la herramienta en línea *Survey Monkey*. Posteriormente se invitó a participar a todos los miembros de la comunidad de la Facultad referida.

Según el análisis de los resultados, Harlem Shake es un meme de tipo metamórfico, de fecundidad epidémica y de alcance global. Las palabras que representaron más comúnmente significaciones de libre asociación fueron: baile, música, moda y diversión, además de tontería y desorden. Entre las declaraciones constituidas como juicios de valor estuvieron que participar en el meme Harlem Shake era: un acto un poco sin sentido, pero también se destacó que era participar en un hecho histórico. Se aludió al sentido de unión y de trascendencia de la acción local. La idea general consistía en la autoafirmación de la colectividad (de manera lúdica), frente a la otredad.

2.1.3 EL MEME COMO HUMOR E IDENTIDAD COMUNITARIA

El artículo de Violeta Alarcón Zayas (2017) pretende comprender el funcionamiento del humor en Internet mediante una aproximación a los memes de una temática concreta: memes

sobre filósofos. De acuerdo con la autora, la elección de tal temática permite examinar una comunidad de sentido concreta y ejemplificar cierta variedad de los mecanismos fundamentales que hacen funcionar y reproducen los memes humorísticos en general. Parte importante de la propuesta es que el análisis del discurso no se restringe a una sola teoría sobre el humor, pues la multiplicidad de los memes y sus formas de comicidad abarcan diversos conceptos: lo cómico y lo caricaturesco de Baudelaire (1988), lo grotesco carnavalesco de (Bajtín, 1989), las teorías del chiste y la risa freudianas; las definiciones de humor de Bergson, Pirandello y Koestler. Finalmente, se busca ensayar una explicación acerca de cómo el humor en los memes funciona para crear, mantener y fortalecer vínculos en la red.

Al describir lo que es un meme, Zayas se sirve a un tiempo de la noción de meme de Richard Dawkins y de otros teóricos cuyos estudios son más modernos y sus ideas sobre el meme cercanas a la semiótica, la autora examina muy brevemente la propuesta de Dawkins (1976) y menciona que ha habido una evolución en el concepto de meme en vez de apreciar las *nuevas* concepciones del meme como definiciones contenidas en la noción original que fue presentada en *The Selfish Gene*. Para terminar de delinear su concepción propia del meme de Internet, Zayas echa mano de la idea del signo en Peirce –donde un signo es algo que representa o refiere a algo en algún aspecto o carácter, y pensar consiste en ordenar símbolos y hallar la verdad– ; posteriormente parte de la definición de cultura de Stuart Hall (1997), quien ve la cultura como un proceso de sentidos compartidos, para comenzar a abordar el humor haciendo hincapié en el carácter necesario del sentido compartido para acceder al entendimiento de lo humorístico, la nota teórica más que la ayuda a situarse de frente a los memes de Internet es la sociedad red de Manuel Castells (2001), cuya particularidad es la capacidad de los individuos de que sus aspiraciones y proyectos atraviesen los límites materiales de lo cotidiano.

La autora ejemplifica e interpreta algunos memes mientras reafirma que el humor es un sentido compartido que se construye y no puede ser universal, e incluso sugiere la necesidad de cierta competencia en el campo específico del saber referido en los memes para poder decodificar el humor en ellos; el análisis continúa de esta manera y se detiene en aspectos diversos de las formas de humor cuyos modelos se presentan. La conclusión alcanzada es que las muestras de humor en contextos situados sirven como marcadores de identidad y

como un vínculo social que dota de un sentido de pertenencia a los miembros de una comunidad virtual específica; por otra parte, se enuncia que los memes actualizan elementos tradicionales de la comicidad mediante herramientas digitales que permiten compartir las creaciones a nivel masivo.

Así como lo hiciera Zayas (2017), el trabajo de Procházka (2016) explora la capacidad cohesiva del humor en los memes de Internet en el entorno multimodal y comunal de Facebook, con específica atención a los memes *Countryball* concentrados y analizados en el contexto de la comunidad *Polandball*.

El artículo propone que la cohesión de la comunidad recae sobre su inclinación hacia una homogeneidad social y lingüística, con base en un humor denigrante en torno a estereotipos culturales y nacionales. Desde el Enfoque de Identidad Social, se analiza el uso de estereotipos como un mecanismo de cohesión respecto a las dimensiones multimodales de comunicación memética y sus propiedades lingüísticas recurrentes.

En tanto a las consideraciones sobre el meme que enarbola este trabajo, destaca la aportación que se atribuye a Castaño Díaz (2013), quien considera que el meme de Internet es una unidad de información que se replica al trasladarse por vía Internet en una variedad de formas, este puede transmitirse como una copia exacta o bien puede cambiar y evolucionar. La mutación en la replicación puede suceder en el significado, manteniendo la estructura del meme o al revés; la mutación sucede por casualidad, adición o parodia, pero la forma es irrelevante. Según Díaz (2013), un meme de Internet depende tanto del contexto social como del portador, donde el portador actúa como filtro y decide lo que puede ser transmitido. Los memes pueden ser fabricados (como es el caso del *viral marketing*) o emerger (como en un evento externo a Internet que es volcado en la red). La meta de un meme es ser lo suficientemente conocido para replicarse en un grupo.

El autor menciona que Díaz habla de los memes como objeto de una considerable discusión en investigación académica; probablemente esto se debe a que la naturaleza omnipresente de los memes, que según Shifman (2013), funcionan como prismas para entender ciertos aspectos de la cultura contemporánea. La justificación de Procházka para dar pie a su estudio es que, aunque existe un cuerpo importante de investigación en la digitalización de la comunicación y los medios en general, el efecto de los memes en las comunidades virtuales sigue estando

bastante poco explorado; además, afirma, las comunidades virtuales sustentadas en la *web 2.0* se auxilian de plataformas dinámicas y flexibles que permiten una variedad de interacciones que favorecen y potencian la distribución de memes de Internet.

Las llamadas *Countryballs* son un tipo específico de meme de imagen que exhibe caricaturas de pelotas dibujadas escuetamente con esquemas de colores y accesorios que refieren las banderas y culturas de cada país, y cuyos diálogos aparecen escritos en inglés deficiente con características peculiares. Las *countryballs* narran un “drama internacional”, historias sustentadas en apreciaciones sátiaras de las relaciones diplomáticas y geopolíticas entre las diversas naciones. Estas caricaturas originalmente aparecieron en la sección “internacional” de un tablero de imágenes germano parlante en línea llamado Krautchan.

Procházka cita del trabajo de Jenny Preece (2000) que una comunidad virtual consta de cuatro elementos: gente, propósito compartido, políticas comunes y sistemas de cómputo que median la interacción social y facilitan el sentimiento de unidad. Así, añade, se puede considerar a las comunidades virtuales como agregados sociales que facilitan la discusión pública y las relaciones personales mediante medios electrónicos tales como las plataformas de socialización en línea. El autor recalca que la *web 2.0* permite la creación de contenidos, pero también admite señalar favoritos, etiquetar, comentar, revisar, clasificar, evaluar o compartir contenidos.

La consideración de una comunidad es importante para el autor, porque según Bauckhage (2011) la mayoría de los memes de Internet que son famosos actualmente se difunden mediante comunidades y redes de socialización homogéneas más que por el Internet entero. La asociación con Facebook no resulta casual, sino que obedece, según Procházka, a lo que danah boyd (2007) distingue como las cuatro características que hacen de un sitio de socialización en línea un espacio óptimo para la comunicación memética: *replicabilidad*, vista como la facilidad de uso y el rompimiento de las barreras tradicionales de comunicación para la transmisión de mensajes; la *facilidad de búsqueda*, hecha mediante motores de búsqueda, especialmente las meta-etiquetas que permiten la indexación de contenidos; la *persistencia*, es decir, la facilidad para resguardar y almacenar contenidos digitales cuyos efectos se propagan por periodos durables de tiempo; y finalmente las *audiencias invisibles*, aquellos individuos quienes interactúan con o perciben los mensajes, aunque no sean las audiencias para quienes estaban destinados originalmente.

El análisis dentro de este trabajo consiste en comparaciones lingüísticas de significado, estructura de enunciados y palabras, así como el empleo de préstamos lingüísticos, todo con fines de generar un estilo particular de inglés deficiente, que según se explica, surge a raíz del uso del inglés como lengua franca en estas caricaturas.

Las consideraciones que dan luz a este trabajo parten del Modelo de Funciones Sociales del Humor, del trabajo de Martineu (1972). En el mencionado modelo intervienen: el actor que inicia el humor; la audiencia o receptores; el juicio del humor, que lo estima o lo desdeña; el contexto cultural; y la posición social de las partes involucradas. El modelo también considera un marco básico de la distribución del humor: en situaciones intragrupalas, situaciones intergrupales, y las interacciones intergrupales. Este marco termina de construirse con la inclusión de la Teoría de la Identidad Social y la Teoría de la Autocategorización, donde ambas apuestan por modos de reconocimiento por diferenciación, la primera en términos de un cruce de la identidad personal con la identidad social, y la segunda en cuanto a la identificación de divisiones, que se perciben como aumentadas en entornos exteriores a una clasificación y subdivisiones que se perciben como minimizadas hacia los reductos interiores de la clasificación.

Entre las conclusiones del trabajo, el autor sostiene que el humor en los memes *countryball* se caracteriza por una doble articulación: formalmente por el uso de textualidades con rasgos de alteración lingüística exagerados en combinación con imágenes, videos, y todo el rango de posibilidades que permite el entorno virtual multimodal; por otro lado, el humor se constituye de manera funcional como un dispositivo adherente que mantiene unida a la comunidad, que parece residir en su contenido aberrante, en una suerte de antítesis (y rechazo abierto) a la corrección política y la cortesía del lenguaje diplomático.

2.1.4 EL MEME COMO RESISTENCIA

En el artículo de Asako P. Saito (2017) explora el concepto de *glocalización* –una traducción compleja de una cultura globalizada, descrita como la simultaneidad de tendencias que

particularizan y generalizan a la vez— mediante el análisis de memes de Internet contruidos a propósito de la tensa situación del *manga* y *anime*²¹ japonés en China.

La autora explica que estas manifestaciones de la cultura popular japonesa tienen gran popularidad en China, aún cuando según ciertas campañas del gobierno chino el anime y el manga japonés se consideran nocivos para la niñez y la juventud; con base en los argumentos de desprestigio —y también en busca de promover la industria de animación nacional— el gobierno chino postuló que se creara un software de censura para limitar la visualización de animaciones en Internet, cuyo nombre puede entenderse como La Contención Verde Acompañante de la Juventud (*Green Dam Youth Escort*, en inglés). La autora relata que la creación del software tuvo una gran desaprobación por los fanáticos de esas producciones japonesas y llevó a la creación de la Green Dam Girl, un personaje dibujado al estilo manga, pero configurado como representación del software de censura.

Saito explica que el término “*moe*” puede entenderse como la respuesta afectiva de los individuos a personajes de ficción y, curiosamente, la Green Dam Girl produce ese doble efecto de *moe* y de sátira al representar a la censura desde los medios mismos que el programa informático buscaba censurar. La autora explica que Green Dam Girl se ha posicionado como un exitoso meme —un contenido de humor que se disemina por Internet causando que la gente lo replique— al más puro estilo del manga y el anime japonés sin ser originalmente japonesa, ni pertenecer a narrativas de ficción, sino más bien a la *contra-narrativa* real de resistencia contra la censura de contenidos en Internet (Saito, 2017, p. 146).

Desde la perspectiva de Saito, el proceso particular de glocalización que se ve en el éxito de Green Dam Girl como meme, con sus connotaciones de resistencia ante iniciativas de censura en el contexto específico de las relaciones culturales sino-japonesas, es una prueba de la proclama por la autonomía de la cultura popular.

2.1.5 MEMES EN LA EDUCACIÓN

El artículo de Luis Gabriel Arango Pinto (2015) busca explorar del fenómeno de los memes en la cultura digital a partir de la memética tradicional, la finalidad del estudio es reflexionar

²¹ El manga es un tipo de cómic tradicional de Japón, y el anime es el tipo de dibujos animados que, por lo general parte de los estilos del manga.

acerca de las posibilidades del uso de los memes en la enseñanza. Arango menciona que en la cultura digital los memes son entendidos comúnmente como cualquier texto, imagen o video que, con cierto sentido humorístico, se comparte en las redes sociales y los sustentan prácticas de resignificación e irradiación de contenidos. Uno de los principales puntos de esta investigación es la realización de un estado del arte sobre estudios de memes en Internet, con referentes estudiados desde 1996 hasta 2015, año en que se publica el trabajo.

El autor se apoya en la idea de desincorporación de John Fiske, explicada por Lozano (1996), desde donde parte para dotar a su estudio un enfoque sociocultural, al tiempo que valora las capacidades de Internet y limita la concepción actual del meme de Internet como representación perceptible que involucra, para su integración pedagógica, una serie de habilidades, conocimientos y actitudes involucradas en su creación y transmisión.

Arango reconoce las grandes capacidades de Internet para albergar y motivar la transmisión de memes, a la vez que, desde la desincorporación, la apropiación de significados a partir de la información de fuentes oficiales que se hace en los memes puede llegar incluso a lo subversivo. El autor afirma que los “memes pueden entenderse, entonces, como un fenómeno de la cultura digital donde los sujetos involucrados reinterpretan definiciones de la realidad, creando sus propios significados” (Arango Pinto, 2015, p. 122).

También con una finalidad educativa, El trabajo de Michele Knobel y Colin Lankshear (2007b) busca identificar y examinar las cualidades de un meme exitoso, así como también establecer categorías de éstos para entenderlos en términos de propósitos, uso y atractivo con miras a una integración pedagógica. Los autores declaran que los memes son una nueva forma de alfabetismo, según su definición de *alfabetismos* (Knobel y Lankshear, 2007a); sin embargo, presentan además su concepción de memes de Internet: ellos respetan los postulados de Richard Dawkins (1979) acerca del meme y los trasladan a la red, por lo que un meme es “una forma popular de describir la rápida popularización y difusión de una idea particular presentada como un texto escrito, una imagen, un efecto de lenguaje, o alguna otra unidad de objeto cultural.” (Knobel y Lankshear, 2007b, p. 202); en cierta forma, ellos no ven el meme como un objeto, sino el proceso exitoso que ha tenido un objeto cultural en su replicación. Para ellos, la idea del meme es también un meme, pues mucha gente la ha adoptado, más allá de qué es un meme, se basan nuevamente en Dawkins para describir cómo

es un meme exitoso: tiene fidelidad (apto para ser copiado), fecundidad (fácil para propagarse) y longevidad (pervivencia en el tiempo).

En el estudio, los autores decidieron buscar memes para analizarlos, y su criterio fue que hubiera la posibilidad de rastrearlos mediante informes de prensa o registros en enciclopedias de Internet, la no inclusión de sitios cuya importancia respecto a memes actualmente es indiscutible es razonable debido a la fecha de la realización del estudio y su publicación en el año 2007. El método de búsqueda postuló como relevantes 19 memes, para su escrutinio mediante un análisis del discurso con tres ejes –sistema referencial, sistema contextual y sistema ideológico representado por un desarrollo discursivo–, pese a lo cual, los autores recalcan que es bastante impreciso declarar qué cosa es o no es un meme.

Los autores emplearon el concepto de *espacios de afinidad* de Gee (1996) para evitar que el análisis discursivo estuviera centrado en demasía en los memes como objetos inconexos y para poder verlos como elementos situados en tales espacios que favorecen intercambios de conocimiento que se distribuye y está disperso en muchas personas.

Los hallazgos del estudio fueron –atendiendo a la fidelidad, fecundidad y longevidad– que:

1. los memes no permanecen intactos en términos de su forma, sino que mutan y,
2. esas mutaciones favorecen su fecundidad, a la vez que,
3. los memes con las características originales tienen usualmente permanencia y no tanto así sus permutaciones.

Según el análisis contextual, se encontró que hay ciertas características que inciden directamente en el aspecto de la fecundidad de los memes:

1. un elemento de humor, (presente en 17 de los elementos)
2. una intertextualidad rica, tal como referencias a fenómenos de cultura popular y
3. yuxtaposiciones anómalas, usualmente de imágenes.

2.1.6 EL MEME COMO FOLCLOR

El trabajo de Lynne McNeill (2017) aborda los memes como un gran conjunto de elementos de los cuales es posible pensar como una forma moderna de folclor. La autora, una folclorista de la Universidad de Utah, considera que los memes son folclor *moderno* porque con la

llegada y el uso creciente de Internet, las formas tradicionales de folclor (historias, dichos, tradiciones) no ha dejado de existir, pero en cambio se les han ido sumando nuevas formas que repiten los modos de folclor como fenómenos sociales compartidos.

Uno de los principales problemas que McNeill reconoce para el trabajo académico del folclor y de los memes es aquello que los folcloristas llaman la *barrera de la trivialidad*, este concepto designa el hecho de que la ubicuidad del folclor, su familiaridad, es decir, que no resulte extraño, suele establecerse como una cuestión que lleva a considerar que no vale la pena estudiarlo. Si los estudios actuales de folclor superan con facilidad esa barrera es porque el folclor suele verse actualmente como algo exótico y lejano, originario de un pasado remoto; en el caso de los memes y otras formas modernas de folclor, el problema persiste como una común precondition para estudios académicos.

Según McNeill, por definición el folclor carece de un apoyo institucional patente, a diferencia de otros sistemas culturales como los libros publicados, las emisiones televisivas o los filmes populares, que cuentan con casas editoriales, anunciantes y productores quienes tratan de garantizar que éstos lleguen a sus audiencias; el folclor depende de su propia relevancia, sus medios propios de generar identificación con suficientes personas para mantenerse circulando activamente. En otras palabras, la autora afirma que, si los memes no fueran relevantes, ya habrían dejado de existir. La autora argumenta esto precisamente porque los efectos, o los significados que transmiten los memes no *mueren*, a pesar de que un meme determinado pierda popularidad y se vea sustituido por otro; los memes pueden ser vistos como folclor, en tanto signos que o “evolucionan” y se adaptan a nuevos contextos comunicativos una y otra vez (McNeill, 2017).

La relevancia de los memes es una noción importante para la autora, y al parecer la reconoce tanto en las formas y en los contenidos de los memes: con eficientes síntesis y combinaciones sugerentes de sentidos diversos, una gran posibilidad de movilidad y facilidad de distribución en Internet; McNeill (2017) afirma que, pese a la existencia de un sinnúmero de memes con temas *frívolos*, hay otros que abordan complejos problemas sociales.

Otra propuesta sobre los memes como folclor es la de Alice Marwick (2013), quien da inicio a la enunciación de su ensayo sobre el *slang* “meme” con la advertencia de que Internet es un sitio de cultura popular; si bien el término que usa para referir lo popular es *folk*. Ella

explica que, en el habla de Internet, se llama *meme* a las imágenes que tienen letreros que hacen una reapropiación lista para difundirse gracias a aquello que Henry Jenkins (2009) llama *cultura participativa* de Internet, que se halla constantemente en flujo.

Marwick (2013) recurre a la definición de Patrick Davison (2012) de que un meme de Internet es una pieza de cultura, típicamente un chiste, que gana influencia al ser transmitido en línea, a su vez, menciona la definición de Limor Shifman (2014a) del meme como información cultural transmitido entre las personas, hasta llegar a ser un fenómeno social compartido.

La autora explica el origen del término meme de la mano de Richard Dawkins, con las tres consabidas características de los memes exitosos, sin embargo, menciona que la teoría del meme estuvo latente hasta los años noventa, con el advenimiento de la memética, debido a que los memes eran una adecuada metáfora para la cultura de Internet (Marwick, 2013), en las copias exactas de artefactos digitales, y la difusión rápida de persona a persona, por ejemplo. Ella dice que la memética es un campo disputado, y que puede tener capacidad limitada para entender cómo los artefactos culturales se originan en contextos sociohistóricos complejos; se acusa a la memética de ver la cultura como una serie de unidades discretas individuales, y que se borra la línea divisoria entre la metáfora y la biología. Según Marwick (2013), la memética, superando a Dawkins, se volvió algo para que los empresarios describieran nuevas formas de mercadotecnia.

Marwick reconoce dos categorías que Shifman (2014a) usa para clasificar memes: virales y meméticos; los primeros son los producidos por industrias culturales que se vuelven extremadamente populares y los segundos son los que apelan a la creatividad de los usuarios en las formas de parodia, imitación, mezclas y otras formas derivadas. Según ella, los memes aprovechan (son el aprovechamiento de) el potencial participativo de Internet y caracterizan la cultura popular moderna, en su cambio de una cultura de consumo a una cultura de producción. Marwick afirma que los memes son lo más cercano a una forma cultural nativa que tiene Internet, y como tal, demuestran la variedad desbordante del medio.

2.1.7 REPLICACIONES Y DIFUSIONES

El trabajo de Nowak (2016) busca revisar de forma analítica, desde un enfoque semiótico inspirado en los estudios culturales, los cambios en los roles de los usuarios de medios de

comunicación dado el creciente uso de herramientas mediáticas orientadas a la participación, principalmente el estado ambiguo de la autoría de contenidos populares en línea y sus consecuencias.

El autor parte del modelo de codificación/decodificación de la comunicación de Stuart Hall (1999) y mediante la comprensión de las cuatro etapas de la “cadena del discurso” de Hall, busca generar un modelo para análisis de nuevas relaciones y condiciones para la consideración de la autoría en la web 2.0, para lo que busca reconocer la capital importancia de los memes como una especie de discurso de transición donde estructuras con significado inicial, emanadas por las industrias culturales tradicionales son incorporadas a las dinámicas de las nuevas industrias culturales mediante diversas formas de apropiación en su proceso para llegar a conformarse cultura popular.

Nowak se auxilia de Shifman (2014a) para abordar los memes como un grupo de objetos digitales con características comunes de contenido, forma y/o postura, que fueron creados con conciencia de la existencia de las otras, y que fueron puestos en circulación, fueron imitados, y/o transformados mediante el internet por muchos usuarios. Nowak añade que el meme puede ser percibido como un texto²² cultural popular que es distribuido en línea de forma espontánea, es decir, que su distribución no se origina por una industria.

El autor menciona aclaraciones de Shifman (2014a) para quien mencionar “memes” no alude a la teoría de los memes (cuyos principales exponentes son Dawkins y Blackmore), sino a una clase particular de contenido popular en línea, también denota a la práctica social de la elaboración y difusión de memes, pero según ella, remite poco a la teoría.

En el marco de los estudios culturales, Nowak destaca las ideas de Williams (2000) en torno a las prácticas culturales cotidianas que son una esfera significativa tanto para reproducir como para cuestionar ideologías dominantes. Apoyado en Fiske (1989), Nowak, menciona que la cultura popular puede entenderse como el proceso activo de generar y circular significados dentro de un sistema social donde se encuentran la esfera de los productos de las industrias culturales y la esfera de la experiencia cotidiana individual y colectiva de la gente. Considerando las facilidades que los internautas tienen hoy día para la reconstrucción, discusión y la redistribución horizontal de textos hechos por los medios y las industrias

²² En un sentido amplio: un objeto cultural.

culturales ya establecidos, Nowak afirma que los memes de Internet son la esencia de la cultura popular, de ahí que los llame un discurso significante: la gente hace memes no sólo por motivos lúdicos, sino para informar a otros y para abrir discusiones; en línea con el pensamiento de Shifman (2014), el autor reconoce los memes como herramienta popular para el comentario de aspectos sociales, políticos, culturales y de consumos. Así, compartir memes se ve como una práctica social de redistribución de textos culturales que pueden reproducir y/o cuestionar ideologías dominantes, considerando que ideología, como señala Nowa, apoyado en Grossberg (1986), es la naturalización de una articulación cultural histórica particular.

El análisis de Nowak lo lleva a entender que los memes son formas híbridas de contenido mediático, que combinan autoría indirecta de las industrias culturales y la directa autoría de las audiencias mediáticas que reproducen estos productos culturales con herramientas digitales, a fin de crear nuevos significados (lecturas posibles) y propagarlos de formas horizontales por Internet. El proceso va más allá de las tradicionales barreras entre producción y consumo, diluye las fronteras de ambas prácticas y las superpone; para el autor, esto prueba las acertadas intuiciones de Benkler (2006), acerca de que Internet está permitiendo mucha mayor disgregación de las funciones de producción de mensajes, publicación y brinda credibilidad. El proceso hace a los memes un nuevo tipo de contenido, uno multiparticipativo, como dice el autor “una completamente nueva modalidad de experimentar los medios (y la cultura) para la que el término audiencia de repente se ha vuelto sorprendentemente inadecuado” (Nowak, 2016, p. 83).

Enfocados en la cualidad de un contenido para ser compartido, Alberto Dafonte-Gómez y Xabier Martínez-Rolán (2016) presentan un estudio de caso sobre las opciones de *compartibilidad* de los principales periódicos en línea de Iberoamérica, España y Portugal. El trabajo reflexiona de forma breve acerca de la pregunta ¿por qué compartimos contenidos? Al considerar, por una parte, la necesidad que los individuos tienen de sentirse integrados en comunidades al compartir información que juzgan valiosa para los demás y, por otra parte, existe la necesidad de diferenciación de los individuos dentro de esas mismas comunidades al dar a conocer sus elecciones de consumo cultural, con lo que proyectan una imagen particular de sí mismos. Además de la integración o validación social, los autores reconocen otro elemento clave en la decisión de compartir contenidos: las emociones que transmiten.

El trabajo de Dafonte y Martínez asume que, al compartir un contenido, un individuo anticipa las emociones que espera sean experimentadas por otros de forma similar. El argumento que sustenta el estudio es la noción de la conciencia actual del marketing viral de la benéfica posibilidad de que los usuarios manipulen y/o difundan contenidos; esta apropiación se reconoce como benéfica debido a que favorece una asunción y distribución menos superficial de los mensajes. El razonamiento previo se enlaza con el concepto de *multipliers* aportado por McCracken (2009), para quien estos agentes se apropian de cualquier tipo de producto y con él son capaces de construir un proceso cultural en el que el contenido inicial es solo el punto de partida. Mediante el concepto *multipliers* que los autores abordan la cuestión de los *influenciadores*, a quienes se describe como potenciadores de la distribución de contenidos gracias a su nivel de proximidad, credibilidad y autoridad que, “un medio de comunicación a través de sus canales habituales no puede igualar” (Dafonte y Martínez, 2016, 511).

El interés por la cualidad de *compartibilidad* la motiva la exploración de lo que los autores atribuyen a Watts, Peretti y Frumin (2007), que denominan *big-seed marketing*, y que describen como una combinación de las virtudes del *broadcasting* tradicional, con una sólida base de receptores del mensaje inicial y una optimización de los contenidos para su difusión posterior de usuario a usuario. Así, la cuestión de la *compartibilidad*, término cuya acuñación se adjudica a Freyd (1983), se densifica al verse como la capacidad de un contenido en el espacio virtual para ser compartido. El estudio concluye con el análisis y la exposición de los hallazgos sobre cuáles posiciones y consideraciones en cuanto a opciones para compartir se encuentran en los dos periódicos con mayores puntajes del ranking Alexa de Amazon para cada uno de los países seleccionados en el muestreo.

Un criterio empleado por el artículo de Dafonte y Martínez fue considerar un control de 100 horas para cada noticia publicada a fin de medir el número de veces que cada una se compartió, la razón mencionada fue que ese tiempo era suficiente para evaluar el recorrido viral de un contenido. Aunado a eso, se percibe una constante construcción argumentativa sobre la idea de *viralización*, incluso cuando se enlistan preceptos teóricos que podrían verse como opuestos a la idea de viralidad, tales como el de Ford *et al* (2013), o McCracken (2009). Este detalle permite reconocer foco del estudio está en cómo ciertos contenidos se comparten, aunque descarta la consideración de cómo se comparten o el tipo de marco interpretativo con el que los usuarios efectúan sus formas particulares de compartir ese contenido, más allá de

los aspectos técnicos formales como la inclusión de *url* de una nota o el uso de un botón para compartirlo.

De manera similar al anterior, el trabajo de Mazambabi, Carlson, Reysen y Hempelmann (2015) examinó cómo la difusión de un meme se ve influenciada, primero, por la consistencia (o la falta de consistencia) de los memes con el tema propuesto y las políticas de la comunidad donde se da a conocer, y segundo, por el estatus dentro del grupo de quien publica un meme.

El enfoque que se da al concepto de meme considera los estudios clásicos de memética en torno a las ideas de Richard Dawkins, donde el meme es una unidad de transición cultural o bien una unidad de imitación. También se consideran los conceptos de Susan Blackmore, quien veía al meme como una instrucción para una conducta que se pasa de un individuo a otro mediante imitación, o el aporte de Wilkins (1988) quien reconoce al meme como unidad de evolución y selección. Tampoco se pasa por alto la percepción popular de meme como sinónimo de palabras, frases, imágenes o videos graciosos en Internet, una postura desde donde parten las teorizaciones de Davison (2012), para quien el meme es una especie de popular chiste que va ganando influencia mediante su transmisión en línea, y Shifman (2014a), quien ve en el meme una partícula de cultura popular que está sujeta a la manipulación, imitación y flujos de transmisión que le dan los internautas, generando una experiencia cultural compartida.

El encuadre principal sobre el meme que se emplea en el estudio es el propuesto por Liane Gabora (1996), quien plantea que, al verse alterado un meme, sea por errores o por recombinación de ideas preexistentes, se generan variaciones. Las variaciones se ven sujetas a un proceso de selección por competencia donde los memes que no son apropiados para un contexto particular no logran difundirse. El proceso de replicación se explica según las cuatro etapas que Mazambabi *et al* (2015) atribuyen a Heylighen (1996): asimilación, retención, expresión y transmisión. Según este marco, la replicación se da cuando los conceptos que alguien almacena en su mente se materializan en un estado imitable tales como conductas o lenguaje; los autores mencionan que, ante este escenario, Gabora (1996) argumentó que la introducción de nueva información a un grupo cambia la relación entre el meme y el grupo y lleva a la generación de nuevos memes.

En lo respectivo a la conformación y dinámica grupal de los foros, los autores se basan en las ideas de Feldman (1984) en torno a la existencia de normas en los grupos, normas que según Postmes, Spears y Cihanguir (2001), pueden ser un conjunto de reglas y expectativas que se proyectan sobre los miembros del grupo y determinan lo reconocible como conducta aceptable. Esto es, que hay reglas explícitas y otras tantas tácitas o que se fundamentan en la forma en que los individuos interactúan; las posibilidades punitivas para conducta no deseable oscilan entre ignorar los mensajes inconsistentes con la lógica del grupo o bien reprimendas con distintos grados de severidad.

Los autores explican que la importancia de las normas es que permiten la supervivencia del grupo y dirigen la actuación de los individuos en ciertas situaciones, promueven interacción social positiva y permiten al grupo proyectar una identidad distintiva. Según ellos, es por esto que, un meme consistente con el grupo tiene más probabilidad de ser difundido.

En el trabajo se analizaron memes de cuatro foros distintos: dos relacionados con entretenimiento y otros dos con variedad de temas relacionados con asuntos de política. Se empleó un *web crawler* o rastreador web para reunir información de los foros, con lo cual, tras categorizar los contenidos de tales foros por usuarios, *threads* o discusiones, y publicaciones particulares, se concentró un total de 91,306 publicaciones que contenían memes. De ese total de publicaciones se seleccionaron 100 memes según su clasificación en las listas de tendencias de búsqueda de Google. Se calculó la frecuencia de uso mediante conteo de las menciones de esos memes y sus variantes. La difusión de un meme se definió como la proporción de publicaciones que lo contenían desde su primera mención en un foro hasta 30 días después. La rapidez de difusión del meme se definió como el cambio en la proporción de publicaciones conteniendo un meme particular en el lapso de tiempo, lo que fue calculado automáticamente usando el programa SAS, versión 9.3.

Contrario a lo esperado, los resultados del estudio mostraron que, los memes iniciados por miembros de bajo estatus tienden a difundirse más rápido que aquellos iniciados por miembros con estatus más alto. Sin embargo, los memes consistentes con el tema de un foro se difundieron con más frecuencia que los memes inconsistentes. Una explicación del primer resultado fue que los miembros con estatus más bajo buscan destacar y ganar influencia en el grupo, por lo cual es más probable que sean quienes traten de hablar de asuntos novedosos y publicar memes en concordancia con el foro, otra perspectiva es que la temporalidad en

que los memes se publican inicialmente podría haber estado inserta en momentos en que existe tensión sobre un asunto particular, que favorece su adopción. Sin embargo, esta última hipótesis pareciera no tomar en cuenta que los momentos oportunos pueden ayudar también a memes hechos por miembros con más alto estatus.

El estudio sugiere que en esta misma línea de investigación se podría considerar una partición más cuidadosa de categorías más allá de meme “político” y “de entretenimiento”, lo que podría ayudar a determinar de forma más precisa el contexto de uso particular de un meme y quizá impulsar a un nivel de análisis más profundo de cómo los memes se difunden.

Sobre la idea de la posibilidad de éxito de un meme, el trabajo de Michelle Coscia (2017) somete a prueba la hipótesis de que un meme necesita cambiar su forma para mantenerse popular una vez que ha alcanzado la popularidad. El estudio contó con una metodología cuantitativa en la que se buscaba medir la posibilidad de éxito posterior al logro de una primera popularización de algo que llamaba *protomemes*. Según ella, los protomemes son frases o lemas que se generan en sitios donde recurrentemente han surgido memes, esto es, una fase anterior a la de los memes ya que, explica, a diferencia de los memes, no son aún de dominio público, y podrían o no, llegar a él en la forma de memes.

La investigación exploró los protomemes surgidos en los sitios de socialización en línea *Reddit* y *Hacker News*, por ser considerados como que funcionan como laboratorios de gestación de memes. Es en estos sitios donde se realizó la captación de datos, considerando los periodos del 5 de abril de 2012 al 26 de abril de 2013 para *Reddit*, con una captación de 22, 329, 506 publicaciones; en *Hacker News* el periodo de análisis fue del 7 de enero de 2010 al 29 de mayo de 2014, con una captación de 1, 194, 436 publicaciones. La metodología incluyó el uso del algoritmo de minería de datos Eclat para la extracción de n-gramas frecuentes al tiempo que se descartó extraer los que no habían sido empleados en un mínimo de días.

Los resultados demostraron que un contenido protomemético con éxito inicial parecía tener menos posibilidades de proyectarse como meme hacia el exterior de los foros originales, la explicación dada es que su adopción inmediata causaba una especie de saturación y desgaste del signo, lo que ponía en dificultades a su posibilidad de popularización a futuro.

Un trabajo que explora formas de difusión y creación cultural es el artículo de Xu, Park, Kim, y Park (2016). El estudio se avocó a dar seguimiento al video “Gangnam Style” del artista

coreano Psy, valiéndose de las ideas de Shifman acerca de que, en la Web 2.0, la difusión cultural la sustentan la comunicación de boca a boca y la creación colectiva de contenidos, mediante comunidades en línea de usuarios participantes. Para el estudio, los autores planearon un análisis de medidas de red que combinaba análisis de contenidos y de redes, considerando dos aspectos de los memes, su estructura y su contenido.

Para estos autores, que siguen los postulados de Shifman (2012), así como los de Burgess y Green (2013), los memes constituyen sólo una parte de lo que Dawkins reconoce como meme, ya que separan la viralización y al meme como aspectos de la difusión cultural: la primera se refiere a la fecundidad y longevidad Dawkinianas, mientras que la idea de meme que defienden se centra en la cuestión de la fidelidad, pues para ellos los memes son algo así como la máxima expresión de la *cultura de las remezclas*.

Al aproximarse al video viral –que no llaman meme– de Gangnam Style, los autores reconocen *elementos meméticos* como el baile de cabalgata, la música, las letras y la ropa entre otros aspectos; ellos mencionan que ciertos estudios previos han puesto atención a videos meméticos y mediante el uso de ciertos algoritmos se han identificado elementos constantes como: gente ordinaria, personajes masculinos, énfasis en el humor y en letras fantasiosas, a la vez que comunican historias simples y repetitivas; tales aspectos, incluso, permiten predecir la distribución de contenido mediante el intercambio de videos.

Las preguntas que los autores hacen a la información, recolectada mediante minería de datos y análisis de contenido, son:

¿Qué géneros de video son inspirados por el video original GS y qué tan relevante es cada género?

¿Qué géneros de video llaman más la atención y participación de los videntes?

Con base en las posiciones en su red, ¿qué videos y actores que ellos representan tienen mayor posibilidad de influenciar a otros videos?

Con base en las posiciones en su red, ¿qué tipos de actores (fuentes, figuras de autoridad, o focos) juegan un papel central en la creación memética?

¿Cómo cambia la relevancia de cada género de video con el tiempo?

Con base en la habilidad de atraer la atención y participación colectiva de los usuarios, ¿cómo cambia la influencia de cada género de video con el tiempo?

Con base en las posiciones en su red, ¿cómo cambia la centralidad de un video con el tiempo?

Con base en las posiciones en su red, ¿cómo cambia el rol de los actores (fuentes, figuras de autoridad, o focos) con el tiempo? (Xu, Park, Kim, & Park, 2016, p. 107-110).

Los géneros a los que se refieren los autores son: Oficial (canal), Original (transmisiones, conciertos, video musical), Remezcla (remezclas, apariciones como fondo, letras), Participación (bailes, parodias, *covers*), Evaluación (reseñas, reacciones).

Los resultados del estudio proporcionaron perspectivas importantes como:

1. El video original detonó mucha creatividad al motivar contenidos generados por usuarios, aunque la aparición de parodias y bailes toma más tiempo en surgir debido a la complejidad de su elaboración. Algo que los autores destacan aquí es cómo la imitación puede influenciar a la cultura popular fuera de Internet.
2. Algunos modos de imitación y recreación cultural pueden atraer niveles desproporcionados de audiencia y participación. Pese a la gran cantidad de creaciones meméticas, éstas no lograron involucrar a los videntes que las evaluaban, por lo que los memes siguieron referenciando a los símbolos de la creación original.
3. El rol de las figuras de autoridad, concretamente, de los medios de comunicación masiva tradicionales siguió siendo destacado en el ecosistema cultural memético.

Los autores concluyeron que los memes efectúan procesos que atraviesan las tres etapas que reconoce Rogers en la difusión cultural: la conciencia, el interés, y la evaluación. Según sus hallazgos, la condición de viralidad de un contenido asegura que sea popular, pero no para que perdure en el tiempo, los memes deben entrar en acción, para ir renovando el interés del público e imbricar los contenidos en el ecosistema de la difusión cultural.

Otro trabajo que explora las potencialidades de los memes en Internet es el de Bissolotti, Nogueira, Fialho, y Cybis Pereira (2015), que reconoce la ludificación (*gamification*) como elemento que impulsa el *ocio creativo*. Aunque la investigación se centró en un sitio generador de memes particular, los autores reconocen la importancia de los sitios generadores de memes como herramientas de peso para la expresión de la creatividad y la participación social de los usuarios en la generación de memes en Internet, sin que sea requisito un conocimiento especializado para manipular imágenes y difundirlas, gracias a la interconexión y flujos en los sitios de socialización en línea que favorecen los fenómenos de viralización.

Los autores reconocen el importante papel de los sitios generadores de memes como herramientas vitales para la existencia de prosumidores que no solamente consumen

contenidos mediáticos, sino que generan los suyos propios, en este caso, a partir de lógicas lúdicas y de ocio creativo que resignifican narrativas preexistentes al tiempo que motivan una amplia participación en los procesos de generar y compartir memes en Internet.

Un trabajo más en la línea del ocio y las creaciones es el de Simone Pereira de Sá (2014), que examina los videos *The Numa Numa Dance* y *Gangnam Style* desde una perspectiva comparada; la premisa es que el primer video es precursor de una categoría de videos musicales que posteriormente sirve para entender el éxito del segundo, ya que ambos recaen en la misma red sociotécnica que vincula a individuos aficionados y profesionales, industria cultural y usuarios comunes.

Pereira de Sá analiza de los señalados videos con el propósito de explorar aspectos de los procesos de mediación de YouTube en tanto a sus prácticas y valores, mismas que, Burgess y Green (2009), han llamado Youtubidad (*youtubeness*). El trabajo parte de la premisa de que la plataforma, aunque se comunique e incluya a otros medios, y puede ser pensada como un nodo en una red sociotécnica mayor, desafía al hecho de ser entendida como tecnología y forma cultural, toda vez que ocupa un papel central como mediadora de la experiencia musical en las redes digitales. La autora especula sobre algunas capacidades expresivas de ese ambiente, definidas a partir de las prácticas de usuarios comunes.

La autora clasifica el contenido musical publicado en Youtube en tres amplios conjuntos: 1) contenido producido por la industria de la música; 2) contenido producido por usuarios comunes sobre artistas profesionales, en la forma de grabaciones de programas y presentaciones grabadas y editadas por los propios usuarios; y 3) los videos aficionados que dialogan creativamente con la cultura de la música grabada.

Algunas de las mediaciones que Pereira de Sá reconoce en los videos analizados son la incorporación intertextual en la cultura de *Spoof*, concepto que ella toma de Felinto (2008), a partir de gestos y representaciones que presentan un alto potencial de apropiación; otra mediación recae en las herramientas métricas de la plataforma que exhiben el número de vistas de cada video, además del número de *likes* y *dislikes*, lo que provoca un efecto multiplicador al indicar la notoriedad que un contenido va ganando; un tercer tipo de mediación viene de los enlaces de recomendaciones que Youtube presenta a un costado del

video; finalmente, señala la autora, está el encadenamiento mediático que la plataforma permite y favorece, implicando que la visibilidad no se limite a esa plataforma.

2.1.8 MEMES COMO GÉNEROS

Este apartado surge de la aproximación que hace Limor Shifman (2014b) del reconocimiento popular del meme como noción vinculada a lo visual, particularmente con el lenguaje fotográfico. El artículo pone a prueba el significado cultural de géneros contemporáneos de memes que se basan en fotografías. El análisis explora las relaciones profundas entre verdad y temporalidad, según se expresa en tres géneros prominentes: *photoshops* de reacciones, macros de personajes de inventario y novedades fotográficas.

La autora retoma su trabajo previo donde ha sugerido definir memes como un grupo de objetos digitales que comparten características comunes de contenido, forma y/o postura que son creados en consciencia de la existencia de los otros, y que se ponen en circulación, son imitados, y transformados mediante Internet por múltiples usuarios. En vez de representar el meme a la manera de Dawkins, como una unidad cultural, ella trata los memes como grupos de unidades de contenido; para ella este giro se explica por la forma en que los memes se experimentan en la era digital, donde se puede conocer en muy poco tiempo una gran multiplicidad de versiones de un meme.

Shifman toma de Orlikowski y Yates (1994) la noción de que los géneros son tipos reconocidos de acción comunicativa, por lo que no pueden interactuar solos, sino se vuelven sociales precisamente a través de prácticas sociales como producción y recepción, y como los géneros tienen, según Todorov, la función de horizontes de expectativas para los lectores y como modelos de escritura para los autores, su formación incluye interacción constante entre los textos, lectores y autores. Es cierto que los géneros no son estructuras culturales inmóviles, sino que están en constante estado de cambio; la cultura digital ha favorecido que se difumine la línea de división entre consumidores y productores de contenido. Esto no quiere decir que antes de la cultura digital no se diera “creatividad vernácula” señala la autora citando a Burgess (2007), sino que ahora hay una verdaderamente visible cultura pública.

La mención de los géneros viene a colación cuando Shifman los presenta como foco de análisis en el trabajo. Los *photoshops* de reacciones son conjuntos de imágenes editadas que

se establecen como respuesta a un grupo de fotografías conocidas, que pueden ser llamadas fotografías meméticas, tales fotos presentan a personajes conocidos y su dinámica consiste en la intervención mediante modificaciones y remezclas. Las macros de personajes de inventario son una colección de estereotipos donde una fotografía suele estar asociada con un signo o valor sobre el cual se puede detentar algún tipo de narrativa relacionada con esa idea. Las novedades fotográficas son imágenes escenificadas de alguna tendencia grupal o comunal reciente sin objeto aparente más que el de sumarse a la práctica de tal tendencia.

Es en los tres géneros donde la autora pretende ilustrar y probar los conceptos de hipersignificación, orientación prospectiva y operatividad. La primera característica consiste en el uso de tecnologías de manipulación fotográfica que permiten desmontar o deconstruir la fotografía y recomponerla en otro contexto, con asociaciones distintas a las de la imagen original, haciendo que luzca también coherente hasta cierto punto. En esta dinámica, explica Shifman, se somete a cuestionamiento la antes supuesta veracidad de lo captado por una cámara, cuyos propios principios de selección y encuadre siempre han ofrecido algún grado de manipulación desde antes de la fotografía digital. En esencia, el proceso de hipersignificación destaca la exposición de la construcción de toda fotografía como montaje, incluso las que no han sido intervenidas mediante programas informáticos de manipulación.

La orientación prospectiva es la consideración de que las imágenes tomadas en los memes servirán propósitos posteriores o podrían hacerlo. La reflexión sobre este punto en particular permite verificar las percepciones sobre la temporalidad que intervienen en los memes de fotografías, que más allá de pretender ser retratos del pasado se proyectan hacia posibilidades de uso futuro como material para otros montajes, o incluso como fenómenos anclados fuertemente al presente dentro de una acción colectiva que trasciende barreras espaciales.

Shifman cierra el análisis con el concepto de la operatividad de un signo, que toma de Frosh y Pinchevski (2014), como la cualidad de no solo funcionar semánticamente sino como una función autónoma que se relaciona con las técnicas de manipulación simbólica, diseminación y almacenamiento. En los memes de fotografías, la operatividad puede verse como el punto en que se fusionan las características de hipersignificación y orientación prospectiva. La autora concluye que, aunque esas cualidades eran evidentes de ciertas formas en las formas tradicionales de fotografía, han ido emergiendo como lógicas dominantes en una era que ha estado marcada por el amalgamamiento de cultura participativa y fotografía digital.

2.2 COMUNIDADES Y REDES DE SOCIALIZACIÓN EN LÍNEA

Además de las exploraciones en trabajos que abordaban memes y memes de Internet, parte de esta indagación tuvo interés por conocer estudios que abordaran cuestiones socioculturales en redes de socialización en línea. Los trabajos encontrados fueron clasificados bajo los encabezados: IDENTIDAD CULTURAL para un trabajo que abordaba la diferencia de percepción en el uso de una misma tecnología en dos entornos culturales distintos, y FACEBOOK COMO ESPACIO DE VIDA SOCIAL, donde se presentan distintos estudios que reconocen la centralidad de Facebook como ente articulador de socialización y diversas prácticas que van de lo educativo al ocio.

2.2.1 IDENTIDAD CULTURAL

Muralidharan, La Ferle, & Sung (2015) defienden que el uso de una misma tecnología y sus beneficios se percibe y gestiona de formas diferentes dependiendo de configuraciones culturales particulares. El estudio tomó en consideración el Modelo de Aceptación de Tecnologías y formuló patrones de antecedentes respecto a los intereses y condiciones de las dos poblaciones estudiadas, India y EUA, buscando comparar las diferencias culturales potenciales en el uso y la percepción de publicidad en teléfonos inteligentes. Partiendo de la premisa psicológica de Church y Lonner (1998), acerca de que las motivaciones individuales yacen cimentadas en la cultura, los autores aproximan la definición de socialización en redes como mecanismos para que la audiencia se enlace, comunique e interactúe unos con otros, y emplearon el constructo de Colectivismo *versus* Individualismo, de Hofstede (1980) para medir esta diferencia cultural a través de un cuestionario efectuado a una muestra representativa en términos cualitativos para ambos países.

Los resultados concluyeron que los consumidores indios eran propensos a disfrutar de la publicidad en teléfonos inteligentes, más que los usuarios estadounidenses; esta tendencia se explicó en parte por la cuestión cultural de la común socialización, inclinada hacia el colectivismo en India y al individualismo en EE. UU., sin embargo, también se tomó en consideración el tamaño y las condiciones de la red telefónica, cuyo crecimiento en India ha brindado hasta apenas hace poco tiempo un acceso confiable al tráfico de datos de alta

velocidad, por lo cual la publicidad en los nuevos teléfonos resulta también nueva y quizá emocionante en vez de irritante.

2.2.2 FACEBOOK COMO ESPACIO DE VIDA SOCIAL

El interés del trabajo de Francesc Llorens Cerdà y Neus Capdeferro Planas (2011), gira en torno a las posibilidades que la plataforma Facebook ofrece para una experiencia de aprendizaje colaborativo en Internet.

Los autores reconocen el papel determinante de Facebook en la comunicación y socialización en línea dentro del entorno de la Web 2.0; parten de la noción de Engeström (1999) donde *comunidad* es un núcleo en el que convergen varias dinámicas humanas, instrumentales y comunicativas, cuyo producto es un resultado necesariamente compartido y convenido; de esta estructura se desprende la noción de conocimiento social, cuyo sentido va más allá de los saberes acumulados de cada individuo, constituyéndose como un valor añadido de la comunidad.

En el estudio, se dio seguimiento –en consenso– a la actividad del grupo de trabajo Web2Learn de la Universidad Abierta de Cataluña, cuyo objetivo era desarrollar experiencias de aprendizaje en actividades colaborativas virtuales. Específicamente, el grupo buscaba:

- Estimular el desarrollo de habilidades técnicas y sociales básicas para participar en la plataforma social en particular, y en la sociedad en general.
- Promover aprendizaje y trabajo entre pares.
- Producir conocimiento en el proceso mismo de colaboración entre miembros del grupo.
- Evaluar el potencial del entorno elegido, como medio de trabajo colaborativo, y para autoevaluar el trabajo del grupo.

El diseño del trabajo fue experimental; tanto la observación como el uso y la exploración de posibilidades fueron sustanciales para construir una experiencia completa y detallada de Facebook como entorno de aprendizaje colaborativo. Los hallazgos se esquematizaron según la división de aspectos técnicos y aspectos educativos.

Entre las fortalezas técnicas de Facebook destacan: su simplicidad de uso, la facilidad y rapidez para crear y administrar un grupo de trabajo, herramientas como chat, mensajería y etiquetado de imágenes, un alto grado de conectividad hacia el exterior, capacidad de expansión hacia el interior, características de microblogging y transmisión en vivo, y un poderoso sustento para el aprendizaje móvil. En contraste, las desventajas fueron: presencia de ruido y elementos distractores, el sistema de ordenamiento hacia abajo en los comentarios dificulta ver la información, la carencia de un sistema de etiquetado, filtrado, búsqueda y organización de información; la cualidad de que los grupos de discusión de Facebook son demasiado básicos, la carencia de elementos que son nativos a entornos dedicados para grupos de trabajo, no hay forma de instalar de una sola vez una aplicación para un grupo de trabajo, los miembros no administradores del grupo no pueden crear eventos, y que Facebook no brinda de forma nativa audio y video de forma bidireccional.

En el aspecto educativo, Facebook ofrece ventajas como: sustenta una cultura de comunidad y aprendizaje social, soporta métodos novedosos de aprendizaje, motiva a los estudiantes, permite que se presente contenido significativo en materiales genuinos, y soporta comunicación sincrónica y asincrónica. El estudio concluyó que Facebook no era la mejor opción para implementar proyectos de trabajo colaborativo, especialmente si hay exigencias de control de tiempo, organización de información y flexibilidad en la gestión de actividades. Dejando de lado la idea de aprendizaje colaborativo, otro trabajo aborda la noción de agencia del usuario o *produser* en Facebook a partir de los discursos normativos de estilo de vida, consumo y salud en redes de socialización en línea; el artículo de David Mathieu (2016) plantea un acercamiento desde el análisis de recepción y la consideración crítica del paradigma de participación mediante enfoque explícito en prácticas socioculturales de audiencias ordinarias en sus encuentros con discursos de los medios.

Esta investigación explora la agencia de usuarios en grupos y páginas de Facebook con ayuda de una perspectiva tripartita basada en la noción de la relación de medios-audiencia como una estructura de poder, nexos, y recepción. El procedimiento empleado en el trabajo de Mathieu fue análisis del discurso, cuyo resultado revela que la estructura en juego en estos grupos de Facebook no motiva la agencia del usuario, sin embargo, la agencia se manifiesta mediante las interacciones de los usuarios y procesos expresivos de significación que están asociados con la recepción.

Una de las sugerencias de Mathieu es emplear la noción de expresión receptiva (*expressive reception*) en vez de *produsage*, debido a que la lógica detrás del último concepto enfatiza la expresión de la agencia de los usuarios a través de actividades de producción de contenidos en las redes de socialización, mientras que una lógica de expresión receptiva reconocería una forma de agencia a través de la recepción, una agencia de audiencias; algo relevante también es que Mathieu afirma que la noción de audiencia no desaparece en estos entornos en línea, sino que está siendo enfatizado en ellos.

Una investigación que se decanta por explorar las implicaciones del *dar un like* en Facebook es el artículo de Marie Ozanne, Ana Cueva Navas, Anna S. Mattila, y Hubert B. Van Hoof (2017), que reporta un trabajo exploratorio que aborda las motivaciones de la conducta de dar *Like* en *Facebook*, realizado de manera conjunta en Estados Unidos y Ecuador.

El trabajo emplea la teoría de los usos y gratificaciones, partiendo de la idea que el *Like* es parte de una riqueza de la comunicación en línea que brinda más información acerca de quien da un *Like* que sólo la idea conceptual de “Gustar”.

Los hallazgos del estudio revelan que el *Like* puede ser usado para 1) reconocer las gratificaciones recibidas con el uso de *Facebook*, 2) para compartir información con otros, y 3) como una herramienta para el control de impresiones; en cada cultura se reconocieron cuatro categorías influyentes en las conductas de dar *Like*, con distintos grado de preferencia: entretenimiento, información/descubrimiento, vinculación, y autoidentificación, al mismo tiempo, tres tipos de motivos subyacentes dominaron el uso del *Like* para compartir información: presentación de uno mismo, presentación extendida de uno mismo y obligaciones sociales. Además, el *Like* puede usarse como una herramienta de protección personal para el control de impresiones, es decir, para evitar los riesgos de dar malas impresiones (sobre aspectos sensibles, como las preferencias políticas) en redes digitales donde cientos de amigos y conocidos tienen al alcance la información compartida por uno.

2.3 TIPOLOGÍAS DE COMUNIDADES Y MEMES

En este apartado se presentan trabajos cuyos aportes se centraron en el desarrollo de tipologías que puedan ser empleadas para explorar aspectos comunes a la investigación sobre memes y comunidades virtuales.

En primera instancia, el trabajo de Antonieta Rocha y Alda Pereira (2017), se avoca a la construcción de una matriz que pueda usarse para analizar comunidades virtuales en general, sustentada en las ideas de Etienne Wenger (1998) respecto a las comunidades de práctica, definida como una combinación de a) un área de conocimiento, b) una comunidad de personas con interés en tal área y 3) la práctica común que desarrollan.

Para situar el estudio de las comunidades de práctica en el entorno de redes, las autoras echan mano de Downes (2006), quien explica las redes mediante tres elementos clave: entidades que se conectan, conexiones o canales entre ellas y señales. También toman de Downes los rasgos de una red: densidad (número de entidades a que cada entidad está ligada), velocidad (rapidez con que un mensaje se desplaza hacia una entidad), flujo (cantidad de información que procesa cada entidad), plasticidad (frecuencia de conexiones creadas y abandonadas), grado de relación (en función de los otros rasgos).

Las autoras comentan que Downes considera también que la red crea puentes para otra clase de formas, tiene autonomía, es conectiva y presenta diversidad. En última instancia, las redes permiten que se sustenten las comunidades de práctica, pues se puede definir una comunidad como un conjunto de individuos que intercambia mensajes sin impedimentos ni barreras.

El trabajo comprende estudio de casos según la metodología de Yin (2009) de estudio de caso, con miras al análisis individual y posteriormente comparativo de diversas comunidades virtuales clasificadas en cuatro contextos: educativo, empresarial, social y profesional. Los métodos de recolección de datos fueron la observación no participante, entrevistas a actores clave –administradores de las comunidades– y cuestionarios a participantes. Para el tratamiento de los datos y explicitar las relaciones sociales dentro de las comunidades, se empleó Ucinet 8 a fin de generar matrices de análisis que destaquen los elementos de las relaciones; para una representación gráfica de tales relaciones se usó NetDraw 2.097.

La matriz generada respondió a tres condiciones: 1) demostró las particularidades de cada comunidad en el estudio, 2) permitió la triangulación y comparación entre varias comunidades de cada contexto y 3) posibilitó la comparación entre contextos. La matriz se subdividió en cinco componentes: A) Caracterización de la comunidad, B) Estructura de la comunidad, C) Dinámica de la comunidad, D) Relevancia de la comunidad, E) Análisis Global de la comunidad.

Entre las conclusiones del trabajo se mencionó que la observación fue particularmente útil para la recolección de datos, recalando el cometido de Stake (1994), implicando que para comprender debe dedicarse suficiente tiempo, aunque, para evitar asunciones erróneas, la función de la triangulación es vital.

A diferencia de Rocha y Pereira que buscaban herramientas para clasificar comunidades virtuales, Raquel da Cunha Recuero (2007) propone una taxonomía de memes de Internet basada en las ideas de Richard Dawkins (1976), Susan Blackmore (2000) y Bjarneskans, Gronnevik, y Sandberg (2006) al respecto del meme.

De Dawkins, da Cunha toma el meme *de idea*, una entidad capaz de transmitirse de un cerebro a otro; auxiliada en Blackmore, añade que los memes son instrucciones de conducta que se transmiten y se aprenden por imitación; Bjarneskans, Gronnevik, y Sandberg (2006) aportan que el meme logra influenciar el comportamiento de los individuos para generar la replicación, y Heylighen, le sugiere que las características de fecundidad, longevidad y fidelidad pueden ser potenciadas y efectuadas de modos muy eficientes, mediante el uso de redes, por lo que, al usar Internet, las personas hallan un ambiente propicio para los memes.

Aunado a estas implicaciones teóricas, da Cunha tiene el interés en observar memes en weblogs: fueron 70 weblogs en portugués los que se sometieron a examen, y 420 memes fueron observados con relación a las consabidas características. En cuanto a fidelidad, se subdividió este aspecto en *replicadores* (alta fidelidad o permanencia de forma) y *metamórficos* (baja fidelidad y forma modificada), una categoría extra fue la de *miméticos* (el meme consiste en respetar un orden fijo de presentación más que en contenidos estáticos). En el aspecto de longevidad se derivaron los rasgos: *persistentes* (larga duración) y *volátiles* (corta duración). Para la fecundidad se consideró: *epidémicos* (alta fecundidad), y *fecundos* (baja fecundidad y poca dispersión).

Además de los aspectos considerados por Dawkins, da Cunha consideró la cuarta dimensión de los memes de Internet, su alcance: *globales* (poca relación con contextos específicos) y *locales*, (alta relación con contextos específicos).

Al analizar los rasgos de los memes de Internet, da Cunha también pudo cuestionar la visión típica de que los memes –al igual que los genes– compiten entre sí, algo que mencionan Dawkins y Blackmore, pero ella pudo constatar que los memes cooperan y en ocasiones se

sustentan unos a otros. Un aspecto extra que ella pudo observar fue la capacidad de los memes de generar agregación y ruptura en las plataformas de red, especialmente al tratarse de memes locales: los individuos parecían sentirse representados –los que comparten el sentido– y diferenciados de otros grupos externos.

2.4 REFLEXIONES DERIVADAS DEL ESTADO DEL ARTE

El objeto del presente estudio son las condiciones particulares que llevan a un meme en Internet a ser replicado en un momento dado, y debido a que el estudio de tales condiciones no puede darse en desapego a los memes replicados, consideré fundamental tratar de conocer los estudios sobre memes en Internet. A partir de la revisión de la literatura aquí consultada sobre el tema de memes en Internet, puede notarse que aún cuando muchos trabajos exploran teorías y conceptos de la memética, pocos abordan los memes desde perspectivas de estudios culturales, algo que abre espacio para el tipo de investigación que esta tesis plantea. También, me resulta interesante encontrar un número muy pequeño de trabajos que activamente han empleado métodos mixtos de investigación para generar acercamientos específicos al estudio de memes de Internet y redes de socialización digital.

En lo referente a memes, hay dos tendencias generales entre las investigaciones encontradas, una es la exploración de memes como totalidad, con aparente intención de generar teorías de mediano a largo alcance y desentrañar los procesos globales de replicación de contenidos en sus diversas formas; otro acercamiento común es el de realización de análisis situados que buscan probar teorías preexistentes y comprobar ciertas intuiciones de los investigadores, sin embargo son excepcionales los trabajos que, como los de Shifman (2013, 2014) o Mazambabi *et al* (2015) se hallan en posibilidad de desplazarse en ambas direcciones, permitiendo postular exploraciones situadas e incluyendo una perspectiva abierta que incorpora nociones de construcción social de realidad y generación social de sentido.

Con base en la revisión de trabajos dedicados al área de estudios centrada en los memes y sus entornos inmediatos, me percaté de la importancia intrínseca de realizar esta investigación, cuyos posibles aportes se dibujan ya desde las sugerencias que Mazambabi *et al* (2015) cuando menciona que en su misma línea de investigación se podría considerar una partición cuidadosa de categorías más allá de meme “político” y “de entretenimiento”, a fin

de ayudar a determinar de forma más precisa el contexto de uso particular de un meme, a la vez que se impulsara a un nivel más profundo el análisis sobre cómo los memes se difunden. También el trabajo de Shifman (2013) expresa una sugerencia que podría verse como un señalamiento a propósito de lo que este trabajo puede añadir al estado del conocimiento; ella observa la necesidad de estudios posteriores para el trazo de un mapa a gran escala de los memes de Internet, se podría tratar de explorar qué ideologías, convenciones en los textos y formas de comunicación transmiten los memes de Internet populares, y cuáles son las redes de relaciones entre estas dimensiones meméticas.

Las sendas delineadas por Mazambani y Shifman señalan la necesidad, precisamente de estudios que relacionen las funciones de los memes y las formas en que se da su replicación; es decir, atisbando al proceso mismo de la replicación, sin excluir ver la forma en que es empleado el meme y el entorno inmediato que lo rodea. La posible aportación de este trabajo se plantea en este escenario; en una reflexión sobre replicación de contenidos en la WWW, sin dejar de ver, también, las formas en que opera la replicación bajo aquel *nuevo ethos* que sugieren Knobel y Lankshear (2007a), uno que impulsa una naturaleza más colaborativa y participativa de los internautas en el juego de producir sentido, ya que ese *nuevo ethos* no ve al meme como objeto, sino como el proceso de un objeto cultural en su replicación y, a su vez, me permite reconocer que mis casos de estudio son memes de Internet precisamente por tratarse de repeticiones y difusiones relativamente exitosas de objetos culturales.

CAPÍTULO 3. MARCO TEÓRICO: EL MEME COMO REGISTRO DE ATENCIÓN

A partir de la reflexión llevada a cabo durante la realización del estado del arte, para este trabajo se considera que el meme no se agota en la imagen intervenida, ni siquiera en la imagen, sino que se concreta en cualquier configuración cultural susceptible de ser copiada o imitada, reproducida y difundida en lapsos de tiempo variables, desde procesos muy lentos a procesos muy rápidos, donde se abre la posibilidad de establecer puntos de observación para conocer las condiciones sociales y culturales que le dotan de atributos que favorecen o dificultan su replicación.

Por lo anterior, las preguntas generales que en este capítulo se plantean sobre los memes pretenden ser, a un tiempo, una reflexión sobre el fenómeno general de los memes en Internet; no obstante, el alcance y la pertinencia de esta investigación se adscriben a las condiciones socioculturales que aportan a los memes las formas en que actualmente se negocian sentidos y se construyen realidades a través de la interacción en redes de socialización en línea, con tales redes entendidas como sitios donde la experiencia de socialización se diferencia principalmente de aquella que se da cara a cara, esencialmente por la aceleración (interacciones a gran velocidad) que permite el empleo de las plataformas en línea.

En este capítulo expongo el andamiaje teórico involucrado en la realización del presente trabajo, donde designaré las consideraciones, supuestos y preguntas guía, además de las formas en que se entretujan mediante casos de ejemplo para dar sustento y cabida a la propuesta propia de este trabajo respecto a los memes de Internet, misma que parte del supuesto de que los memes de Internet, además de las diversas características de su naturaleza, son indicadores de una atención compartida.

Como nota metodológica, mencionaré que para este capítulo me tomo la libertad de emplear la herramienta *Google Trends*²³, sin embargo, es necesario aclarar aunque ésta permite ver de forma panorámica (por así decirlo) el registro de búsquedas en Google, no puede ser

²³ Según Wikipedia (s. f.), *Google Trends* (o Tendencias de búsqueda de Google) es una herramienta del repertorio *Google Labs* que muestra los términos de búsqueda más populares del pasado reciente.

tomada a la ligera como indicador de datos específicos, debido a que en su versión de libre acceso (que es la aquí empleada) ofrece solamente gráficos con medidas porcentuales establecidas en relación con las búsquedas, que de ese modo no presentan una escala evidente más allá de la proporción; por lo que, para un análisis más detallado y contextualizado de cualesquiera búsquedas pueden emplearse herramientas de mayor alcance y refinación, probablemente sustentadas en minería de datos, como más adelante describiré al relatar la construcción de las muestras analizadas.

En el apartado MEMES COMO CULTURA se revisa y comentan nociones de cultura de Raymond Williams, Clifford Geertz y John B. Thompson, y su cercanía con el concepto de la cultura visual que aporta Nicholas Mirzoeff, al tiempo que se puntualiza el tratamiento de la cultura como eventos, según la propuesta de Julián González, para abordar los memes.

MEMES COMO ESPACIO DE PODER dispone un escenario donde se integran la noción de poder de Manuel Castells y la de Michel Foucault con la noción del discurso, para lo cual se emplean conceptos de Gillian Rose y Roland Barthes que dirigen la idea del poder y el discurso hacia lo visual y los códigos de la imagen. Se tomó además, de Raymond Williams, el concepto de dominación y se exploran aspectos destacados de la resistencia a la dominación.

En el apartado MEMES COMO INTERSTICIO: PERIFERIA Y HUMOR, se enfatiza cómo entender la cultura como un espacio vivo de intercambios donde (al menos en las interacciones online) los discursos visuales ejercen centralidad, conlleva reconocer las operaciones de resistencia y dominación dentro de tales discursos, para lo cual se echa mano de diversos apuntes teóricos como los de Itamar Even-Zohar en su teoría de los polisistemas culturales, o Michel de Certeau que habla de las resistencias cotidianas a los esquemas de poder a través de las tácticas como los escamoteos, y finalmente Santiago Castro Gómez, quien mediante una teoría herárquica reafirma la idea de zonas grises en el ejercicio del poder.

MEMES COMO LUGAR DE COMUNICACIÓN ofrece el espacio para recuperar mucho de lo reflexionado en el Capítulo 1, sobre la perspectiva sociocultural que orienta este trabajo, cuyo eje teórico principal gravita en la visión ritual de la comunicación de John Dewey y James Carey, aunada a la teoría de las mediaciones comunicativas de Jesús Martín-Barbero y la reflexión de Alessandro Baricco sobre los sistemas de paso de los bárbaros; el cuadro se

completa con la consideración de los eventos a partir de Julián González y Bill Wasik, y se puntualiza con el señalamiento de Nuria Fernández García sobre las restricciones que suponen los filtros burbuja para los sistemas de paso como las redes de socialización digital.

3.1 MEMES COMO CULTURA

Originalmente, cuando presentó la idea de los memes como símiles de los genes, Richard Dawkins (1976) propuso que la relación de los memes y el medio cultural, con sus implicaciones intelectuales para los seres humanos, sería equiparable a la que existía entre los genes con el medio físico y su implicación biológica en los seres vivos. Sin embargo, Dawkins se abstuvo de tratar de describir lo que para él sería la cultura, y simplemente apeló a ella en su forma de una serie de sustantivos que iban ilustrando la continuidad de lo que para el autor podría intervenir en o ser considerado cultura:

Modos de vestir y comer, ceremonias y costumbres, arte y arquitectura, ingeniería y tecnología, todo evoluciona en periodos históricos de modo que parece sobrepasar la velocidad de la evolución genética, pero que no tiene relación alguna con la evolución genética (Dawkins, 1976, p. 190).

La aparente indefinición de Dawkins puede ser tal vez más un acierto que una carencia en su inicial²⁴ teoría del meme; prueba de esto pueden ser, por lo menos, los testimonios que esgrimen Pedro Güell (2008), Terry Eagleton (2017) y John B. Thompson (1990) acerca del problema que entraña tratar de definir *cultura*.

Para varios teóricos que abordan el *problema* de la cultura, el trabajo de Raymond Williams es un referente común, para quien *cultura* designa, en primera instancia, un proceso general de desarrollo intelectual y estético; en segundo lugar, *cultura* es la forma particular de vida, sea de una persona, un periodo o un grupo; y tercero, *cultura* designa las obras y prácticas de actividad intelectual y especialmente las artísticas (Williams, 2000, p. 90). Hablar de cultura resulta entonces una mezcla de las tres ideas anteriores, es decir, un *proceso social total*: un proceso global constituyente de la realidad por el cual los seres humanos definen y configuran sus vidas, ya que la cultura comprende los objetos que se producen, los modos de hacerlos, e incluso las contradicciones desde las cuales se han desarrollado sus modos y objetos.

²⁴ El autor ha sometido su teoría del meme a una continua y extensa revisión en diversos momentos de su carrera. Véase el trabajo de Castaño Díaz (2013) para comentarios sobre esto en particular.

La *cultura* como un proceso social total implica una gran apertura hacia pensar en la totalidad integral de procesos que incluyen las distintas partes de la vida y actividades humana, pero ante ese vasto panorama, ¿cómo saber dónde se debería buscar los indicios de esa evolución cultural que sugiere Dawkins? La visión de Williams localiza la cultura en un entramado de procesos que atraviesan, subyacen y están también en el centro de la vida social de los grupos humanos, desde este gran marco es fácil incluir todos los ejemplos de que Dawkins se sirve para ilustrar su idea de cultura, sin embargo, ¿cómo puede verse en ese proceso social total esa evolución cultural que sobrepasa a la evolución genética?

La idea de Williams (2000) en este respecto se aproxima al marxismo como marco interpretativo y recurre al concepto de hegemonía –expresión o proyección de un particular interés de clase– a fin de abordar el espacio de tensión donde, precisamente, podría pensarse en un desarrollo o evolución cultural que sobrepase a su contraparte genética (Dawkins, 1976). Más adelante retomo la noción de este espacio de evolución, donde para Williams y para otros, aún distantes del marxismo, reconocen una cuestión de conflicto.

Otra aproximación a la cultura es la de Clifford Geertz (1973), para quien este concepto se ve como una *jerarquía estratificada de estructuras significativas*, es decir, antes de pensar en términos de objetos, prácticas o formas de vida, la cultura se aprecia como un conjunto de *formas simbólicas* (el vasto conjunto de los procesos sociales y comunicativos y sus manifestaciones) integradas mediante sistemas que articulan los símbolos (como códigos sociales); además de procesos de invención e innovación de los valores simbólicos (que constituyen la producción de sentido); y finalmente, procesos de interpretación de aquellos sentidos (que operan como una especie de gramática que posibilita el reconocimiento e interconocimiento social). Respecto a lo que aporta Geertz, Gilberto Giménez acota que esta idea de cultura puede ser expresada como “el interjuego de las interpretaciones consolidadas o innovadoras que se hallan presentes en una determinada sociedad” (Giménez, 2007, p. 33).

La visión de Geertz (1973) enfoca la cultura como un gran marco de interpretación de la realidad, cuyos productos son aquellas interpretaciones (modos de hacer, objetos y prácticas, por ejemplo) *consolidadas* que entran en continua tensión y competencia con interpretaciones que antes no existían y son *innovadoras*; es de entenderse que aunque el autor reconocía este proceso en contextos situados, o sociedades específicas, no hay nada que impida pensar que la interconexión entre diversas sociedades o grupos humanos conlleve a

la continuidad de este proceso de interpretaciones a una diversidad de escalas y velocidades, e incluso podríamos pensar que a esto se refiere el señalamiento de Dawkins (1982) cuando habla de la acelerada evolución de la cultura que puede superar a la evolución genética.

En cuanto a la concepción de cultura de Geertz, Giménez (2007) hace una serie de observaciones: en primera instancia, la cultura como choque de interpretaciones consolidadas *versus* innovadoras es inevitablemente un componente de todas las prácticas sociales; aquí Giménez delata que la cultura en Geertz no es tan diferente al proceso social total que anuncia Williams (2000), puesto que se halla en todo el espectro de acción humana.

La segunda observación de Giménez (2007) es que la realidad del símbolo no se agota en su función de significación, sino que abarca los diferentes empleos que los usuarios hacen con él para actuar sobre el mundo y transformarlo en función de sus intereses; es decir, que lo que Williams reconoce como una dimensión inmanente en la cultura, la hegemonía, entendida como la proyección del interés propio de un grupo o un individuo en otros (a quienes se busca convencer de que un esquema social particular es el mejor para ellos, aunque el beneficio directo de tales condiciones sea para las élites que promueven ese esquema), también tiene cabida en esta visión, por lo que el uso (o la participación y la producción) de la cultura, es decir, de las interpretaciones de las formas simbólicas (Geertz, 1973) conlleva inherentemente las finalidades y propósitos de quienes participan.

En tercera instancia, se señala que la cultura entendida como un repertorio de hechos simbólicos manifiesta una relativa autonomía, y también una relativa coherencia, incluso cuando se le entiende en su sentido plural, como al hablar de *las culturas* (Giménez, 2007, p. 34-35). En este sentido, la idea de Geertz (1973) implica que, en la cultura humana como totalidad, hay demarcaciones o modos relativamente independientes entre sí, pero que observan principios fundamentales coincidentes en general.

Williams (2000) aporta que la hegemonía implica un juego de intereses imbuidos en el proceso social total, Geertz (1973) señala además que las nuevas interpretaciones y las interpretaciones previamente constituidas se enfrentan también siguiendo las pautas de los intereses de quienes hacen y emplean la cultura. Probablemente en estos movimientos, donde la “integridad” de la cultura se pone a prueba es donde se pueda pensar en reconocer algo como un “desarrollo”.

Las consideraciones que señala Giménez permiten apreciar que aunque la teoría de las formas simbólicas de Geertz también se hace extensiva a la totalidad de los procesos y prácticas sociales, pero a diferencia del proceso social total de Raymond Williams, Geertz no indica un lugar dónde mirar la evolución social, sino una función o rol de las formas simbólicas que permite identificar los modos en que la cultura se reproduce y renueva constantemente: a través de la tensión entre las interpretaciones consolidadas y las innovadoras. Más adelante mencionaré cómo aborda Williams estos movimientos.

John B. Thompson (1990) partió de un análisis histórico en torno al debate sobre lo que es la cultura, fundamentando su propuesta sobre el referente de la concepción antropológica simbólica de Geertz, y sugirió una visión que llama *estructural*. Para evitar la asociación con la corriente del estructuralismo, el autor aclara que: “Los métodos estructuralistas se relacionan tradicional y fundamentalmente con [...] los rasgos internos de las formas simbólicas [mientras que] la concepción estructural de la cultura se preocupa por tomar en cuenta los contextos y procesos estructurados socialmente” (Thompson, 1990, p. 198). Al hablar de los rasgos internos de las formas simbólicas, Thompson se refiere a los procesos de significación y significado que ciertamente constituyen el foco de atención de la doctrina estructuralista; frente a ese interés, él antepone el de la atención a los modos en que las formas simbólicas se instauran socialmente como referentes colectivos de sentido.

Thompson (1990) reconoce cinco características de las formas simbólicas: intencional, convencional, estructural, referencial y contextual. Podría decirse que el teórico siente afinidad por las cuestiones envolventes de las formas simbólicas, pues mucho de su interés recae en el aspecto del contexto social, ya que éste le parece indispensable para el estudio de la acción e interacción, producción y recepción de las formas simbólicas. A fin de clarificar las características de los contextos sociales, el autor se auxilia del concepto de campos de interacción²⁵, que describe un *campo* como espacio de posiciones y como un conjunto de trayectorias; se reconoce que a tales posiciones y trayectorias las determina en cierta medida el volumen y la distribución de *capital* que, siguiendo también a Bourdieu, puede ser de tipo económico, social o cultural.

²⁵ Un concepto que Thompson atribuye a Pierre Bourdieu, señalando media docena de sus trabajos más destacados. La nota que hace Thompson puede verse en la página 220 de su trabajo citado (Thompson, 1990).

Usar el concepto de campo le permite a Thompson (1990) señalar, primero, que existen tipos relativamente diferenciados de acciones humanas en las que se pueden reconocer variedades de formas simbólicas; en segundo término, reconoce la existencia de *instituciones sociales* como conjuntos específicos y relativamente estables de reglas y recursos. El teórico aclara que aún cuando las instituciones sociales son parte integral de los campos de interacción, no los abarcan por completo; es decir, las reglas que suelen abarcar los campos no regulan todos los campos, ni todas las prácticas posibles de existir, sin embargo, admite una cierta resonancia o influencia en las instancias exteriores a las instituciones, ya que, según él, no se puede asumir que esas acciones exteriores no sean afectadas por el poder, los recursos, las reglas y los esquemas de las instituciones sociales.

Una de las ideas centrales de Thompson (1990) parte de considerar que toda acción e interacción dentro de un campo implica la ejecución de condiciones sociales características de ese campo: poner en juego el entramado de convenciones que hasta ese momento lo han constituido. Thompson (1990) llama *estructura social* a las asimetrías y diferencias relativamente estables que caracterizan a campos de interacción e instituciones sociales y afirma que, en ese sentido, están estructurados. La estructura social entonces viene a ser el conjunto general de campos con sus instituciones y sus reglas, espacios determinados por lo aquello que Geertz (1973) reconocería como interpretaciones constituidas; de hecho, Thompson declara que el análisis de la estructura social de un campo o una institución consiste en determinar las condiciones de las asimetrías y diferencias sistemáticas que tienen posibilidad de perdurar.

Preguntar en este punto por las condiciones socioculturales involucradas en los memes de Internet conlleva buscar y reconocer, según Geertz, las interpretaciones consolidadas y sus contrapartes, las interpretaciones innovadoras que inciden en cada caso; en términos de Thompson (1990), se requiere determinar las asimetrías presentes en las relaciones y los referentes compartidos en la conversación que genera el meme. Aunque para intentar responder a eso, es necesario volver a reflexionar cómo puede verse en el proceso social total la evolución cultural que sobrepasa a la evolución genética; la apuesta de este trabajo es que las evidencias de los memes de Internet (como eventos que reciben atención y como imágenes de humor visual) se pueden percibir y estudiar empleando la noción de *cultura visual*, campo de estudio cuyo objeto es la imagen, misma a la que entiende como un evento

visual donde quien accede a ella busca información, sentido o placer mediante un sostén visual (Mirzoeff, 2002). El *sostén visual* será en este trabajo un concepto de vital importancia, dado que las representaciones y negociaciones de significados (al menos los que hasta ahora conozco) en memes de Internet, suceden con frecuencia como eventos visuales.

Nicholas Mirzoeff (2003) emplea la noción de cultura visual como un conglomerado que se aleja, a su vez, de las acepciones tradicionales de cultura, al explicar que la cultura visual se puede entender mejor desde una idea de transculturación que nunca es estable, por tanto, al preguntar en términos de Thompson y Geertz, ¿cuáles son las asimetrías estables, o cuáles son las interpretaciones consolidadas y las interpretaciones innovadoras en los memes de Internet? Debemos tener claro que se trata de aquellas condiciones que podemos observar en un momento dado, sin la esperanza de que sean permanentes ni fijas.

Aunque para Memes Literarios, por ejemplo, una institución cultural preexistente a los memes al sitio es la literatura, con sus marcos interpretativos relativamente estables, entender la noción de meme desde la memética y los postulados de la cultura que aquí se han trabajado, implica ver la literatura como un entramado de prácticas en torno a formas narrativas creadas para el entretenimiento. También, cabe la posibilidad de ver la literatura como obras sin negar la inabarcable extensión de su intertextualidad (muchas veces originada desde otros campos de interacción), y aún más, se puede verla como una actividad que se enmarca en las acciones de una sociedad que asimila y produce sentidos, empleando medios como el texto para representarse e irse definiendo a sí misma. Así, para Mirzoeff la literatura (o cierto tipo de ella) es manifestación de una forma de ser en el mundo:

Arquetipos narrativos como la historia de la mayoría de edad, la *bildungsroman* o novela de aprendizaje y el elemento básico del siglo XX para escribir una novela, expresan la importancia de la literatura en la formación de lo burgués, de lo individual. Observar imágenes visuales es, por el contrario, una experiencia a menudo colectiva, como sucede en el cine. [...] Más aún: la inherente multiplicidad de los posibles puntos de vista para interpretar cualquier imagen visual, la convierten en un medio potencialmente mucho más democrático que el texto escrito (Mirzoeff, 2003, p. 30).

El énfasis de Mirzoeff en la colectividad de las imágenes se entiende a partir de la noción de la imaginación compartida que surge de lo señalado por Arjun Appadurai (1990) en su análisis de la economía global cultural: la imagen, lo imaginado y lo imaginario llevan a que la imaginación sea una práctica social. Aún más, Appadurai (2001) invita a pensar en la

actualidad del mundo en que vivimos como una fragmentación del espacio, pues para él, la continuidad de las afinidades (o la constitución de comunidades unidas por la imaginación) no se ve limitada por compuestos sociales preexistentes con fronteras físicas, sino que, formar parte de la modernidad es la capacidad de emplear mecanismos para acceder a estos movimientos y comunidades intangibles cuyos pilares están, potencialmente, en todo ser humano. Más adelante volveré a cómo lo social imaginado es particularmente relevante para la construcción de la visualización.

El marco conceptual de Thompson (1990) –escenarios espacio-temporales, campos de interacción, instituciones sociales y estructura social– permite, según él, captar los rasgos sociales de los contextos en los que actúan e interactúan los individuos, y aclara que esos rasgos no son sólo el medio en el que ocurre la acción sino son además constitutivos de la acción. En este punto, se puede notar que Thompson se aproxima a la noción de agencia de Anthony Giddens (1984) al decir que los rasgos contextuales de la cultura no son solo restrictivos y limitativos, sino también productivos y facultativos. A este respecto, el autor afirma que “La agencia se refiere no a las intenciones que la gente tiene de hacer cosas, sino a su capacidad de hacer esas cosas en primer lugar” (Giddens, 1984, p. 9).

Así, el ejercicio de reconocer las asimetrías estables e interpretaciones consolidadas o innovadoras debería considerar los modos en que los rasgos contextuales de los memes de Internet condicionan de forma importante los contenidos, formas, asuntos y los modos en que se presentan los memes, además de cómo son percibidos, en el entendido de que, por un lado, estos procesos se instituyen también como condiciones previas para las futuras repeticiones de memes de Internet, e igualmente, que es mediante procesos similares anteriores donde usuarios de Internet se han hecho con contenidos de campos de interacción preexistentes y los han convertido en esos memes, todo en un proceso social total cuyo origen primigenio es incierto o potencialmente muy difícil de rastrear.

Volviendo a la pregunta que genera esta investigación: ¿Cuáles son las condiciones socioculturales destacadas en la replicación de memes de Internet populares en redes de socialización en línea y de qué formas perceptibles operan en los contenidos puestos en circulación por los internautas? La respuesta no puede ser definitiva ni generalizada, sino situada en un contexto específico para poder abordarse. A continuación, me sirvo de un ejemplo empírico.

* * * * *

POSTAL 1

En septiembre de 2019, en el marco de la celebración nacional mexicana del inicio de la independencia, la piloto de aviación comercial Alí Ximena García hizo una publicación en Facebook, aparentemente con el siguiente mensaje: “Debería de caer una bomba en el Zócalo... nos haría un favor a todos. #vivaMexico pd si les molestan mis comentarios bórrenme, créanme que me vale 2 pesos saludos cordiales”.

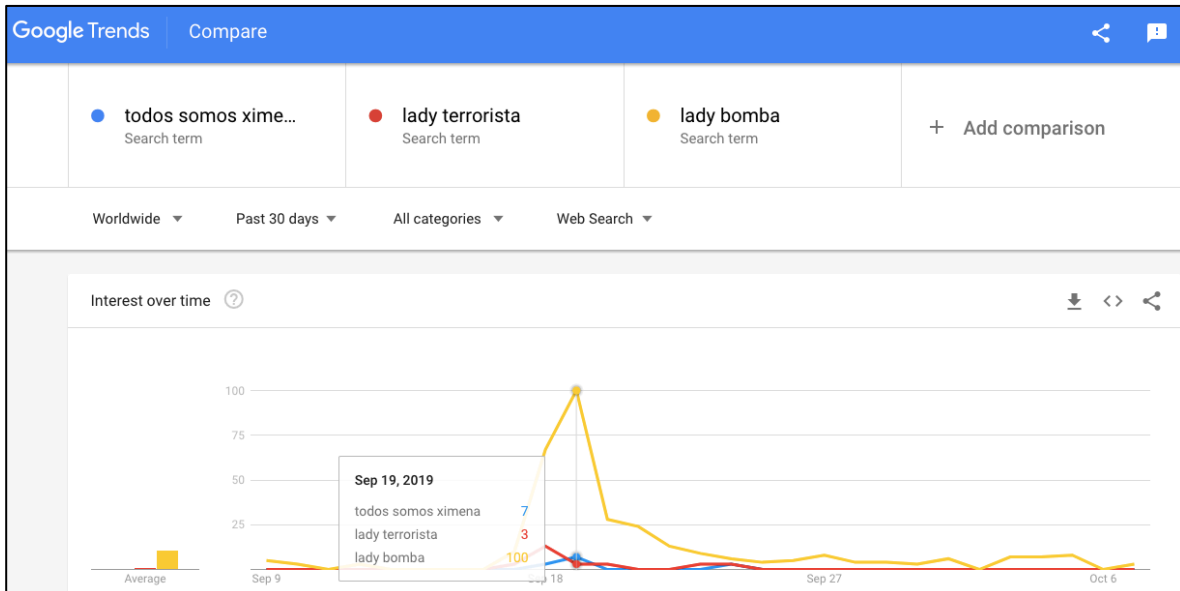


Gráfico 1. Búsquedas de *hashtags* sobre el evento de Ximena García.

El mensaje alcanzó a ser visto en redes como *Twitter*, donde en el curso de horas se gestó gran actividad en torno al mensaje de la publicación, siendo atacada y defendida con diversos argumentos. Algunas etiquetas (*hashtags*²⁶) usadas al inicio de la difusión del asunto fueron #ladybomba y #ladyterrorista; luego surgió una réplica, aparentemente en defensa de Ximena: #todossomosximena, y más tarde, una contrarréplica, #yonosoyximena.

Según *Google Trends*, como se aprecia en el Gráfico 1²⁷, el término más recurrente involucrado en la tendencia fue *lady bomba*, aunque a la luz de datos que serán presentados posteriormente, hubo también importantes números de respuestas, retuits y me gusta, bajo la etiqueta #todossomosximena.

Un vistazo a los elementos de contexto del mensaje puede ser de ayuda para entender las condiciones que permitieron al mensaje precipitarse hacia un asunto que acaparó atención de medios e internautas en México por aquellos días. El mensaje de Ximena nos permite acceder a diversos niveles de realidades entrecruzadas:

²⁶ Una forma de etiquetado digital para contenidos en redes de socialización en línea, empleando el símbolo de numeral (#) con una o varias palabras concatenadas, para señalar un tema sobre el que gira una conversación.

²⁷ De modo análogo a las tablas, los gráficos y las ilustraciones provienen de capturas de pantalla efectuadas por el autor, salvo que se indique lo contrario.

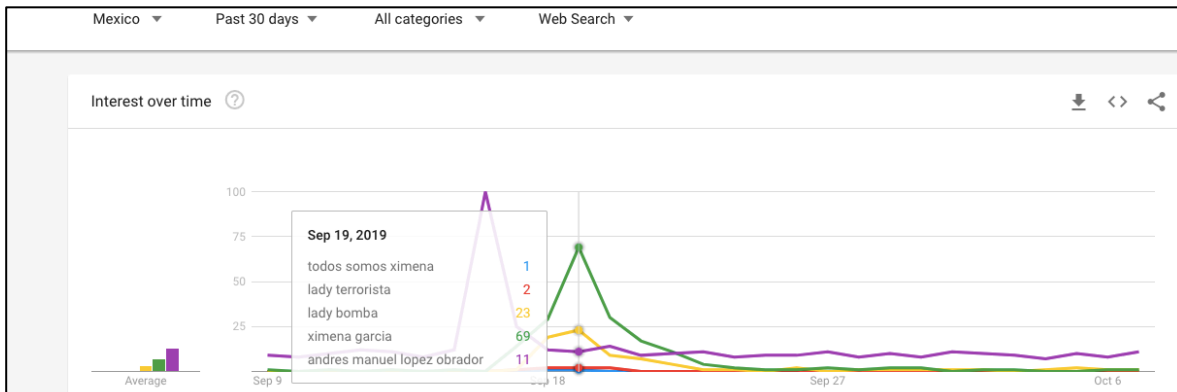


Gráfico 2. Búsquedas de tendencias al momento de la de Ximena García.

El asunto se volvió inesperadamente popular, rebasando la momentánea popularidad de Ximena García a las búsquedas por las etiquetas ya mencionadas, e incluso la de otro importante personaje del momento, el presidente de México, Andrés Manuel López Obrador (AMLO), quien fue por aquellos días fue objeto de mucho interés, probablemente por el destacado papel que jugó en la celebración nacional mexicana donde se enmarca la tendencia de Ximena. Pero ¿cómo una publicación súbitamente atrae atención nacional e internacional?

La primera condición es la temporalidad: el comentario de Ximena se dio en el marco de un evento que tradicionalmente es objeto de mucha atención de internautas y agencias de comunicación; esto implica el tiempo y el evento, sin embargo, examinar más a fondo el mensaje mismo revela que también entran en juego categorías más sutiles. A partir del mensaje sabemos que Ximena sugiere arrojar una bomba al zócalo, potencialmente dañando a quienes ahí celebran. Sin embargo, ¿quiénes son aquellos que celebran en el zócalo? Ximena probablemente se refiere a los simpatizantes del partido en el poder presidencial de aquel momento, MORENA, para quienes la llegada de Andrés Manuel López Obrador a la presidencia presenta una trascendencia particular en el escenario de las fuerzas políticas de la democracia partidista en México.

El triunfo electoral en 2018 de López Obrador luego de su tercera participación en elecciones presidenciales de México se puede ver relacionado intrínsecamente con el partido MORENA, que se ha caracterizado por anunciar que la llegada de López Obrador a la presidencia comenzaría una “Cuarta Transformación”, una especie de punto de inflexión donde históricamente se inaugura una nueva etapa en la vida política de México. Desde luego, hay por lo menos simpatizantes y opositores a aquella narrativa, pero ha sido precisamente la polémica un rasgo que define la historia reciente del presidente mexicano y del partido que lo ha catapultado hasta su cargo actual. Al sugerir Ximena una bomba para los que festejan en el Zócalo de la Ciudad de México probablemente está definiendo en su mensaje una postura de oposición a las narrativas que López Obrador y Morena representan.

La atención que recibió el mensaje de Ximena se ha abordado no sólo desde la tensión política partidista en que México se ve envuelto actualmente, sino además desde la propia condición personal suya. La joven es piloto de aviones para la compañía *Interjet*, ante la cual se presentaron numerosas quejas y bajo diversos argumentos, debido a lo expresado por Ximena. De cualquier manera, el asunto involucró a la compañía de aviación al grado que afectó de modo perceptible la regularidad casi predecible de *Interjet* como búsqueda, al menos en el periodo explorado de septiembre 9 a octubre 6 de 2019.

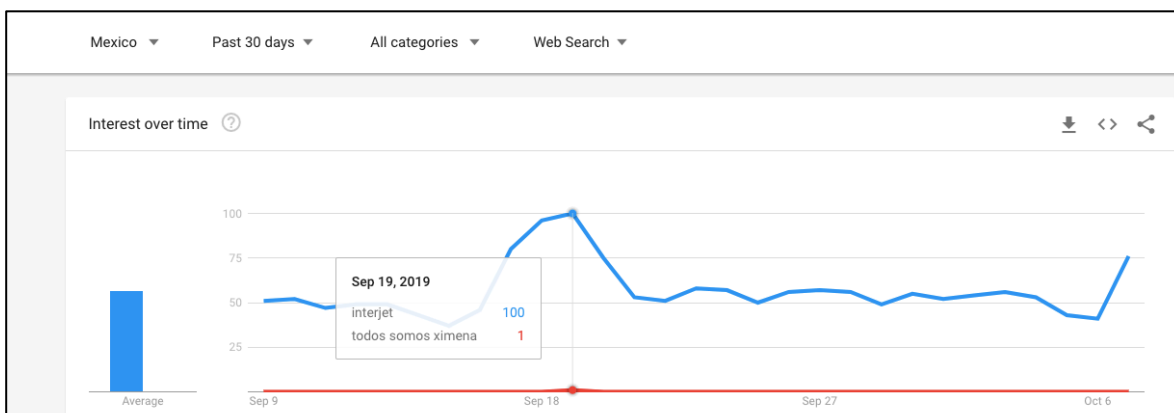


Gráfico 3. Otras búsquedas relacionadas con Ximena García.

Es claro que no es lo mismo abordar el asunto desde de la etiqueta #todossomosximena, donde se advierte una enunciación colectiva, que desde la expuesta en #ladybomba o #ladyterrorista, donde el asunto se tilda unipersonal, centrado en una persona además de que al llamar a Ximena “lady”, se apela a un fenómeno común de linchamiento digital²⁸ en México en años recientes²⁹, principalmente para señalar a individuos que exhiben actitudes de prepotencia o abuso de autoridad frente a otros.

El asunto del mensaje de Ximena es un suceso multidimensional que aquí solamente se ha empleado para ilustrar cómo en los memes de Internet se pueden reconocer algunas tensiones evidentes en condiciones, sucesos, temporalidades, así como las formas en que son representados y apropiados sus referentes, todo imbuido en evidencias que pueden ser observables para su análisis.

La principal enseñanza que brinda el caso de Ximena no es precisamente la temporalidad o el papel personal que uno desempeña en la narrativa de la realidad inmediata (aunque no son factores que deban ignorarse), sino que un mensaje puesto en medio de una cuestión de polarización (como el escenario político Mexicano y una fecha relevante para éste) puede recibir mucha atención, ya que es ahí donde confluyen activamente las tensiones sobre las interpretaciones del mundo que luchan por reproducirse y consolidarse, como tales, estas tensiones son justo un ejemplo de procesos a partir de los cuales se producen disputas de sentidos que generan a la cultura.

Derivado del planteamiento del caso de Ximena, se percibe una serie de condiciones externas que intervienen directamente en la constitución del asunto como meme de Internet, probablemente configurando sus posibilidades de reproducción y difusión:

1. La temporalidad de la publicación que aquí posee una coyuntura por calendario,
2. Situación de tensiones políticas en torno al suceso (polarización en el sexenio de AMLO),
3. La implicación de un actor reconocido a nivel nacional (la empresa aérea Interjet),
4. El potencial de “atraer” o bien “sumarse” otra tendencia recurrente (el fenómeno de #lady/ #lord existente en México).

Por el momento, se puede considerar estas cuatro condiciones socioculturales los ejes sobre los que se puede analizar empíricamente el caso de Ximena.

²⁸ La definición se brinda aquí: https://www.huffpost.com/entry/why-public-lynchings-are-_b_7787548.

²⁹ Puede consultarse el libro Linchamientos Digitales de Ana María Olabuenaga, publicado en 2019. Para una rápida referencia del asunto véase: <https://news.culturacolectiva.com/noticias/lords-y-ladies-en-mexico/>.

* * * * *

Es necesario prestar particular atención a cómo el mensaje de Ximena alcanzó a ser tan visto y polemizado. Nicholas Mirzoeff afirma que “la vida moderna se desarrolla en la pantalla. [...] En esta espiral de imaginaria, ver es más importante que creer. No es mera parte de la vida cotidiana, sino la vida misma” (Mirzoeff, 2003, p. 17).

Una de las ideas de Mirzoeff (2009; 2016) sobre la cultura visual es que ésta no se limita a las imágenes visuales, sino que hay mecanismos que permiten cada vez más la visualización de aspectos y cosas que no solían formar parte de la experiencia cotidiana de ver. Ambrogia Cereda explica que cultura visual “no se refiere a una dependencia moderna de la cultura con las imágenes, sino a una tendencia contemporánea a visualizar la existencia” (Cereda, 2014, p. 67). Mirzoeff se sirve del ejemplo de las radiografías, que permiten ver dentro del cuerpo humano que no es accesible a la visión de forma natural, y también podría tomarse un ejemplo más actual ahora que el avance reciente de la ciencia nos ha permitido fotografiar y ver un agujero negro³⁰; es posible comprender que una publicación en *Facebook* está dirigida a los contactos de un determinado usuario, pero la visualización de cualesquiera objetos en *Facebook* (y seguramente en la mayoría de los medios de comunicación actual) está garantizada y es casi inevitable, por lo que la llegada a *Twitter* del mensaje de Ximena no es realmente una sorpresa para los estándares de circulación de multimedia actual.

Si se ha de entender el meme de Internet como un registro de atención, es decir, como un conjunto de evidencias que manifiestan las formas en que eventos determinados pueden recibir una atención colectiva de forma súbita y elevada (o tal vez durable y continua, a veces) entonces hace falta indagar precisamente el aspecto de tensión desde por lo menos dos instancias relacionadas con el meme de Internet: la primera sería al interior del meme, que para este caso sería visto como una especie de “fotografía” donde se han cristalizado condiciones específicas de un momento particular del devenir histórico de la vida cultural dentro y fuera de Internet, el foco de este análisis debería estar en el contenido del meme. La segunda instancia donde explorar las tensiones entre posturas y sus posibles asimetrías en los memes de Internet es su entorno inmediato, donde los memes se tornan flujos, es decir

³⁰ Una nota de Borja Tosar en El País explica brevemente el proceso seguido para la fotografía, publicada en abril de este año. Aquí el enlace a la nota: https://elpais.com/elpais/2019/04/10/ciencia/1554906802_123817.html.

continuidades de procesos de creación, transmisión, difusión, apropiación, y re-creación, en un interminable ir y venir; desde luego, lo más cercano al momento particular que representa un meme serían las opiniones y acciones de quienes lo han percibido, por ejemplo, en una plataforma de socialización en línea.

Se pretende, precisamente entender las condiciones socioculturales de replicación de memes, como continuidades en los flujos de la cultura, cuyos momentos particulares (las “fotografías” antes descritas) pueden verse en los memes, por lo cual la idea de Julián González (2014) sobre las redes de eventos puede resultar tremendamente útil. Se entiende que este enfoque de la exploración para comprender al meme como espacio de tensión comunicativa entre discursos también se deriva de la incapacidad de abarcar la totalidad del fenómeno comunicativo, sus desplazamientos y modificaciones múltiples.

3.2 MEMES COMO ESPACIO DE PODER

La reflexión de la capacidad de la gente para producir acciones e interacciones dentro de las restricciones y limitaciones de los rasgos contextuales de la cultura lleva a Thompson (1990) a examinar el asunto del poder, que de forma general se asemeja a la agencia de Giddens (1984), ya que lo entiende como la capacidad de actuar en dirección a objetivos e intereses, y decir que un individuo tiene el poder de actuar, implica que éste puede intervenir en la secuencia de sucesos y alterar su curso.

Según Manuel Castells (2013), el poder es una capacidad relacional que permite influir de forma asimétrica en otros para que se favorezcan la voluntad, intereses y valores de quien ejerce ese poder; el autor acota que adjetivar como relacional al poder implica que no se trata de un atributo, sino de una relación; y al decir asimétrica, se refiere a que, pese a ser recíproca esa relación, hay un mayor grado de influencia de un individuo sobre otro; un autor que reconoce el poder como una situación social estratégica compleja es Michel Foucault (2007) que es natural a cualquier relación. Para estos dos autores, el poder carece de una ubicación específica dentro de la estructura social, ya que en cualquier punto donde haya relaciones asimétricas es posible notar el ejercicio de esa influencia que favorece a unos por encima de otros; igualmente, ambos coinciden en el aspecto de la resistencia al poder como una característica también inherente a esas relaciones donde surge el poder.

De acuerdo con Gillian Rose, en la argumentación de Foucault sobre el poder es central la noción de discurso, ya que se refiere a

grupos de enunciados que estructuran la manera en que se piensa una cosa, y la forma en que actuamos con base en ese pensamiento. En otras palabras, el discurso es un conocimiento particular acerca del mundo que moldea cómo se entiende el mundo y cómo se hacen las cosas en él (Rose, 2001, p. 136).

Por su parte, Lynda Nead define el discurso como “una forma particular de lenguaje con sus propias reglas y convenciones y las instituciones dentro de las cuales el discurso es producido y circulado” (Nead, 1988, p. 4), para esta autora el discurso puede tomar formas tales como el arte, es decir, como una forma de pensamiento especializado, los discursos podrían entonces ser aquellas posturas que hemos advertido antes, las cuales al entrar en tensión potencian las conversaciones públicas que pueden catapultar un meme hacia su viralización. La autora advierte que la “diversidad de formas por las cuales se puede articular un discurso significan que la intertextualidad es importante para entender el discurso” (Rose, 2001, p. 136). La intertextualidad, se refiere al modo en que un texto o imagen discursiva dependen no sólo de esa particular imagen o texto, sino de los significados que llevan a cuestas debido a otras imágenes y textos; más aún, es posible pensar también la visualidad como una forma de discurso, pues una visualidad específica permite que ciertas cosas sean visibles en modos particulares, y que otras cosas no se puedan ver, al tiempo que los sujetos sean producidos y actúen en el campo de la visión (Rose, 2001). Algo importante a considerar sobre el acto de ver es lo que sugiere Roland Barthes cuando dice que la fotografía carece de un código, es abierta su interpretación por su “condición puramente «denotativa» [...] por otra parte esa misma fotografía no sólo se percibe sino que se lee” (Barthes, 1986, p. 15).

Para efectuar la lectura de una fotografía, el autor insiste en que se requiere de la “connotación, es decir, la imposición de un segundo sentido al mensaje fotográfico propiamente dicho” (Barthes, 1986, p. 16), el proceso de connotación de la fotografía según Barthes implica actos como la elección, encuadre, tratamiento técnico, pero también procesos de racionalización como los que produce la inclusión de texto para describir cómo leer esa fotografía, de este modo estableciendo las pautas del modo de verla, como los hashtags que presentaban de modos diametralmente distintos el suceso de Ximena García. La dualidad denotativa de la imagen y la connotación impuesta por el texto, por ejemplo, no pueden

pasarse por alto de frente a los memes cuya composición suele establecerse como una imagen macro, estableciendo una unidad dual de imagen y texto.

En el caso de la cultura visual es clave el concepto de *visualidad*, algo que “se logra cuando una imagen replica el contenido de imágenes semejantes, estableciendo un patrón hegemónico sobre la representación de su contenido” (Reynaga, 2018, p. 300); Mirzoeff (2011a; 2011b) proclama que la visualidad no trata de imágenes, sino se trata de un *régimen de visualización* que establecerse aquello que puede y lo que no puede ser visualizado.

El modo en que se conectan los significados en un discurso particular es lo que Foucault reconoce como una *formación discursiva*, misma que incluye una cierta regularidad en su “orden, correlaciones, posiciones y funcionamientos” (Foucault, 1972, p. 38). Además, los discursos son tan importantes para Foucault (1972) porque él afirma que ellos y el poder se constituyen de manera recíproca; de ahí que el autor sugiera que el discurso es poderoso porque produce un régimen de verdad, es decir, los fundamentos particulares sobre los que se apoya la proclama de una verdad. Considerando que la explicación de Foucault (2007) sobre un régimen de verdad parte del análisis de los mecanismos que se emplean para dotar de evidencia una verdad en un discurso, la idea de la visualidad de Mirzoeff, e incluso el régimen de visualización, pueden y deben ser vistos como discursos que se apoyan en la imagen para establecer su verdad.

La designación de qué ver o qué decir son los principios desde los que se establece una hegemonía, y desde el plano de una institución o un campo, el poder resulta una capacidad que faculta o habilita a algunos individuos para tomar decisiones, esta capacidad deriva de la posición que ocupan dentro del campo o la institución, y sin tal posición, tal capacidad no sería conferida. Thompson (1990) explica que, al haber distintas posiciones, pueden existir relaciones sociales entre individuos con distintos grados de poder, y si las relaciones de poder establecidas son sistemáticamente asimétricas –cuando individuos o grupos detentan el poder de una manera durable que excluye y lo vuelve inaccesible para otros, sin considerar las bases sobre las que se lleva a cabo tal exclusión –, la situación es de dominación.

De vuelta en la noción de cultura como proceso social total, se advierte que un sistema cultural determina rasgos *dominantes*, en términos gramscianos de dominio, es decir, “formas directamente políticas y en momentos de crisis por medio de una coerción directa o efectiva”

(Williams, 2000, p. 129); y de hegemonía, un complejo entrelazamiento de fuerzas políticas, sociales y culturales dominantes. Los sistemas culturales también pueden poseer rasgos *residuales*, aquellos formados en el pasado, pero que aún siguen vigentes, normalmente incorporados o asimilados en los dominantes, y rasgos *emergentes* –que surgen de instancias distintas a las dominantes, no como simples renovaciones de los rasgos, sino que además son oposiciones y alternativas–, aquellas “nuevos significados y valores, nuevas prácticas, nuevas relaciones y tipos de relaciones que se crean continuamente” (Williams, 2000, p. 145).

No debe ser una sorpresa los rasgos dominantes, residuales y emergentes que expresa Raymond Williams (2000) resulten una posibilidad para examinar los memes de Internet. Ya sugerí una primera reflexión acerca de cómo las controversias son tensiones discursivas que se manifiestan de forma evidente al tiempo que potencian la discusión pública y probablemente resultan terreno fértil para una súbita atención sobre algún aspecto destacado.

Para Raymond Williams (2000), las categorías residual y emergente sólo pueden reconocerse como tales, en relación con un sentido cabal de lo dominante. Con esto, puede pensarse en las categorías que emplean Thompson (asimetrías), Geertz y Giménez (interpretaciones preexistentes e innovadoras), y por otro lado las que usan Castells (2013) y Foucault (2007) al referirse al poder (dominación y resistencia) como condiciones culturales que permiten ver a la cultura como un espacio de lucha entre facciones diversas.

En la estructura social que aglutina los campos de interacción, explica Thompson, se instauran modos predefinidos (pero también, definibles) de producir, usar y reproducir (y también visualizar) la cultura. Para los memes de Internet, no se puede pensar en un solo esquema dominante en juego, sino en una multitud de éstos, activa y presente en cada concreción (es decir, en cada meme); por ejemplo, para la literatura, la cuestión estriba no sólo está en pensar cómo se comunica la literatura³¹, sino también en cómo, quién y desde qué instancias se produce, quién la distribuye, quién avala cada uno de esos procesos, qué determina la idea del valor de una pieza literaria frente a otra, e incluso, cómo se recomienda o se espera que alguien reaccione a un contenido literario, sólo por mencionar unos ejemplos.

³¹ Teun A. Van Dijk (1987) ahonda en la idea tradicional de comunicación literaria, misma que se expone, por ejemplo, en el trabajo de Ana Esther Eguinoa (2000).

Es necesario entender que, en el entorno de los memes de Internet, explorar los aspectos de dominación y resistencia no se limita al entorno de Memes Literarios, ni a los memes de literatura en general, o siquiera a los memes como elementos relacionados con el humor, sino que se acerca más a una exploración de memes en el sentido de unidades culturales replicables, cualesquiera que éstas sean.

Un cuestionamiento particular que este trabajo permite es indagar cómo es la negociación de sentido posibilitada mediante un espacio social recientemente habitado por una parte importante de la cultura humana, el cual se sustenta en las condiciones que Scolari explica³², y que puede invitar a pensar la comunicación como un conjunto potencialmente infinito de sinapsis entre nodos reticulares finitos, es decir, como un rizoma³³. A continuación, emplearé otro caso de ejemplo para ilustrar aspectos de lo expuesto hasta aquí en la presente sección.

* * * * *

POSTAL 2

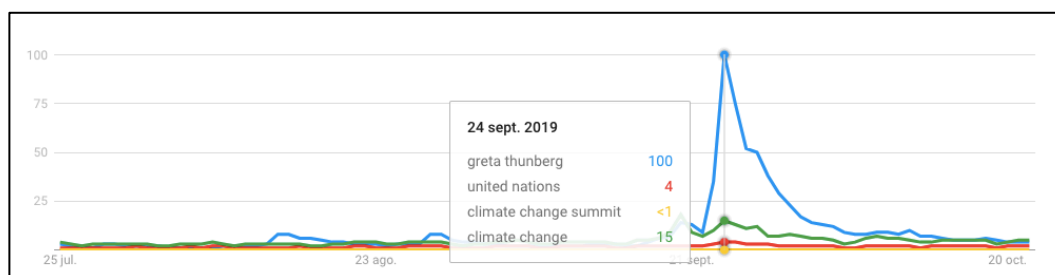


Gráfico 4. Búsquedas relacionadas con Greta Thunberg.

En septiembre de 2019, la cumbre de las naciones unidas estaba dedicada a abordar temas sobre cambio climático y las acciones posibles para remediarlo, sin embargo, una de las ponencias se volvió estelar en la discusión pública: la de Greta Thunberg, una joven sueca de 16 años con una carrera de activista climática a sus espaldas, cuyo discurso en la ONU, dirigido a algunos de los líderes del mundo, fueron duras y acusatorias incluso³⁴. Una gran agitación en los medios y en las redes de socialización digital acompañó el suceso, favoreciendo su proyección hacia una diversidad de contextos y generando una tendencia que al verse en registros como los de *Google Trends* puede entenderse como un pico de atención o un instante de gran difusión. Los videos que mostraban aquel discurso se popularizaron y cuentan con innumerables vistas³⁵.

³² Scolari (2008) reconoce como rasgos de los nuevos medios de comunicación las condiciones siguientes: digitalización, reticularidad, hipertextualidad, multimedialidad e interactividad.

³³ La noción del rizoma plantea una estructura sin comienzo ni fin claramente definibles, sin ejes y donde cada punto puede y está conectado con otros (Deleuze y Guattari, 1994). Reguillo añade que no hay un punto único que irradie sentido, “porque el sentido se construye a través de los distintos nodos en conexión” (2012, p. 139).

³⁴ Hay una reproducción del discurso en: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-49804774>.

³⁵ Basta realizar una búsqueda en *Youtube* como “Greta Thunberg un speech” para visualizar resultados que superan el millón de reproducciones.

Como personaje reconocible de la Cumbre del Cambio Climático 2019, Greta Thunberg se volvió el centro de miradas, comentarios y objeto de múltiples críticas también³⁶. Algo interesante de este caso es la postura que presentó el discurso de Greta, en rechazo a las acciones y los acuerdos que aún reconociendo el problema que representa el cambio climático global, se subordinan a intereses económicos y políticos diversos; el discurso enfatizaba la necesidad de acción inmediata y no condicionada para enfrentar el problema por el riesgo de que se desencadene una fase irreversible en las condiciones climáticas del planeta, que podría poner en peligro la integridad ecológica presente y futura. Sin embargo, muchas críticas en el asunto de Greta no se enfocaron en su discurso, sino en la manera de enunciarlo, en la forma en que su contexto personal se involucraba en el discurso, como que existan de intereses involucrados en el hecho de que ella fuera quien enunciara ese mensaje, etcétera.

A raíz del discurso enunciado por Greta hubo numerosos debates con posturas básicamente a favor y en contra de la joven, demostrando de alguna manera un desplazamiento en el foco del asunto. Si inicialmente el debate era sobre el cambio climático y la falta de rigor para enfrentarlo, la discusión se emplazó en torno a la mensajera y la credibilidad (o la falta de ella) en quienes la escucharon. Este ejemplo permite apreciar cómo Greta y su discurso se enmarcan en un punto de tensión, a la vez legal, político, económico, y posiblemente de supervivencia de la especie humana incluso, pero las formas de abordar los hechos no son tan sólo las que se obvian desde las posturas de emisión de los mensajes, sino que pueden tomar rumbos muy diversos.

Es claro que la visualización de Greta como personaje y su discurso le permitieron volverse un meme de Internet, e incluso fuera de éste al proyectarse y reproducirse en medios tradicionales como la radio, prensa y televisión. La Cumbre de las Naciones Unidas sirve también como una plataforma desde donde se enuncian discursos que aspiran a ser dominantes, implicando que lo emergente de ciertas acciones que abordan los problemas del clima en el mundo han alcanzado un punto en que ahora se aproximan a la esfera de enunciación de valores dominantes, y aunque el riesgo de la catástrofe climática cuenta cada vez más con un régimen de visualización patente, las denuncias hacia Greta la relacionan de maneras subrepticias con elementos reconociblemente dominantes, como lo son aquellas ideas de eterno crecimiento económico y el interés de mantener tal crecimiento aún ante la noción de la debacle climática y la cada vez más patente finitud de los recursos naturales.

El meme del discurso de Greta condensa todas esas narrativas, y el personaje de Greta también las presenta y representa en ciertos grados, y es que en esos aspectos en los que han reparado las apropiaciones de muchos internautas: el mensajero también es parte del mensaje; Greta puede ser o no, cercana a las cuestiones de que algunos la acusan, pero con la visualidad que se le ha construido desde los foros donde se ha presentado y sus difusiones en *YouTube*, por ejemplo, no puede escapar del hecho de verse envuelta en tales discusiones.

Derivado del planteamiento del caso de Greta, se percibe también una serie³⁷ de condiciones externas que intervienen directamente en la constitución del asunto como meme de Internet, probablemente configurando sus posibilidades de reproducción y difusión:

5. Temporalidad (un evento programado, como la cumbre de la ONU),

³⁶ Se puede ver un breve recuento de algunas críticas registradas en <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-49833004>.

³⁷ Continúa la numeración iniciada en el listado de condiciones socioculturales del caso de Ximena García.

6. Personaje y/o tema recurrente (la campaña contra la contaminación y el uso irracional de recursos de la cual Greta Thunberg en sí misma es una especie de metáfora actualmente),
7. Las tensiones entre lo emergente y lo dominante en un discurso (como el calentamiento global *versus* los intereses económicos y políticos de élites internacionales),
8. Atmósfera de polarización actual en discusiones políticas (pues a nivel global se percibe tal clase de escenario)

Algo que se hace patente tras el comentario de este segundo caso, es que a diferencia de ciertas narrativas o tendencias que se sostienen constantemente cuentan con cierta atención colectiva, es decir que son conocidas por muchas personas desde antes de que se vean involucradas en situaciones “virales”, sin embargo, la visibilidad de los otros actores (los protagonistas de los eventos), como Ximena y Greta, puede no ser evidente; los protagonistas de las tendencias pueden no ser visibles o conocidos con anterioridad a la acción que genera el pico de atención, pero sus trayectorias, su historia y sus posibles asociaciones cobran sentido y relevancia como antecedentes de la tendencia cuando ésta surge. De ahí que el mensajero se convierte en el mensaje, y en el meme.

* * * * *

Según Williams (2000), ningún sistema social dominante verdaderamente incluye o agota toda la práctica, energía e intención humana. Sea que el autor se refiera a espacios, acciones, interacciones o prácticas, se puede ligar este *intersticio*, esto es, lo exterior a los rasgos dominantes con los sitios donde surge lo emergente. Para Thompson (1990), este intersticio o lugar exterior a las instituciones, no está exento de las configuraciones culturales de los campos de interacción, y quizá permitan ahí un mayor poder al individuo que no se localiza en puestos particularmente poderosos.

También Mirzoeff (2011b) esgrime el concepto de contravisualidad para referir a la búsqueda de autonomía frente a un régimen de visualización. Reynaga explica que, “si el contenido de la imagen trastoca posturas establecidas o hegemónicas, podrá decirse que se trata de una contravisualidad” (Reynaga, 2018, p. 301).

La visualidad, explica Fabiola Alcalá, permite “reconocer un proceso más complejo que el de la visión, en el que intervienen una estructura y un discurso social relacionado íntimamente con la autoridad” (Alcalá, 2017, p. 63), por lo que la contravisualidad proporciona una vía para acceder a “nuevas formas de reorganizar y entender las imágenes que rompan con las visualidades oficiales y autoritarias” (Alcalá, 2017, 61).

Se puede apreciar cultura como un proceso social total que se puede descomponer en parcelas específicas que se pueden entender usando el concepto del campo de interacción, con sus condiciones preexistentes (pero siempre redefinibles, según Giddens). En la cultura, existen

entonces espacios o situaciones donde las interacciones tienen un alto grado de control o de reglamentación, sin embargo, hay también espacios donde el control se ve más relajado o su grado de influencia es menor, a estos espacios los he llamado intersticios, pero también, desde la perspectiva sociocultural, se pueden ver como periferias o exteriores.

Un teórico de la cultura quien percibe esas periferias como tales es Itamar Even-Zohar, quien mediante su *teoría de los polisistemas* afirma que es de mucha utilidad sobreponerse a la visión de campos como espacios y situaciones inconexas, él reconoce cada una de estas instancias como un sistema que interactúa con otros, generando un gran multi o polisistema (Even-Zohar, 2005). Desde esta visión, así como las instituciones o campos descritos por Thompson y Bourdieu, existen sistemas que ejercen centralidad, o mayor relevancia para el polisistema; sin embargo, el autor aclara que los elementos típicos de aquel sistema carecen de valor intrínseco más allá del que perciben quienes los ponen en práctica, es decir, que la valía del sistema entero se determina por la creencia de que es importante.

Según Even-Zohar (2005), y en cierta concordancia con Williams, los sistemas centrales *canonizan* –promueven repertorios concurrentes como los estándares normativos para un cierto polisistema– algunos repertorios, es decir, elementos operantes u observables, a conveniencia de sus principios; los elementos no-canónicos suelen ser los repertorios de los sistemas periféricos. El autor sugiere que los repertorios canónicos que carecen de estimulación u oposición no-canónica fuerte, llegan a *petrificarse* y resultan en limitación o generación de estereotipos de varios repertorios, por lo que puede pensarse que una cultura con vitalidad debería presentar condiciones constantes de tensión entre los valores de sus sistemas centrales y los de sus sistemas periféricos. Se puede ver que la idea de vitalidad de un sistema cultural de Even-Zohar (2005) se acerca a esa condición que antes reconocí como valiosa para catapultar la atención en los memes de Internet, las tensiones como choques entre valores de sistemas centrales y periféricos.

En última instancia, ¿por qué se debería poner tanta atención al poder en los memes? Por un lado, la simple revisión de los casos empíricos que se abordan en esta investigación muestra ya ejemplos de cómo los sucesos ocurridos y visualizados son politizados³⁸, por otro porque se conectan de forma profunda con el debate que implica pensar en los medios y las

³⁸ Es decir, “convirtiéndolos en espacios de lucha contra el poder” (Martín-Barbero, 1987, p. 67).

mediaciones comunicativas, algo que asume Jesús Martín-Barbero (1987) al glosar las formas en que Foucault plantea la cuestión del poder:

Nunca se había revelado tan problemática la concepción de la cultura como superestructura que a la luz de esta concepción del poder como producción de verdad, de inteligibilidad, de legitimidad. Lo que nos remite al corazón de nuestro debate: a la negación de sentido y legitimidad de todas las prácticas y modos de producción cultural que no vienen del centro (Martín-Barbero, 1987, p. 67).

Si lo que se plantea en este trabajo es desde una perspectiva sociocultural, que reconoce el hacer y ser colectivo como componente ineludible e inherente de la práctica humana, el poder resulta tan hondamente importante porque su reflexión permite reconocer las maneras en que los discursos enuncian y construyen formas de presentar diversos argumentos mediante los que distintas instancias justifican su capacidad de producir verdad, sentido y, a fin de cuentas, productos culturales. Este análisis de condiciones socioculturales en memes de Internet no puede, ni debe, evadir tales consideraciones.

3.3 MEMES COMO INTERSTICIO: PERIFERIA Y HUMOR

Ya he mencionado que el humor no es necesario para que haya un pico de atención en los memes de Internet, con los ejemplos antes expuestos debería quedar claro que el humor es a veces un ingrediente opcional de las composiciones que se reproducen y difunden de forma súbita. Sin embargo, hay veces en que es precisamente a partir de su humor que los memes llegan a adquirir sentido como piezas únicas en el ecosistema de la WWW, y aún más, creo que incluso en las ocasiones en que no es fundamental para su popularidad, el humor puede jugar otro importante papel cultural.

En las anteriores aproximaciones a la cultura, hay ciertas generalidades que ayudan a comprender desde distintas dimensiones los circuitos socioculturales por donde se producen y circulan los memes, tales como que:

Pensar en la cultura implica pensar en conjuntos de procesos sociales que permiten producir sentido y aprehender la realidad compuestos de una gran variedad de elementos y con alto grado de heterogeneidad en sus modos y sistemas de organización, por lo que los memes de Internet pueden ser fácilmente entendidos como instancias de la cultura que participan del interjuego de la producción social de sentido. Las reflexiones sobre la cultura buscan forjar

o emplear denominaciones de una totalidad de procesos, lo que obliga a considerar entornos o prácticas no sólo heterogéneas sino incluso, opuestas y divergentes.

Las diversas concepciones de cultura reconocen, de una forma u otra, en la heterogeneidad la existencia de condiciones de contraste y/o asimetrías de influencia de unas instancias a otras; por lo que no es descabellado pensar que la influencia de campos consolidados o centrales, pongamos por caso el de la literatura, se confronta a la influencia de las prácticas de apropiación de referentes en Internet en el espacio cultural de los memes y se establece como estructura social también.

Hay ciertas áreas de la cultura donde la influencia de sus instancias centrales es fuerte o duradera, y otras donde, por estar alejadas de las primeras o no demarcadas por éstas, la influencia es menor y hay mayor facilidad para la realización de acciones e interacciones que tienen poca consideración por la influencia de las áreas más estables o con mayor capacidad de influir en la totalidad. Por lo tanto, si se reconoce la centralidad e influencia de la literatura o de cualquier otro discurso de verdad históricamente situado, como sistema cultural, podríamos pensar que los foros o cualesquiera otros escenarios de interacción social se constituyen como espacios de influencia limitada, gracias a la apropiación que los sujetos hacen de referentes diversos vistos en sus memes. A estas áreas, puntos ciegos o forjados por el cese de las influencias (dominación, centralidad, hegemonía), he llamado *intersticios* (aunque diversos autores reconocen por otros nombres).

En los intersticios la capacidad de hacer de los individuos puede darse sin prestar demasiada atención a las restricciones y limitaciones, y en vez de eso enfocarse en desarrollar la facultad de producción de elementos que renuevan las condiciones de los esquemas culturales –lo *emergente*, para Williams (2000)–. Desde luego, no puede esperarse una falta de relación total con las instancias centrales influyentes, después de todo los intersticios no son espacios aislados, sino donde la influencia no se concreta y se puede obrar sin temor a sanciones o descalificaciones de tales instancias influyentes; donde abiertamente se crean formas de resistencia y disidencia frente a lo dominante. Por lo tanto, es posible pensar que en los intersticios es cuando se ejerce de forma más plena la agencia, y es que, para William F. Sewell Jr. (1992) la agencia resulta esa capacidad que tiene un actor social para reinterpretar y movilizar un repertorio de recursos en términos de esquemas culturales distintos a los que construyeron originalmente el repertorio. Es interesante cuestionar si una firme expresión de

la agencia de las personas es la que da lugar al intersticio en vez de ser el intersticio el que dé espacio a la agencia, o si hay otras lógicas que generan tales espacios donde la agencia se expresa de forma patente.

En esta misma línea, Michel de Certeau (2000) considera que el acto de consumir, es decir, hacerse con y usar un objeto o un elemento cultural, es un proceso de cuatro fases; en la primera se accede al uso de un sistema, en la segunda se procede a una apropiación del objeto; la tercera fase es el uso de ese en forma presente como un hábito, y la cuarta es el implícito contrato o involucramiento dentro de una red de relaciones y situaciones que van más allá de la simple interacción directa con ese objeto. De las cuatro fases descritas, es la apropiación donde de forma más evidente entra en juego la expresión de la agencia, que De Certeau (2000) teoriza como un proceso donde ideas, valores y conceptos de orígenes diversos se incorporan a las prácticas cotidianas de los individuos, y cuyas formas de uso no se restringen a los protocolos propuestos por quienes crean tales productos, sino que bien pueden rebasarlos, tergiversarlos y dejarlos atrás por completo.

Hay que considerar por un instante las asimetrías posibles en la noción de los polisistemas (Even-Zohar, 2005), como las que pueden surgir, por ejemplo, entre los sistemas del campo de la literatura para Memes Literarios, donde posiblemente el centro sería ocupado por los sistemas editoriales y académicos que dictan cuáles son los cánones de valor para reconocer productos literarios, cómo consumirlos y de qué modos producir sentido de una forma aceptable, sin que eso signifique una permanente coincidencia entre los sistemas editorial y académico; al mismo tiempo es posible pensar en los memes de Internet de contenidos literarios como un sistema periférico a la literatura, donde las formas de uso salen de las prescripciones convencionales, y los criterios para reconocer, consumir y producir sentido podrían ser relativamente diferentes al pasar por el tamiz del humor y las características generales de los contenidos que son comunes a Internet. Otros casos donde podría explorarse las asimetrías serían preguntarse qué clase de repertorios intervienen en memes lejanos al humor, como ante un cambio de régimen partidista como en el escenario de Ximena García; o bien la participación de las altas esferas políticas y económicas a nivel mundial en foros de acción ambiental, cuya cercanía con Greta Thunberg sienta las bases para que el discurso de ésta, incluso siendo un llamado a la acción, sea cuestionado.

Sospecho que la vitalidad de los sistemas culturales, posiblemente equiparable al desarrollo o la evolución, como los llamaba Dawkins (1976), de los memes en, por ejemplo, la literatura se sustenta, para en la tensión entre lo instituido desde los criterios académicos y editoriales respecto a la literatura *versus* las formas en que los memes son manifestaciones de formas alternativas en que los individuos se hacen con los contenidos literarios, los emplean y les otorgan nuevos significados. La posibilidad de que la vitalidad cultural de los memes estribe, por ejemplo, en la tensión a que someten a la literatura y la cultura popular que se fusionan en su espacio de interacción, puede invitar a creer que la ubicación periférica del sistema de los memes, es decir, su situación intersticial, los coloca en una posición óptima para la observación de los sentidos que entran en juego al abordar diversos sistemas culturales.

Una cuestión más a considerar es que la importancia comunicacional de los memes podría estar potenciada por la posibilidad de situar la cultura popular, entendida como el hacer y el imaginario cotidiano de las personas comunes, atravesada, en tensión, y a veces dominada por las pautas del mercado frente a cualquier otra clase de prácticas y fungir como un legítimo filtro a partir del cual juzgar la relevancia de un hecho cualquiera.

Aunque parece que la agencia tiene su mayor efecto o potencial en los intersticios, esto puede llevar al equívoco de que en los espacios institucionales o centrales de los sistemas culturales no hay espacio, o al menos no hay espacio propicio para ejercer la agencia. Sin embargo, conviene recordar el pensamiento de Williams (2000), desde cuya perspectiva, ninguna dominación abarca el espectro total de la actividad, creatividad y posibilidades de la cultura humana, e incluso a remite a los “escamoteos” (De Certeau, 2000, p. 30), un tipo de táctica (acciones desde posiciones aparentemente sin poder) que se opone a las estrategias (acciones desde posiciones de poder) consisten en el obrar de modo creativo de las personas, para hacer parte genuina de la experiencia propia las imposiciones de esquemas dominantes externas.

Mirzoeff (2003) expresa en sus ideas de visualización y particularmente la *contravisualización* como oposición a una postura dominante; equipara sus términos con los propuestos por De Certeau, al decir que la visualización es como las estrategias, es decir, los protocolos impuestos por las instancias de autoridad; y la contravisualización es como las tácticas, aquellas formas de escapar de y revertir el control de tales protocolos.

De modo análogo, para Castells (2013) y Foucault (2007), no hay un sitio o sitios desde donde por excelencia se deba o pueda ejercer el poder, sino que es a lo largo de todas las interacciones donde hay condiciones de asimetría en la influencia, incluso momentáneamente, se establecen relaciones de poder, así mismo, las posiciones de poder no son invariables, sino abiertas a cambiar tan pronto se modifiquen las condiciones que generan esa colocación estratégica de unos sujetos con ventaja sobre otros, pues básicamente, para estos dos autores no existe situación de poder sin una situación de resistencia adjunta.

En línea también con lo anterior, Santiago Castro Gómez (2007) hace una propuesta sobre el poder que se basa en su análisis comparativo entre las nociones del poder de Wallerstein y de Foucault; mientras que el primero veía funcionar el poder como una sola red en todos sus niveles, la Analítica de Foucault reconoce que el poder funciona en cadena, pero que hay diferentes cadenas de poder. Este autor señala que en una “teoría heterárquica del poder (como la que nos ofrece Foucault), la vida social es vista como compuesta de diferentes cadenas de poder, que funcionan con lógicas distintas y que se hallan tan sólo parcialmente interconectadas” (Castro Gómez, 2007, p. 166). Para el autor es importante hacer notar que la idea de heterarquía implica que el poder actúa en niveles diversos, que van desde regímenes locales hasta globales, pero que a su vez “las relaciones de poder [...] no se generan *primero* en los regímenes globales sino en los más locales” (Castro Gómez, 2007, p. 168).

Al igual que Williams descarta la posibilidad de una dominación absoluta, Castro Gómez (2007) expresa que en una perspectiva heterárquica del poder, no se puede entender una subordinación absoluta de temporalidades locales a una sola temporalidad mundial.

Las heterarquías son estructuras complejas en las cuales no existe un nivel básico que gobierna sobre los demás, sino que todos los niveles ejercen algún grado de influencia mutua en diferentes aspectos particulares y atendiendo a coyunturas históricas específicas. En una heterarquía, la integración de los elementos disfuncionales al sistema jamás es completa, como en la jerarquía, sino [...] parcial. (Castro Gómez, 2007, p. 170).

La propuesta de la teoría heterárquica del poder invita a pensar en lo que aquí se ha llamado intersticio; de hecho, una característica que él atribuye a las heterarquías es precisamente, “la proliferación de zonas grises o agujeros negros que escapan al control y que no son funcionales al sistema” (Castro Gómez, 2007, p. 171).

Así, tal vez convendría empezar a pensar en los memes de Internet como fenómenos que, por su naturaleza intersticial –según los términos aquí empleados–, son propicios para la

exploración relativamente libre de alternativas a la que se da en otras posiciones dentro de la estructura social donde el control se establece de formas más rígidas o que siguen protocolos menos flexibles. A continuación, voy a ilustrar estas posibilidades mediante un ejemplo.

* * * * *

POSTAL 3

Del periodo de mi instrucción universitaria en estudios de literatura recuerdo la facilidad con que toda noticia relacionada con autores, premios o concursos internacionales y publicaciones laureadas era motivo de gran agitación y discusión generalizada, e incluso, incitando la circulación de memes sobre literatura. Por mucho, el evento más cautivador era el nombramiento de la persona ganadora del premio nobel de literatura, cuya cobertura mediática era también, sin duda, la más amplia y diversa en eventos de este tipo.

De manera particular, recuerdo el debate originado acerca de lo acertada o errada decisión del otorgamiento del premio nobel de literatura del día 13 de octubre de 2016, fecha en que se anunció que Robert Allen Zimmerman, usualmente llamado Bob Dylan, había sido elegido ganador del premio nobel de literatura, “por haber creado nuevas expresiones poéticas dentro de la gran tradición de la canción estadounidense” (NobelPrize.org, 2016). Según pude ver, a consecuencia de lo inesperado del premio Nobel otorgado a Bob Dylan, se desató una gran conversación pública³⁹ en múltiples medios y foros (Sisario, 2016).



Gráfico 5. Búsquedas de Bob Dylan y el premio nobel de literatura.

El evento del galardón del premio nobel de literatura causó gran asombro y captó la atención de medios e internautas, destacando observaciones sobre el ganador y su relación o la falta de ella con lo comúnmente reconocido como literatura. Poco tiempo pasó antes de que el asunto se ironizara, precisamente apoyándose en la noción tradicional de literatura, con el apareamiento de memes que

³⁹ La cuestión del premio nobel de literatura ha sido abordada también de forma política como señala Altares (2016), y recientemente se ha reavivado el interés del público, probablemente, debido al anuncio del día 4 de mayo, que comunicaba que en 2018 no se entregará un galardón de literatura en los Premios Nobel debido a problemas de integridad y ética de los miembros del comité elector (Sahuquillo y Galindo, 2018).

sugerían, por ejemplo, un premio Oscar para el escritor Haruki Murakami (El Comercio, 2016); en este sentido los memes se sirvieron del humor para hacer la pregunta ¿Por qué mezclar categorías artísticas? Cuestionando la naturaleza de la literatura, o tal vez la idea de las categorías mismas.

Lo cierto es que, pese al reconocimiento de la autoridad de la Academia Sueca, el nombramiento no fue aceptado sin más, sino que se tomó el humor, en este caso, para que antes de aceptar un ganador, se estableciera un momento de reflexión.

Algo similar puede verse en casos como el Greta Thunberg; ya que el mensaje de acción contra el cambio climático fue parodiado en memes humorísticos que invitan a reflexionar sobre si Greta misma es ejemplo de aquello que predica. En el ejemplo de Ximena García, en cambio, lo que ha sido cuestionado es la idea de que lo expresado por la piloto fuera una broma, y la conversación pública (como meme) se ha distanciado por instantes de este supuesto, permitiendo considerar las implicaciones de un atentado real, o bien, de lo difícil de tolerar tal expresión de odio hacia otra facción en un momento de peculiar tensión política.

A partir del planteamiento del caso de Bob Dylan, se percibe la siguiente serie de condiciones socioculturales que participan en la constitución del asunto como meme de Internet:

9. El meme puede venir de un nicho (campo de interacción) particular; en el caso de Dylan recurrí a evocar mi formación universitaria en literatura, pero esto puede verse para otros casos, desde nichos o grupos sociales con intereses en común, desde los cuales puede generar, reproducir y hacer circular memes;

10. Existen tensiones específicas dentro del nicho; hay confrontaciones de lo dominante *versus* lo emergente, pero con las particularidades del ámbito de cada nicho. Esto implica que si se cuestiona un canon (como el literario) dentro de un nicho, la resonancia del suceso tiene posibilidades de captar la atención incluso afuera del típico campo de interacción;

11. El humor sirve también como detonador de un pico de atención (dentro y fuera del nicho).

Aunque los memes de Internet (como productos visuales/imágenes o como tendencias), según la percepción popular, se hallan asociados al humor, es posible entender que algunos memes no tienen un referente directo a tipo alguno de humor en ciertos momentos, sin embargo, es posible que en otros momentos surja tal nexo.

* * * * *

Hasta este momento he referido a los intersticios casi exclusivamente como sitios o ubicaciones, y no como situaciones o existencias temporales, para remediar esto es de utilidad mencionar el concepto de *relajo* de Jorge Portilla (1984), quien define el relajo como una ruptura de la seriedad, y aunque la ruptura es el elemento detonante de posibilidades, conviene entender que la seriedad es el plano desde el cual la dominación, la interpretación consolidada o lo canónico buscan reproducirse, pues según Portilla, la ruptura de la seriedad es la posibilidad de impedir la activación de un valor externo que busca realizarse.

Aún cuando la palabra *relajo* bien puede remitir una asociación a lo humorístico y al desmán, la cuestión central de la propuesta de Portilla es el desacato y la generación, siquiera efímera,

de un intersticio que impida la adopción inmediata de tales valores. Si la seriedad es el plano donde se busca perpetuar una condición de asimetría, pero no se respeta y se produce una ruptura (es decir, discontinuidad de la influencia de aquel valor) se podría estar generando una implícita invitación al desacato y a la reacción no pasiva ante aquel; romper el protocolo o la seriedad de una situación no necesariamente implica risas, pero sí que haya un detrimento a la autoridad o al poder que busca ser ejercido (Portilla, 1984).

Ahora bien, aunque la propuesta de Portilla no necesariamente involucra la risa, y que otras posturas, como las de Ábrego (2013) y Reguillo (2017) que apuestan por el ocio como espacio donde también se escapa de experiencias normadas y se enfatiza la agencia, la de Mijail Bajtin, Julio Forcat y César Conroy (2003) explora precisamente la importancia capital de la risa para esta clase de cometidos, desde lo que llama “carnavalesco” al analizar las obras de François Rabelais;

La riquísima cultura popular de la risa en la Edad Media vivió y evolucionó fuera de la esfera oficial de la ideología y la literatura serias. Fue gracias a esta existencia no oficial por lo que la cultura de la risa se distinguió por su radicalismo y su libertad excepcionales, por su despiadada lucidez. Al vedar a la risa el acceso a los medios oficiales de la vida y de las ideas, la Edad Media le confirió, en cambio, privilegios excepcionales de licencia e impunidad fuera de esos límites: en la plaza pública, en las fiestas y en la literatura recreativa. (Bajtin; Forcat y Conroy, 2003, p. 58-59).

Bajtin *et al* (2003) reconocieron la función de la risa como un mecanismo de acceso a otra clase de posibilidades intelectuales para cultura popular, algo que se llega a apreciar en interpretaciones del mundo divergentes de aquellas revestidas de autoridad en la época (Ginzburg, 1999), forjadoras de un movimiento que terminaría por llevar a la disolución de la autoridad de las ideas mismas que sostenían la realidad, inaugurando una nueva época. Según ellos, la risa habitaba un intersticio en la edad media:

La risa separada en la Edad Media del culto y de la concepción del mundo oficiales, formó su propio nido, casi legal, al amparo de las fiestas que, además de su apariencia oficial, religiosa y estatal, poseían un aspecto secundario popular carnalesco y público, cuyos componentes principales eran la risa y lo «inferior» material y corporal [...] la cultura cómica [...] pertenecía en realidad a todo el pueblo (Bajtin *et al*, 2003, p. 67).

Algo muy interesante que el autor declara es cómo las producciones burlescas de la edad media, pese a ser vistas sus componentes como inferiores, se servían de las formas canónicas para alimentarse y constituirse; explica que “La burla medieval contiene los mismos temas que el género serio. No sólo no exceptúa lo considerado superior, sino que se dirige

principalmente contra él” (Bajtin *et al*, 2003, p. 71); lo que la función de la comicidad, enmarcada en el mismo ámbito que las producciones y discursos de autoridad, no sólo era una emulación o celebración aparte, sino una serie de acciones reaccionarias: un relajo en términos de Portilla, una forma cultural emergente para Williams, una tensión periférica contra valores de sistemas centrales, diría Even-Zohar; una contravisualidad, podría apuntar Mirzoeff.

Volviendo a De Certeau (2000), el uso de los bienes y repertorios culturales no implica una adopción pasiva por los sujetos que los emplean, ni necesariamente tienen que coincidir con las expectativas de los promotores y creadores de tales repertorios; esto va en plena concordancia con la ruptura que plantea Portilla (1984). A estas nociones se suma Rossana Reguillo (2012) cuando enarbola el concepto de *estrategias del desencanto* para referir a las prácticas de resistencia (principalmente efectuadas por jóvenes, en quienes ella centra su atención) ante “los embates de un mundo que los excluía crecientemente” (Reguillo, 2017, p. 42). Es decir, la motivación para usar alternativamente repertorios culturales puede surgir por desconfianza o percepción de hostilidad en sus modos sugeridos de uso⁴⁰.

Otra vez, en términos de Castells (2013), el poder es una situación recíproca, por lo que frenar de forma activa la influencia de un individuo o un grupo que comúnmente opera en una condición favorecida, implicaría que el relajo surgido genera, por lo menos de forma temporal, un espacio donde tal influencia no es determinante y pueden darse formas alternativas a la perpetuación de la dominación. Así, la expresión de la agencia, también como apropiación inesperada, es decir, como relajo, como estrategias del desencanto y como creación de intersticios puede llevar, aunque sea transitoriamente, a una desestabilización de las asimetrías de poder. Más aún, si se entiende el poder como heterárquico en vez de jerárquico, podemos notar una serie de insurgencias que operan a distintos niveles, abarcando potencialmente ese proceso social total que expresa Williams.

Para explicar lo anterior desde la ruptura de la seriedad, podría servir explorar el caso que expone Manuel Lavaniegos respecto a cómo el movimiento Dadá “es un estallido antiestético que cuestiona el estatuto de la «Obra de arte» confeccionada a partir de los materiales tradicionales [...] y que conserva un estatuto autónomo y jerárquicamente privilegiado”

⁴⁰ Como la adopción de patrones estéticos que representan inconformidad con las convenciones concertadas socialmente, por ejemplo, las perforaciones o arreglos llamativos y coloridos del cabello (Reguillo, 2012).

(Lavaniegos, 2003, p. 59). A diferencia de las obras tradicionales, Dadá se expresaba mediante el uso de “materiales heteróclitos, triviales, pobres, y de desecho para lograr un intrincamiento completo de registros entre el arte y la vida” (Lavaniegos, 2003, p. 59). El autor explica cómo el rechazo de la lógica operante de los *ismos* y de las academias ejercido (a través del azar, la ironía anarquista, y el absurdo) por el movimiento Dadá supuso una verdadera y profunda hendidura con la concepción misma del arte.

Según lo ejemplificado antes, se puede considerar que el *relajo* permite establecer muchas formas de resistencia ante configuraciones sociales y culturales, pero para el caso de los memes de Internet, el espacio donde se concretan o materializan es Internet, y es ahí donde se necesita observar las reacciones a los valores dominantes de la cultura.

De manera similar, ciertos desplazamientos de sentido en los referentes culturales y sociales convencionales en los memes de Internet podrían ser tan osados como los *readymade* dadaístas, con actos de designación que sacan al objeto trivial de su contexto habitual y lo disponen a un revestimiento polisémico de inéditas codificaciones y extrañamientos. Sin pretensión aquí de dibujar a los memes como ejemplo general de las revoluciones de sentido en el ciberespacio, cabe preguntar ¿cómo la ruptura de la seriedad podría suponer una diferencia (marcada o no) para las prácticas de la apropiación de referentes, como los de discusiones de la literatura o de la política, mediante los memes de Internet?

3.4 MEMES COMO LUGAR DE COMUNICACIÓN

A partir de la revisión sobre la cultura hecha anteriormente, se hace necesario dilucidar el papel que juega la comunicación en relación con la cultura. Este asunto se aborda desde la antes presentada perspectiva sociocultural, particularmente en términos relacionados con las aportaciones de James Carey (1989), quien expandió y contextualizó algunas reflexiones de John Dewey con miras a vivificar los estudios de comunicación; la idea seminal de Dewey abordaba el contraste de dos perspectivas diferenciadas sobre la idea de comunicación: la de transmisión y la del ritual.

The transmission view of communication is the commonest in our culture – perhaps in all industrial cultures – [...] it is formed from a metaphor of geography and transportation. [...] The center of this idea of communication is the transmission of signals or messages over distance for the purpose of control. [...] Our basic orientation

to communication remains grounded, at the deepest roots of our thinking, in the idea of transmission: communication is a process whereby messages are transmitted and distributed in space for the control of distance and people.” (Carey, 1989, p. 15)

James Carey explica que desde el surgimiento de los imperios y hasta antes de la existencia del telégrafo, comunicación y transporte estuvieron amalgamados, e incluso el surgimiento del telégrafo no pudo romper definitivamente la asociación. Frente a la idea de la transmisión, la perspectiva del ritual destaca por su función diametralmente diferenciada,

The ritual view of communication [...] is by far the older of those views [...] A ritual view of communication is directed not toward the extensión of messages in space but toward the maintenance of society in time; not the act of imparting information but the representation of shared beliefs (Carey, 1989, p. 18).

El autor toma estas nociones y las emplea, ejemplificando en actos como leer el periódico, para explicar cómo cada perspectiva se enfoca en aspectos de distinta índole desde sus miradas y preocupaciones. La idea de Carey en ese trabajo particular es presentar un acercamiento cultural a la comunicación, por lo que retoma a Raymond Williams para describir la forma en que ciertos modelos de comunicación forjan instituciones que a su vez impulsan la existencia de los modelos de comunicación que les dieron origen. Carey (1989) recalca que, aunque para algunas personas la idea de comunicación puede estar inherentemente ligada a un conjunto de actividades diarias como conversar, dar instrucciones, entretenerse, sostener debates y discusiones, y conseguir información, si uno trata de examinar la sociedad como una forma de comunicación, se ve que es un proceso donde la realidad es creada, compartida, modificada y preservada.

Pensar en la perspectiva ritual de la comunicación puede resultar una invitación para volver a mencionar la noción de las mediaciones de Jesús Martín-Barbero (1987) que no pasa por alto que todos los medios cuentan en las dinámicas de generación de sentidos, y que las transmisiones mismas son importantes dada su utilidad práctica, sin embargo, esta noción presta particular atención a las formas en que el ser colectivo de las masas influye en los modos en que se produce sentido socialmente, quizás con más peso que los medios por sí mismos. Eduardo Ruiz Marín (2004) señala que todo proceso social, especialmente de comunicación, es mediado por la intervención de los espacios, lugares y ámbitos que dan sentido y significado a toda acción social, sentidos que se perfilan según las dimensiones políticas, culturales y comunicacionales que se involucran en el consumir y en la producción de formatos culturales, uno de los cuales, puede entenderse, es ahora el meme de Internet.

James Carey (1989) sugiere que ha sido la persistencia del apego al modelo de comunicación como una transmisión lo que ha moldeado mucho la cultura y la sociedad del siglo pasado, implicando que los modelos de comunicación hayan sido más una contribución al caos que su análisis; para él es mediante oportunidades forjadas en el modelo ritual como se podría no solo reformar la manera en que se entiende la realidad, sino una vía para transformarla.

La comunicación como una transmisión es fundacional para las sociedades contemporáneas, y, por ejemplo, un alto nivel de atención (o de audiencia y de relevancia) es sin duda un fin perseguido por las industrias mediáticas: que muchos usuarios consuman una serie de determinados productos (algo que sustenta un invariable interés económico), sin embargo, hay casos notables donde elevados niveles de atención no ha podido ser previstos por los tradicionales productores de contenidos, y no es raro escuchar actualmente el adjetivo *viral* o el sustantivo *viralidad* para nombrar tal efecto, ya que refieren casos de acelerada dispersión y popularización de contenidos. Si la finalidad de la comunicación como transmisión es el control, ¿cómo pueden precisamente salirse de control estos fenómenos? Quizá esta sea una de las razones por las que Carey apuesta, como Dewey –o como Ford *et al* (2013) mediante *spreadable media*– por darle un giro a los estudios de comunicación hacia la perspectiva ritual.

De manera similar a Carey, Klaus Bruhn Jensen (2012), reflexionando sobre la noción de comunicación como una transmisión y como un ritual, sugirió que, si la comunicación es una actividad a corto plazo, la cultura es su resultado a largo plazo. Desde esta perspectiva, el mundo social se genera mediante la comunicación, que puede ser más terreno de dudas, debates y tensiones situadas que de certezas; la cultura resulta la existencia continuada de ese mundo social permanentemente creado, determinado y constantemente modificado. En el caso de los memes, a los que Dawkins se ha permitido idear como unidades culturales, y en los que hemos visto la expresión factual de las potencialidades de las redes y medios digitales de comunicación, no podemos sino entrever la existencia de una cultura digital, así como su inevitable incorporación al resto de la cultura, en tanto proceso social total, una secuencia interminable de interacciones y expresiones vivas, mismas a las que para tratar de entender, a veces captamos de forma fija en ciertas particulares concreciones. Un meme, como unidad cultural es una breve concreción, la ínfima fotografía de un inabarcable e interminable proceso de comunicación que es generado por y que genera a la cultura.

La reflexión que Alessandro Baricco (2009) hace sobre los bárbaros y la conformación de los *sistemas de paso* reconoce la importancia de la acción colectiva como mediadora de las formas de generar sentido. La experiencia del mundo es, para los bárbaros, equiparable a la experiencia de navegación por Internet, por lo que en las comunicaciones diarias se podrían gestar aceleradas interacciones y discusiones, e incluso podría tratarse como unidades replicables (memes) casi cualquier cosa con que se tenga contacto.

Pensar en una fotografía o un momento en el curso imparable de los memes remite a las ideas, antes expuestas, de Julián González (2014), para quien un evento es una red de eventos, una noción que, llevada a los memes de Internet, puede sugerir también que un meme es una red de memes⁴¹. Algo interesante a considerar respecto a los eventos (y así, también los memes), es su fugacidad o el hecho de poder gestarse tanto dentro como fuera de las agendas de eventos y celebraciones que se suceden año con año (conciertos, torneos deportivos, premiaciones como el nobel de literatura, y demás).

Según Bill Wasik (2009), creador de los eventos multitudinarios y fugaces conocidos como *flash mobs*⁴², la vasta mayoría de eventos programados en las grandes ciudades son ignorados y, por el contrario, un pequeño grupo de eventos atraen la atención de grandes audiencias y una cobertura mediática que amplía su difusión. Para Wasik, la clave en esos pequeños eventos está en su naturaleza impredecible y posiblemente en la participación misma de las audiencias iniciales como detonadoras de su relevancia, algo que refiere como “*bandwagon effect*”, una especie de motivación para hacer algo, surgida de las señales que alguien muestra para hacer algo: como mirar hacia un punto específico debido a haber visto a alguien mirar antes hacia ese punto.

En cierta resonancia con, por ejemplo, el *bandwagon effect* del que hablaba Wasik; Nuria Fernández García (2017) explora los fenómenos de los varios tipos de filtros que existen en Internet que impiden un flujo indiscriminado de la información, generando filtros *burbuja*, favoreciendo “la exposición a un limitado contenido informativo hace que la gente crea que sus ideas se alinean con la visión dominante” (Fernández García, 2017, 68). Esta autora

⁴¹ Esta descripción del fenómeno puede resultar similar a la forma en que Foucault habla en *La arqueología del saber* de cómo se componen, por ejemplo, los libros (Foucault, 1972).

⁴² Eventos en los que se dan acciones organizadas donde participa una multitud de personas en un lugar público, y que luego se dispersan rápidamente.

también menciona otros mecanismos como las cámaras de resonancia, y los algoritmos o los *bots*, que contribuyen a un tiempo a aislar visiones unívocas donde la información, las ideas o creencias se alimentan en una especie de círculo vicioso que contribuye a que las personas consuman noticias ajustadas a su modo de pensar. Así visto, estos elementos que filtran información en Internet pueden favorecer la generación de efectos de arrastre artificiales, mismos que ya han demostrado tener a veces efectos adversos, como la dispersión de las llamadas *Fake News* y la creciente desconfianza en los medios. Estas situaciones son también condiciones propias de la aceleración de la realidad que advertía Baricco, en el entendido de que Internet es el sistema de paso de los sistemas de paso, aunque el paso como flujo libre de la información, no está garantizado totalmente.

Volviendo a Wasik, algo interesante sobre la noción de *flash mobs* es que éstos son: en primera instancia inesperados, reconocidos por el autor como nanohistorias (Wasik, 2009, p. 5) en la cultura viral; son fugaces y su propósito es existir y propagarse lo más posible; como era posible preverlo, el autor también habla de los eventos *flash mobs* como memes, citando las ideas de Richard Dawkins incluso.

* * * * *

POSTAL 4

En *Memes Literarios*, existen ciertas tendencias propias que establecen narrativas recurrentes y continuas, pese a lo cual el meme más popular (con más comentarios, reacciones y veces compartido) de los últimos 5 años fue el siguiente:

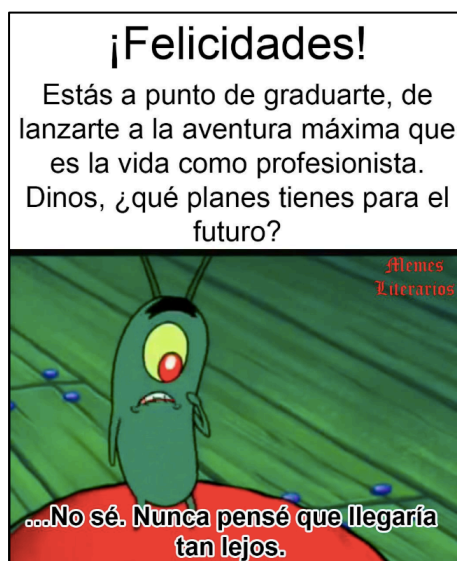


Ilustración 1. Meme más popular en la historia reciente de Memes Literarios "Plankton".
<https://www.facebook.com/252598331536125/posts/858460807616538/>

El meme *Plankton* (que es un personaje de la serie animada, *Bob Esponja*), no parece estar directamente conectado con las tendencias populares de Memes Literarios, salvo quizás con una, aquella que refiere las dificultades que entraña estudiar literatura, humanidades o alguna ciencia social, o bien tener el gusto por la literatura y las bellas artes, algo que no obstante no es directamente expresado en el texto o en la imagen que componen el meme.

Pese a que de alguna manera puede relacionarse con ciertas tendencias en Memes Literarios, el meme *Plankton* es más bien una especie de caso aislado y extraño, ya que se halla muy por encima de lo que otros memes populares están en cuanto a sus mediciones de interacción y difusión.

Si bien, el meme no obra solo, ya que una articulación de la que se valen sus sentidos es la fecha de su publicación, el 25 de mayo de 2016, cuando se celebra el día del estudiante; así su coyuntura es temática, temporal y referente a una celebración y/o evento. Pese a que la temporalidad aquí es similar a la del caso de Ximena, donde hay una fecha que se observa cada año (a un intervalo regular), esa condición sucede cada año y no por eso cada 25 de mayo se da tal cantidad de interacciones a publicaciones en Memes Literarios, por lo que el meme *Plankton* es una nanohistoria por lo inusual, no de la fecha, sino de su aparición y popularidad.

Además del marco temporal, el meme *Plankton* es popular quizás por la identificación o relación que tuvo con el meme cada internauta que reaccionó, comentó o compartió la publicación, además de que si quienes reaccionaron al meme son jóvenes estudiantes (o lo han sido en años recientes), es posiblemente que les resulte familiar también el personaje y los dibujos animados de los que proviene.

Es posible también que la falta de clara referencia a una tendencia, o que la designación genérica hacia estudiantes universitarios haya resultado en favor del meme de *Plankton*, al facilitar que se haga extensivo el sentido de incertidumbre sobre el futuro en la vida de los universitarios, particularmente en las condiciones de desempleo y pobreza que caracterizan a una región como América Latina, donde se percibe el alcance inmediato de una publicación en Memes Literarios.

Derivado del libre análisis de este meme surge un listado más de condiciones socioculturales que intervienen en sus parámetros de difusión y replicación:

12. El lenguaje en que se presenta el meme (condición de códigos de inteligibilidad, como el idioma);
13. La cultura pop (en el sentido de manifestaciones y/o producciones culturales conocidas por grandes audiencias);
14. La edad o la composición de la audiencia de un meme;
15. La posibilidad *especular* del meme (ver o reconocer algunas características o experiencias más en lo que plantea el meme).

Si recordamos el gráfico de tendencias de búsqueda sobre Ximena García, podemos ver que la narrativa de Interjet es constante y recibe atención de un modo que se puede describir como regular, con crestas y valles (Gráfico 3) que se suceden de manera periódica y a escalas semejantes, sin embargo, posiblemente motivado por su relación con el asunto de Ximena García, se percibe el aumento inusual de búsquedas de Interjet en torno a las fechas del evento particular. Si Interjet y otras tendencias como la Cuarta Transformación establecen ciertas regularidades y patrones o ritmos constantes, es posible reconocerlas como narrativas “largas” o “constantes” del imaginario colectivo, pero en cambio el evento particular de Ximena es una nanohistoria, una micronarrativa que durante ciertos momentos puede atraer la atención de grandes audiencias.

Algo similar puede pensarse del otorgamiento del premio nobel de literatura de 2016, concedido a Bob Dylan. Según el gráfico de *Google Trends*, este evento particular se constituyó como un momento donde las búsquedas se intensificaron y luego decayeron: una vez más, se trata de una nanohistoria. Lo constante ahí son los registros de búsquedas de cada año alrededor de las fechas en que se otorga el premio (Gráfico 5).

Las consideraciones anteriores aplican también para las búsquedas sobre Greta Thunberg, cuya historia parece irse gestando a través de nanohistorias como el momento donde se intensifican las búsquedas por su discurso en la ONU.

Finalmente, también pueden verse como nanohistorias las publicaciones individuales de memes en Memes Literarios, mismas que aún si establecen nexos entre sí, se constituyen como expresiones propias de ciertos días, ciertas tendencias y apropiaciones particulares con diversidad de coyunturas en juego.

* * * * *

Las nanohistorias, para Bill Wasik (2009), nacen y mueren, pero no representan una fama vacía, sino significado y son indicadores de una atención recibida. Eso podría verse equiparado con las nociones de Baricco (2008) respecto a los movimientos en superficie que los bárbaros generan para buscar sentido a través de sus experiencias interconectadas. Aunque Wasik habla de muerte de las historias, podría pensarse en qué rescoldos de aquel significado se quedan como algo existente del transcurrir histórico de la cultura; recordando a Jensen, esos significados sobrantes de la relevancia momentánea de una nanohistoria (o de un meme) que es una expresión comunicacional con fecha de caducidad, pasa a formar parte de la cultura, donde su caducidad no se entrevé tan sencilla ni tan evidentemente marcada. De hecho, los autores Knobel y Lankshear (2009a) proponen que esta clase de relevancia momentánea podría servir como una etapa de alfabetización, es decir, de adopción de una nueva clase de repertorio el cual más tarde podría emplearse a través de los códigos compartidos que les ha dejado a los usuarios de la cultura a través de su propagación.

Una visión más que permite afianzar las ideas de Wasik, Baricco, Knobel y Lankshear, es la de Lynne McNeill (2017). Según esta autora, es posible pensar en los memes de Internet como una forma moderna de Folclor precisamente porque los efectos, o los significados que transmiten los memes no mueren, a pesar de que un meme determinado pierda popularidad y se vea sustituido por otro; los memes pueden ser vistos como folclor, en tanto signos que se adaptan a nuevos contextos comunicativos una y otra vez (McNeill, 2017, p. 20), y recordando a Orozco (2011), serían un tipo de folclor que nos permite retroalimentar

activamente a las fuentes de donde provienen los sentidos, con libertad para cuestionarlos, retarlos, modificarlos y re-crearlos.

3.5 CONDICIONES SOCIOCULTURALES EN MEMES COMO PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Anteriormente, en el apartado 1.4 hice planteamientos sobre este trabajo en términos de que los memes de Internet me servirían como lugar donde llevar a cabo una investigación sociocultural, sin embargo, el problema declarado corresponde expresamente a aquellas condiciones del entorno social y cultural que, aquí se apuesta, determinan en cierta medida el grado en que un contenido es replicado y distribuido en Internet.

Hasta ahora, las condiciones socioculturales reconocidas a partir de las experiencias empíricas señalan en las direcciones siguientes:

(XIMENA)

1. Temporalidad en coyuntura por calendario **1**
2. Situación de tensiones políticas en torno al suceso **2**
3. La implicación de un actor reconocido a nivel nacional **3**
4. El potencial de “atraer” o bien “sumarse” otra tendencia recurrente **4**

(GRETA)

5. Temporalidad (cumbre ONU) **1**
6. Personaje/tema recurrente **3**
7. Las tensiones entre lo emergente y lo dominante en un discurso **2**
8. Clima de polarización actual en las discusiones políticas **5**

(DYLAN)

9. El meme puede venir de un nicho o campo de interacción **3**
10. Tensiones dentro del nicho **2**
11. El humor como detonador de un pico de atención **6**

(PLANKTON)

12. El lenguaje en que se presenta el meme (condición de códigos de inteligibilidad) **7**
13. La cultura pop (en el sentido de manifestaciones y/o producciones culturales conocidas por grandes audiencias) **8**
14. La edad o la composición de la audiencia de un meme; **9**
15. La posibilidad especular del meme (ver o reconocer algunas características o experiencias más en lo que plantea el meme) **10**

Al sintetizar las diversas anotaciones sobre cada tipo de condición presente, resultaron las condiciones socioculturales generales reconocidas tras el análisis de los memes de Internet.

- 1** – Temporalidad. Esta condición refiere si un meme sucede o no en el marco de alguna fecha particular programada, como efemérides o sucesos que son planeados con antelación. Se entiende que la coincidencia con fechas o sucesos planeados puede favorecer ciertos temas.
- 2** – Tensiones políticas en un discurso. Esta condición asume que algunos temas y sus discursos suelen verse envueltos en controversias, mientras que otros no; los temas polémicos podrían atraer más atención hacia un meme que los temas no polémicos.
- 3** – Actores involucrados. Implica que ciertas figuras (personas, grupos o instituciones) pueden gozar de cierto grado de atención, incluso desde antes de aparecer en un meme.
- 4** – Anclaje de tendencias. Las conversaciones, narrativas y situaciones que van surgiendo o se mantienen durante algún tiempo suelen llamar la atención de las audiencias. Un meme puede auxiliarse de alguna o varias de estas tendencias para llamar la atención a su vez.
- 5** – Atmósfera de polarización. Además del caso de los discursos en sí mismos, es posible pensar en espacios donde existen tendencias generales de polarización, en la cual se puede generar polémica y opiniones divididas sobre prácticamente cualquier tema.
- 6** – Humor como detonador de atención. Un meme puede auxiliarse de un tratamiento de humor al presentar un tema en su contenido a fin de replicarse en una audiencia.
- 7** – Lenguaje del meme. El lenguaje del meme se refiere a los códigos semióticos empleados en un sentido general: que suelen ser visuales o sonoros en Internet, y que entran en contacto con formas preexistentes como el lenguaje fotográfico, fílmico, publicitario, o los idiomas de la lengua natural, en forma escrita y hablada, con su diversidad de matices, además de las reconfiguraciones y los cruces entre distintos tipos de lenguaje que favorecen los fenómenos multimedia.
- 8** – Cultura pop referida. Este aspecto remite a las producciones de las industrias culturales (cine, música, televisión, publicaciones impresas, radiofonía, etcétera) que son conocidas de forma masiva por distintos públicos, y a las cuales se hace referencia o mención desde los memes, sea como parte del mensaje transmitido, o como componente de su lenguaje.
- 9** – Conformación de la audiencia. Este aspecto reconoce la existencia de nichos particulares de la audiencia donde se comparten sentidos de formas relativamente homogéneas; se entiende que fuera de estos nichos los sentidos (compartidos o no) pueden resultar más heterogéneos.

10 – La posibilidad especular del meme. Esta condición es una especie de consecuencia de la suma de condiciones anteriormente descritas y que, a la vez, involucra la decisión personal de agrado (o falta de agrado) hacia el meme; en esencia es aquella condición de si el meme de Internet consigue o no conectar con el Internauta al grado de ser replicado o transmitido por éste, algo que (aquí se propone), va parcialmente relacionado con si el Internauta puede “verse” o ver reflejado algo de su realidad en el meme.

A partir de este punto donde, aparentemente han sido reconocidas, por lo menos, las condiciones socioculturales más evidentes en los memes de Internet, sigue el análisis de éstas para identificar los modos en que operan para dotar de impulso a la distribución y/o replicación de un meme.

CAPÍTULO 4. METODOLOGÍA MIXTA PARA ANALIZAR REGISTROS DIGITALES DE ATENCIÓN

La metodología empleada en la investigación presente es mixta a fin de explorar aspectos cualitativos y cuantitativos que permitieran dar cuenta de las condiciones de replicación de los memes, que como fenómenos colectivos que suceden en lapsos muy breves al tiempo que condensan discusiones sociales y asociaciones de sentidos, preparando el terreno para nuevas clases de usos y apropiaciones.

Esencialmente, la metodología se basa en *netnografía* según la describe Robert Kozinets (2015), como una traslación de la etnografía y técnicas de investigación sociológica aplicada al ciberespacio. La vertiente cuantitativa se ha auxiliado de forma primordial en la minería de datos mediante una técnica llamada *scraping*, además del procesamiento y visualización de datos en línea; en esta vertiente del trabajo se efectuaron pruebas de tipo estadístico que permitieron identificar patrones de comportamiento de los datos y sus excepciones, además de la selección de la muestra de publicaciones y comentarios en *Facebook*; tuits de dos conversaciones particulares en *Twitter* y comentarios en *YouTube*.

En la parte cualitativa, y derivado de la necesidad de reconocer las implicaciones de lo exhibido en cada publicación de las muestras se realizó un análisis discursivo a las publicaciones (en las tres plataformas, y los comentarios de cada conversación) basado en los trabajos de Fairclough (1992), Gee (1996), Kress (2003) con la metodología descrita por Knobel y Lankshear (2012), además de las pautas de Gillian Rose (2001), Mirzoeff (2003) y Michel Foucault (2002, 2007).

Finalmente, hubo una integración metodológica de hallazgos en torno a los elementos de la muestra, así se enriqueció el análisis del discurso mediante apoyo contextual en las observaciones etnográficas de la primera fase, la incorporación de los patrones cuantitativos identificados de los datos, la consideración de los comentarios que recibieron más atención de los usuarios de Memes Literarios, y los participantes en las conversaciones de Ximena García, Bob Dylan y Greta Thunberg; fue de utilidad también el empleo de gráficos de *Google Trends* para identificación de patrones de eventos y tendencias según la noción de genética de acontecimientos planteada por Julián González (2014), para examinar las formas

en que ciertos eventos de referencia pudieron haber servido de incentivo para los más altos índices de interacción de los internautas.

4.1 MIRADAS DIRIGIDAS: CORPUS Y MUESTRAS

Debido a que inicialmente el proyecto de esta investigación sólo contempló la plataforma Memes Literarios para su indagación, se empleó la herramienta de *scraping*⁴³ llamada Netvizz, misma que permite acceder a datos de publicaciones y datos de respuestas a publicaciones de Facebook. Entre los datos extraídos, las medidas se configuran en distintas escalas: número de reacciones, número de comentarios y número de veces compartido, entre otros. Es de importancia suma comprender que la medida que engloba el total de interacciones (reacciones, comentarios y veces que se comparte) que tiene una publicación en Facebook se conoce como *engagement*.

La extracción de datos de Facebook mediante *Netvizz* se realizó de forma periódica mes con mes desde marzo de 2018 hasta mediados de enero de 2019; la extracción consistió principalmente en una base de datos donde se especifica la información del día, la hora en que se ha realizado la publicación, quién la publicó (sin revelar más allá de si fue la página estudiada o un usuario de ésta), y de qué tipo es: estado, foto, video, enlace. También se proporcionan las medidas de sus reacciones (*like, love, haha, wow, sad, hate, thankful*), así como el número de comentarios y veces que la publicación es compartida, además de proporcionar enlaces directos a las publicaciones.

picture	post_id	post_link	post_message	post_published_s	post_published_s	type	comment	engagement	likes_count	f_rea	rea_ANC	rea_HAHA	rea_LOVE	rea_SAD
https://	2525983	https://ww	Desde nuestri	2019-01-17T	17/01/19 22:22	photo	143	13484	1761	2	7356	398	11	
https://	2525983	https://ww	CrV@ditto: Edi	2019-01-17T	17/01/19 19:39	photo	562	22749	3011	24	10164	167	1019	
https://	2525983	https://ww	Memes litera	2019-01-17T	17/01/19 18:22	photo	39	534	129	0	206	71	0	
https://	2525983	https://ww	@Mifune~	2019-01-17T	17/01/19 17:51	photo	48	1331	243	1	510	3	382	

Ilustración 2. Ejemplo de la base de datos generada a partir de las descargas efectuadas mediante Netvizz. Aquí se muestra parte de la última descarga, efectuada el 20 de enero de 2019.

Una vez que se realiza la descarga, la base de datos queda constituida y puede ser manipulada mediante hojas de cálculo y programas para graficar o visualizar la información en las hojas

⁴³ Esencialmente, el *web scraping* consiste en extracción de datos: muchos sitios web tienen colecciones de páginas que se generan de forma dinámica a partir de bases de datos. Los datos de una misma categoría suelen aparecer en páginas similares mediante un script o una plantilla; en la minería de datos, el *scraper* es un programa que detecta estas plantillas en un contexto específico y extrae su contenido (Martí, 2016).

de cálculo. Para este punto es donde he empleado *Tableau Public*, un programa con tales características, precisamente para controlar las visualizaciones de los datos de Memes Literarios y destacar las medidas que, por ejemplo, sirvieron para determinar la muestra.

El evento de referencia que empleé como punto de partida para la decisión de las descargas fue el otorgamiento del premio nobel de literatura en 2016 a Bob Dylan, por lo que con ese evento en mente, extraje datos de las publicaciones de Memes Literarios pertenecientes a ese año y logré identificar que el 13 de octubre de 2016, se registró una cantidad de 20 publicaciones, que contrastaban con las de todas las demás fechas de ese año, cuando las cantidades de publicaciones no rebasaban los 13 ítems, por lo cual había encontrado un registro de actividad máxima anual, en términos de publicaciones realizadas.

Fundamentado en el hallazgo, hice exploraciones con los mismos criterios, para los años inmediatos anterior (2015) y posterior (2017): en 2015 el premio nobel de literatura fue anunciado el día 9 de octubre, pero las publicaciones en Memes Literarios no habían sido muchas ni se trataba del día con más publicaciones en ese año; la situación fue similar en 2017, cuando el referido premio fue anunciado el 11 de octubre, pero las 7 publicaciones tampoco evidenciaban un registro de más publicaciones anual. Lo que se puso en claro en todo caso, fue lo peculiar que había sido el 13 de octubre de 2016 en la actividad de Memes Literarios. Del mismo modo, como otros fueron los días en esos años con máximos de actividad anuales, me surgió el interés de explorar las fechas en que las estadísticas de actividad fueran similares al del día del premio Nobel de Bob Dylan.

Las descargas de información de Memes Literarios a través de *Netvizz* me ofrecían una amplia gama de aspectos para observar, sin embargo, para seleccionar la muestra me basé en la idea de Richard Dawkins acerca de que existen memes que son exitosos y otros que no lo son en un determinado contexto.

En mi caso, el contexto quedaba claro por tratarse de Memes Literarios, pero tuve que considerar que así el 13 de octubre de 2016 había sido un momento particular en las dinámicas de publicación en Memes Literarios, debía mirar hacia cómo eran apropiadas las publicaciones por el público de la página, a fin de cuentas, si deseaba encontrar cuáles eran las publicaciones que habían recibido más atención, debía considerar las que tuvieran un mayor número de interacciones en sus registros, dicho de otro modo, una publicación (o un

meme) con éxito sería aquella que más hubiera sido compartida, a la vez que más reacciones y comentarios tuviera. La medida de la base de datos de *Netvizz* que representaba la suma de todas aquellas dimensiones, era llamada *engagement*, y podría entenderse en español como “participación” o “involucramiento”, no obstante, para efectos de este trabajo deberá ser entendido el concepto de *engagement* como la suma total de las interacciones registradas para una publicación específica en Facebook.

Aunque antes establecí la fecha del 13 de octubre de 2016 como origen de indagación de otros máximos de actividad (según el número de publicaciones por día), bajo el nuevo criterio del *engagement* de cada publicación, exploré lo publicado por Memes Literarios en el año 2016, el propósito era identificar las publicaciones con *engagement* más alto e identificar las fechas que podrían relacionarse con eventos similares a la premiación del nobel de literatura, es decir, de interés para el campo de la literatura. Así, procedí a examinar todo el año 2016 y, posteriormente, hasta diciembre de 2018 (considerando que en 2018 hubo anuncio de cancelación del premio Nobel de ese año) buscando las publicaciones con más alto *engagement*, para relacionarlas con los temas que exploren, a fin de ir constituyendo el corpus de mi indagación. Fue así como reconsideré buscar las últimas tendencias del año 2018 y darles continuidad en las primeras semanas de 2019 para abarcar su posible desarrollo, para esto me serví de las noticias de interés público y las tendencias generales de los memes de finales de 2018 y los primeros días de 2019.

Según mi percepción, las dos líneas que yo reconocí como directrices de los memes el periodo (a finales de 2018) fueron: por un lado las referencias a la película mexicana “Roma” dirigida por Alfonso Cuarón y, por otro lado, estuvieron las referencias a la situación del desabastecimiento o escasez de gasolina, popularmente llamado “desabasto”, ocurrida en ese periodo y con importantes repercusiones en la región central de México, además de la relación de este segundo tema con el robo de combustible, llamado “huachicol” en el país.

Para verificar estas intuiciones, empleando *Google Trends*, realicé una comparación de cinco términos de búsqueda relacionadas con las dos líneas: 1) desabasto, 2) huachicol, 3) Galilea Montijo, 4) Roma, y 5) Yalitza Aparicio. En el caso los términos tercero y quinto, los usé considerando que en algunas noticias y memes estaban los nombres de estas mujeres o referencias a ellas como formas indirectas de referirse a Roma, en el caso de Montijo, la

selección se debe a la popularidad de un meme de tipo video, donde hace alusiones a la película, y con Aparicio, su relación con el filme se debe a su papel estelar en el mismo.

Como resultado de la exploración de esas tendencias, las respectivas búsquedas coincidieron con sus puntos máximos entre el 6 y el 12 de enero de 2019, como puede apreciarse en el gráfico de abajo. En vista de las fechas de las tendencias, designé el cierre del periodo muestreado hasta los momentos de disminución en las tendencias, a fin ver posibles efectos de éstas en los memes de Memes Literarios, por lo que consideré hacer la última descarga de datos hasta el 18 de enero de 2019.

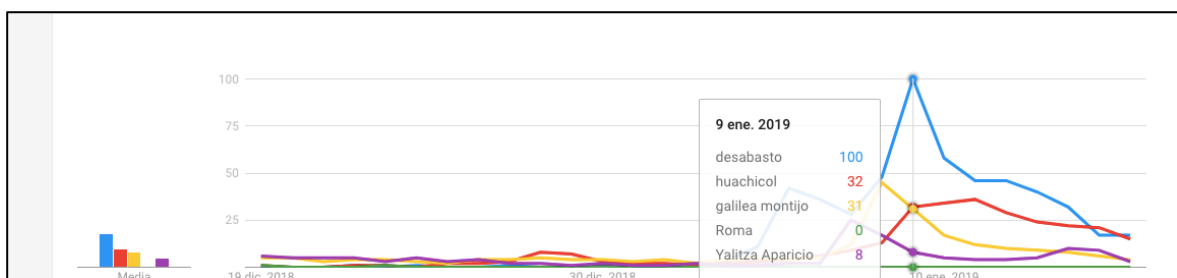


Gráfico 6. Tendencias reconocidas por mí en memes de fines de 2018 y principios de 2019 en México, con búsquedas efectuadas el 18 de enero de 2019.

Al plantearme la cuestión de las tendencias de las que me serví para delimitar el periodo de exploración en Memes Literarios, me di cuenta de dos problemas interesantes: por un lado, las tendencias que yo reconocí no habían sido empleadas en Memes Literarios como si había sucedido en memes de otros sitios; por otro lado, quedaba aún la interrogativa de cómo explicar la peculiaridad de que en Memes Literarios se hicieran más publicaciones el 13 de octubre de 2016 que en cualquier otro día de ese año, pero sin que necesariamente correspondiera al engagement más elevado de 2016. Estas inquietudes me harían más tarde volver sobre el asunto de Bob Dylan e incluso explorar otras tendencias sucedidas en 2019.

Teniendo ya determinado el periodo de exploración en Memes Literarios, me serví de *Tableau Public* para visualizar los datos de las publicaciones en Facebook según su engagement; frente a mí se hallaron, ordenadas de mayor a menor, 4,020 publicaciones desde el 1 de enero de 2016 al 20 de enero de 2019. Era claro cuál era la publicación con mayor engagement, un “monstruo” de 54,665 interacciones, e incluso la segunda mayor, con 51,901 interacciones; el principal problema que tuve en ese momento era que no tenía idea de cómo determinar la muestra. La publicación que ordinalmente sería la tercera con mayor engagement, presentaba una medida de 39,111 interacciones, y la cuarta 38,391. Sabía que

quería examinar a fondo las publicaciones con las medidas más altas, y era evidente que esos de más de cincuenta mil puntos lo eran, pero ¿hasta qué puntuación debía dejar de considerarlas “las más altas”?

Para tratar de abordar esta cuestión, en un principio decidí emplear un criterio estadístico para reconocer las medidas que escaparían de lo que podría reconocerse como el comportamiento “normal” de los 4,020 datos, por lo que busqué definir el rango intercuantílico⁴⁴ (determinado mediante un diagrama llamado “de caja y bigotes”) que representa las tendencias generales según criterios estadísticos del comportamiento de los datos, que en este caso eran las medidas de interacciones de los usuarios de Internet en Memes Literarios para cada publicación, es decir que cada publicación era vista como un dato dentro de un conjunto y el diagrama de caja y bigotes permitía apreciar el conjunto total ordenado según la medida que me interesaba, el engagement. El referido diagrama puede apreciarse en el Gráfico 10.

Según los cálculos que ofrece esta herramienta estadística, se obtuvo que una publicación requería⁴⁵ un engagement de 8270 puntos para estar en el extremo superior del rango esperado que concentra a la mayoría de los datos, y cualquier registro que rebasara esa medida podría empezar a considerarse un dato atípico, en términos estadísticos, por ser superior a las medidas que los datos comúnmente presentan (un meme *fecundo* en términos de R. Dawkins). El problema con esta primera resolución mediante la herramienta que determinaba los cuantiles, es que lo que estadísticamente resultaba atípico, era un conjunto demasiado grande para ser abordado como yo lo pretendía, mediante un análisis del discurso hecho a profundidad, ya que el número de publicaciones por encima de los 8,270 puntos de engagement es de 364.

Examinar de la gráfica de distribución de publicaciones por engagement permite ver cierta continuidad entre los puntajes, por lo que una publicación con 8285 puntos, por ejemplo, no sería realmente tan diferente de una de 8250. Considerando esta idea, decidí guiarme por la

⁴⁴ Este rango comprende *cuantiles*, es decir, aquellas secciones o intervalos en que se puede dividir una distribución de frecuencias para su análisis: deciles, centiles, cuartiles. El diagrama de caja y bigotes es una representación gráfica que muestra los límites superior e inferior de los cuartiles, y me sirvió para ilustrar las medidas estadísticamente predecibles para el número de interacciones registradas en Memes Literarios.

⁴⁵ Como las descargas de datos fueron periódicas, los valores estadísticos aquí presentados fueron actualizados desde la primera redacción de esta sección, a fin de ser acordes con los datos de la descarga final, del 18 de enero de 2019, sin embargo, los criterios finales de selección de la muestra fueron no estadísticos.

existencia de discontinuidades en el nivel del engagement de las publicaciones: hallé un par de brechas importantes entre los puntajes de la gráfica, la primera de los 26,479 a 28,906 puntos; debido a mi idea de que el número de publicaciones en la muestra deberían ser suficientes para permitirme observar una variedad de condiciones, decidí tomar la primera discontinuidad partiendo desde abajo hacia arriba, y el corte de la selección lo hice desde la publicación con 28,906 puntos hasta la más alta, de 54,665.

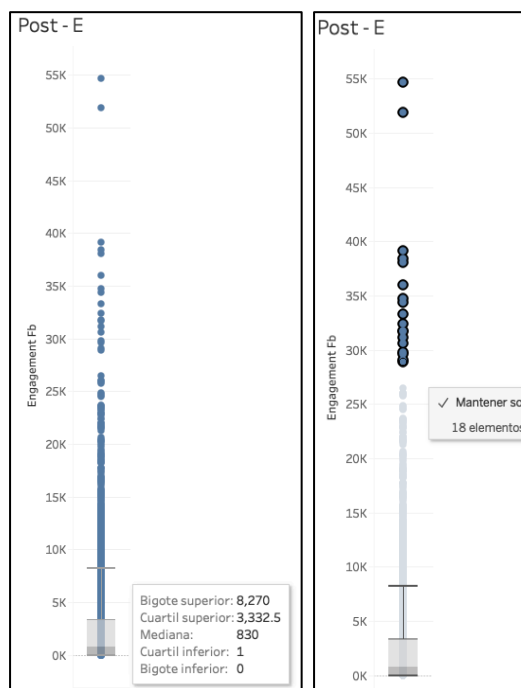


Gráfico 7. Diagrama de caja (izq.) y selección de la muestra de publicaciones (der.). El enlace para consulta del gráfico es: https://public.tableau.com/profile/luis.trejo4782#!/vizhome/MuestrasInv_ML/Post-E.

Como se aprecia en el gráfico, las publicaciones de la muestra rebasan por mucho el último bigote (límite cuantílico) y se establecen luego de la primera brecha importante, por encima de los 27 mil puntos de engagement. Así, la muestra quedó definida por 18 elementos (publicaciones) en total, distribuidos en distintos momentos del periodo estudiado. Por fin había establecido una delimitación para abarcar las publicaciones que lograban aquello mencionado por Richard Dawkins (1976) acerca de que todo meme busca replicarse lo más posible, algo que en el contexto de mi trabajo vendría a traducirse en “con más atención recibida”, o bien, con más 1) veces compartido, 2) reacciones, y 3) comentarios. La tabla 2 muestra una rápida referencia de las publicaciones de la muestra.

Tabla 2.
Muestra de 18 memes en Memes Literarios ordenados por fecha

Número de referencia	Fecha de publicación	Puntaje de engagement	Asunto:	CLAVE
1	20/ENE/2016	32,395	Julio Cortázar contra Paulo Coelho como máquinas de frases para Facebook.	Cortázar vs Coelho
2	25/MAY/2016	54,665	Plankton y la vida postestudiantil.	Plankton
3	19/JUN/2016	29,765	Pablo Neruda contra Werever Tumorro comparados según Copa América.	Neruda vs Werever
4	27/JUN/2016	31,763	Meme <i>Nick Young confundido</i> cuando Zeus no embaraza a nadie en una lectura de mitología griega.	Zeus no embaraza
5	20/AGO/2016	36,007	Meme <i>sostén mi bolso</i> que parodia <i>El Cuervo</i> de Poe.	el cuervo/bolso
6	11/OCT/2016	30,633	Nociones de amor de Zeus, Apolo y Eros.	amor de Zeus
7	23/NOV/2016	34,392	Meme de Los Simpson que ilustra relación entre las matemáticas y las humanidades.	mate/ humanidades
8	25/DIC/2016	38,080	Imagen de Isaac Newton constituida un meme navideño de <i>bonita reflexión</i> .	bonita reflexión
9	31/DIC/2016	31,150	Meme <i>poner en práctica lo que lees</i> : Billy y Mandy con <i>El gato negro</i> de Poe.	gato negro Poe
10	09/FEB/2017	51,901	Infierno de la divina comedia relacionado con el <i>pasito perrón</i> .	Dante/pasito perrón
11	22/FEB/2017	29,587	Meme <i>por qué eres así</i> : un cerebro al espejo que lee sin entender por pensar en el <i>crush</i> .	leer/crush
12	18/MAR/2018	34,774	Filme Orgullo y Prejuicio, una lectura interrumpida por pensar en problemas.	orgullo y prejuicio
13	16/MAY/2017	38,391	Meme de Toy Story <i>pon atención, te voy a enseñar</i> a los escritores mexicanos más chipoccludos.	toy story
14	12/ENE/2018	29,102	Las chicas súper poderosas contra los fans de Nietzsche.	fans de Nietzsche
15	21/OCT/2018	33,316	Vicente Fernández revela <i>acá entre nos...</i> leer no hace mejores a las personas.	acá entre nos...
16	12/ENE/2019	39,111	Meme <i>ven a mi casa</i> entre Hamlet y Ofelia.	Hamlet
17	14/ENE/2019	31,649	31 minutos ilustra con una <i>guerra de libros</i> una frase de José Vasconcelos.	guerra de libros
18	17/ENE/2019	28,906	Dorian Gray en el <i>10 years challenge</i> .	Dorian Gray

Decidí prestar atención particular a los comentarios, pensando que constituirían una forma inesperada de respuesta en Facebook, en el sentido de que no tienen opciones predefinidas para registrarse más allá de un espacio para escribir, por lo que cualitativamente considero su relevancia como similar a la del engagement total; sin embargo, una vez que tuve el conjunto de los 6 elementos elegidos por el criterio antes descrito, resultó que todos sin excepción eran imágenes cuya publicación invitaba a participar en forma de comentarios de formas diversas, y al considerar que la participación de los internautas en los comentarios resultaba en números mayores a los usuales debido a la invitación expresa de la página más

que por una acción deliberada, decidí no incorporar estas publicaciones a la muestra; esas publicaciones pueden consultarse en el Anexo 1.



Ilustración 3. Ejemplo de una de las publicaciones con mayor número de comentarios.

En la ilustración 2 puede verse que los comentarios se guían según la dinámica de sugerida por Memes Literarios, normalmente estableciendo juegos de parodias solamente a partir de lo expuesto en el meme, así, considero que resultan contestaciones a la solicitud de participación en la dinámica de “COMENTA EL TÍTULO DE UN LIBRO Y CAMBIA UNA DE SUS PALABRAS POR LA PALABRA TACO”



Ilustración 4. Ejemplo de los comentarios de la publicación en la ilustración 2.

A manera de resumen, el tipo de muestra en Facebook resultó ser no probabilístico y el muestreo empleado fue a conveniencia, debido al rasgo de las altas medidas de engagement que me interesaba identificar. La referencia general donde incluso se muestran las

ilustraciones de estos memes, puede consultarse en el Anexo 2, donde se hallan ordenados de forma cronológica.

Debido a que las 18 publicaciones tuvieron muchos comentarios (el menor registro de comentarios fue de 420 en el meme 8, y el mayor fue de 3,424 en el meme 10), se empleó un criterio de selección similar al usado en la determinación de la muestra de las publicaciones, para lo cual efectué descargas de los comentarios de cada publicación con una herramienta de minería de datos distinta a *Netvizz*, debido a que aquella herramienta ya no se halla disponible en Facebook. La nueva herramienta fue obtenida de un sitio web llamado exportcomments.com⁴⁶.

En el proceso de descarga de los comentarios, efectuada entre septiembre y octubre de 2019 resultó que una de las publicaciones de la muestra de Memes Literarios ya no se encontraba disponible (el meme 6), por lo que esta clase de interpretación final no pudo realizarse cabalmente en ese meme. Sin embargo, con la nueva base de datos de los comentarios destacados de las otras 17 publicaciones.

La determinación de la muestra correspondió a la primera etapa de la realización de lo teorizado que antes he expuesto al final del apartado del Marco Teórico llamado “Memes como espacio de cultura”, donde expresé la necesidad de indagar la tensión que supone el meme visto como un artefacto cultural desde dos instancias: a su interior y a su exterior.

Puede entenderse que la selección de las 18 publicaciones en Facebook atiende a la búsqueda pertinente hacia el interior de los memes, ya que es donde se efectúa el análisis del discurso; y es en la selección de fechas donde se busca apreciar el cruce de esas altas mediciones de engagement en las publicaciones con registros altos de actividad en las fechas, es decir, en el contexto inmediato de los memes; más adelante expreso cómo se realiza el acercamiento hacia el interior y al exterior del meme en este intento por comprender la replicación sociocultural que sucede en Memes Literarios a partir de la generación de categorías analíticas propias de cada fase del trabajo, la cualitativa y la cuantitativa. El conjunto de días en que fueron publicados los 18 memes probó servir como evidencia del entorno inmediato de los memes con mayor difusión, ya que se enmarcan en las mismas tendencias y

⁴⁶ El sitio ofrece herramientas para descargar mediante minería de datos, comentarios de una selección de redes digitales de socialización, como Facebook, Twitter, Instagram, YouTube y algunas otras.

temporalidades, aunque pueden ser de utilidad para posteriormente revisar las razones o analizar las formas en que se dan los contrastes entre los memes fecundos y los que no logran alcanzar esa difusión. Esto vendrá a revisarse inicialmente en el análisis cuantitativo.

A propósito de lo explicado hasta el momento en este apartado, cada vez que me referí a memes había sido en relación con Memes Literarios. Sin embargo, fue precisamente a través del análisis de las publicaciones y comentarios en ese espacio cuando noté que no habría posibilidad de observar y aproximarme a ciertos fenómenos que eran de mi interés según mis reflexiones al tratar con la teoría, por lo que regresé a las dos cuestiones pendientes: qué pasaba con las tendencias que no lograban llegar hasta Memes Literarios y el asunto de Bob Dylan. Decidí entonces abordar directamente la conversación⁴⁷ del premio nobel de Bob Dylan desde una instancia donde se dio a conocer: la cuenta de Twitter del Premio Nobel.

Como mi interés gravitaba sobre el tuit donde se anuncia el premio nobel de literatura otorgado a Bob Dylan, realicé unas descargas de la conversación, es decir, los tuits anidados en aquel tuit y que constituyeron la conversación inicial que posteriormente alcanzaría sitios como Memes Literarios.

La conversación en Twitter, inmediata al tuit de @NobelPrize se dio desde las 11:01:41 del 13 de octubre de 2016 a las 15:26:03 del 21/OCT/2016, con un total de 583 tuits. A Diferencia de las publicaciones en Facebook, Twitter no ofrece Reacciones diferenciadas, sino solamente un registro de Favoritos (*Favorites*), Retuits (*Retweets*), y Comentarios (*Comments*). Debido a que mi interés era explorar desde los tuits-comentarios cómo había sido recibido el anuncio del nobel de 2016, determiné que, así como en Facebook la medida más determinante eran las Reacciones, me sería útil limitarme a los tuits de la conversación con mayor puntaje de Favoritos, y que preferiblemente también tuvieran un alto nivel de retuits. La muestra de esta conversación fue de 7 tuits, además de la publicación inicial.

⁴⁷ Es decir, las interacciones y publicaciones en redes de socialización en línea directamente relacionadas con un evento o publicación.

Tabla 3.*Muestra de la conversación de Bob Dylan*

#	Creado	Fuente	Texto del Tuit	Favoritos	Retuits
1	13/10/16 11:15	Twitter for iPhone	@NobelPrize si querían un norteamericano tenían a Roth, Pynchon, McCarthy o DeLillo, ¡hijosdeputa! Doctorow está escupiendo desde el cielo.	158	45
2	13/10/16 11:02	Twitter for iPhone	@NobelPrize KHEEEEEEEEEEEEE	131	22
3	13/10/16 11:01	Twitter Web Client	@NobelPrize is that a joke?	125	16
4	13/10/16 11:05	Twitter Web Client	@NobelPrize I LOVE BOB. Like a lot. But I wanted it for Ursula K Le Guin. For the underappreciated women writers, sci-fi writers out there.	101	21
5	13/10/16 11:06	Twitter for iPhone	@NobelPrize Unusual prize but a great choice. The times they are a changing.	97	21
6	13/10/16 18:40	Twitter Web Client	Альфред Нобель, мягко говоря, в шоке... #Чебурашка https://t.co/Rqlu5QqkEd	70	127
7	13/10/16 11:11	Twitter Web Client	@NobelPrize Trump basing his presidential campaign on anti-immigrant feeling. All six of there 2016 Nobel Prize winners are immigrants.	37	18

En el momento en que seleccioné la muestra de la conversación de Bob Dylan, decidí que me podría ser de utilidad contar con otros asuntos no relacionados con la literatura que fueran tendencias en ese momento, en septiembre de 2019; elegí seleccionar una tendencia nacional en México y una internacional para darle variación a los análisis.

En el ámbito nacional mexicano, hacia septiembre de 2019 reconocí una tendencia que recibió mucha atención: se enfocaba en un comentario que se había vuelto viral en Twitter alrededor de las fechas de la fiesta nacional mexicana del 16 de septiembre, y tenía como personaje central a una piloto llamada Ximena García. Para el seguimiento de la conversación no pude partir de un tuit, pero conté con el apoyo de Signa Lab del ITESO para hacer un seguimiento de la conversación en Twitter mediante las etiquetas (*hashtags*) más empleadas en la discusión: #TodosSomosXimena y #LadyBomba. Esta base de datos ofrece: fecha y hora de creación del tuit, el seudónimo de la cuenta que lo creó, el texto completo, su conteo de favoritos y su conteo de retuits. En este caso la muestra constó de 11 tuits con medidas más altas de Favoritos y Retuits, que usaban las etiquetas mencionadas, seleccionados a partir de un total de 3213 tuits efectuados el 17 de septiembre de 2019, entre las 13:54:02 horas y las 23:59:57 horas.

Tabla 4.*Muestra de los tuits de la conversación de Ximena García del 17 de septiembre de 2019*

#	Texto del Tuit	Favoritos	Retuits
1	@interjet, no se dejen montonear por hordas que buscan hacer un escándalo a partir de una broma. Como tantas veces, a los enardecidos que fingen no entender un chiste no les interesa echar a perder la vida de alguien y quitarle el pan de la mesa. No lo hagan. #TodosSomosXimena	5,065	1,836
2	El comentario de la piloto de interjet 🙄 es reprochable. Pero ahí les encargo su “congruencia” y doble moral a los que están participando ahorita en el linchamiento de “ #LadyBomba “ y callaron como momias con los comentarios misóginos de Mireles.	3,597	1,027
3	Entonces #LadyBomba es mala persona pero ustedes no lo eran cuando decían que mataran a EPN. No lo sé, mucha doble moral.	3,560	820
4	#LadyBomba Si @interjet en vez de investigar CORRE inmediatamente a Ximena García alias #LadyBomba o #LadyTerrorista no solo tendrá automáticamente millones de nuevos clientes, sino que tendremos una vez más confianza, vuelos seguros y un país mejor. El país no está para esto... https://t.co/X5afRFM5Aa	3,122	1,529
5	Me parece más grave que un funcionario público en un acto oficial le diga `pirujas` y `nalguitas` a las beneficiarias del seguro de salud a que la tarada de #LadyBomba haga una broma irrealizable en un espacio privado. Pero adivinen que enfureció más a las ovejas de Cuarta.	2,185	548
6	Uno de estos días #LadyBomba Xiime García, hará gira de medios, entre risitas con los conductores de noticieros dirá que fue bromita pero que AMLO está destruyendo México. La correrá Interjet, ante el desempleo la contratará Playboy y saldrá encuerada. Esta historia ya me la sé 😊	1,921	589
7	“Fúmensse esto chairros mugrosos del zócalo” — #LadyTerrorista #LadyBomba https://t.co/dgrAiChND4	1,623	305
8	Pinches chairros doble moral no mamen 🤔🤔🤔🤔🤔 #LadyBomba Y más cuando son unos putos hipócritas de caca 🤔 Hasta terrorista y genocida 🤔🤔🤔🤔 no mamar https://t.co/58q8j3gvK8	1,579	595
9	Medios en E.U. ya hablan de los atentados que promueve Ximena García, podrían ser considerados serios en Estados Unidos y gradualmente en derivar a un `veto provisional` a Interjet, para que sus vuelos comerciales no crucen espacio aéreo estadounidense #LadyTerrorista #LadyBomba https://t.co/J1AFV47Mo5	1,536	1,156
10	Se burlan de #LadyBomba pero no vaya a ser Mireles denigrando consecutivamente a la mujer porque no mames fue un error ya se disculpo con un tuit.	1,345	366
11	No me preocupa tanto la declaración de #LadyBomba me encabrona que según ella los aviones comerciales tienen espacio para una bomba y no para poder subir tu puto equipaje de mano.	1,257	115

En el ámbito internacional, la tendencia que elegí fue la que recibió mayor cobertura mediática internacional por aquellos días, el discurso que la joven sueca Greta Thunberg presentó en la 74 Cumbre de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en Nueva York el día 23 de septiembre de 2019. Pese a que deseaba acercarme a un evento internacional, decidí hacerlo desde una visión que me permitiera vincularla con mi realidad inmediata, por

lo que decidí explorar comentarios de uno de los videos en YouTube sobre el discurso de Thunberg en la ONU con subtítulos en español, donde encontré, como lo esperaba, comentarios en el mismo idioma. El video elegido llevaba por título: Emotivo discurso de Greta Thunberg en la ONU⁴⁸.

La conversación anidada en el video de *YouTube* elegido se dio, principalmente, desde el 23 de septiembre de 2019 a las 17:44:28 al 9 de octubre de 2019 a las 18:35:23, alcanzando un total de 4376 comentarios registrados, de los cuales 9 obtuvieron los puntajes más altos en agrado (*like*) y respuestas (*reply*). En este caso, me serví de una herramienta *scraper* de *Digital Methods Initiative*⁴⁹, que arroja un tipo de base de datos con información sobre los comentarios de un video: fecha y hora, nombre del autor, texto del comentario, conteo de *likes* y *replies*, así como especificación de si se trata de un comentario en respuesta y a cuál comentario responde.

Tabla 5.

Comentarios del video del discurso en la ONU de Greta Thunberg

#	Creado	Texto del Comentario	Like	Reply
1	24/09/19 12:54	No s√©, la veo y parece que estoy viendo a Soros	814	55
2	25/09/19 9:13	Mientras tanto Trump: Que me hare para el Sandwich :v	743	32
3	24/09/19 17:09	Esto es un claro ejemplo de cómo utilizan a una adolescente para distraer y manipular por intereses. Es lamentable cómo utilizan los ideales de una chica que recién está empezando a formar su opinión... Me hace acordar a Lisa Simpson 😊	680	63
4	24/09/19 16:23	Esta mujer piensa qué somos imbéciles detrás de ella, esta Soros y q le importa un rábano el mundo	674	52
5	24/09/19 15:59	Una adolescente que tendría que estar en el colegio, las élites y grandes compañías la utilizan para sus intereses, francamente penoso. La manipulación de la información hacia la sociedad no tiene límites.	527	54
6	29/09/19 2:23	Donald Trump: Si bueno, ¿quién tiene hambre?	481	13
7	24/09/19 14:55	Me recuerda cuando la camila vallejos usaba la demanda estudiantil para llegar a política, lo logró y ahora le importa una raja con el medio sueldo que gana.	411	42
8	29/09/19 2:24	Greta Thunberg: Se están robando mi infancia. Niños muriéndose de hambre en África: JAJAJAJAJAJAJAJAJAJA	359	24
9	24/09/19 16:10	Pobre niña y mas pobres los que le creen. NO MAS ONU EN CHILE. 🇨🇱🇨🇱🇨🇱	222	41

⁴⁸ Disponible a través del enlace: https://www.youtube.com/watch?v=_pnDwRHeuD8&t=21s.

⁴⁹ Se puede consultar la herramienta en: https://tools.digitalmethods.net/netvizz/youtube/mod_video_info.php.

Habiendo seleccionado así una diversidad de casos además de Memes Literarios, consideré finalizado el muestreo con 17 memes en *Facebook*, 2 memes en *Twitter* y 1 en *Youtube*, cada uno con énfasis en los comentarios destacados por sus puntajes de interacción recibida por los participantes de cada conversación.

4.2 TRATAMIENTO DE LOS DATOS

El tratamiento de los datos de la investigación se dio en las dos grandes fases mencionadas: la inicial separaba los procesos cuantitativos y cualitativos, con una serie de procedimientos distintos para cada tipo de datos.

En el caso de la fase cuantitativa, se hicieron pruebas de tipo estadístico: en el caso de Facebook, realicé un análisis de regresión simple, un tipo de procedimiento que permite identificar indicios de correlaciones entre series de datos, además de una prueba de Chi cuadrado, que analiza si existe dependencia entre dos series de datos; más adelante describiré a profundidad las dos pruebas. Consideré necesarios los dos procedimientos para la muestra en Facebook, debido a que seleccioné 18 publicaciones y en cada publicación los registros de interacción que llamé engagement como medida total, se componía de la suma de reacciones, comentarios y veces compartido. Mi interés era explorar si alguna de esas variables se relacionaba con las otras de forma que estableciera algún tipo de dependencia.

A diferencia de lo aplicado en Facebook, en Twitter cada exploración giró sobre una conversación distinta: una era la de Bob Dylan y la otra la de Ximena García. Twitter ofrece información de cada tuit sobre *favoritos* (similar al like de Facebook, pero sin posibilidad de diferenciar las reacciones), *retuits* (similares al share de Facebook) y *comentarios* (es decir, los tuits en contestación). Para el caso de Bob Dylan, la conversación explorada abarcó un tuit inicial y los tuits que lo comentaban, por lo cual, al explorar las medidas de los *comentarios*, no me interesaba tanto saber cuántos tuits-comentarios tenía cada uno, sino más bien sus dimensiones de favoritos y retuits; a partir de ahí, realicé un análisis de regresión simple para conocer el grado de correlación de ambas variables en la conversación.

Desistí de llevar a cabo una prueba de Chi cuadrado dado que realizarla implicaba dos cosas: la primera era que en el caso de Facebook realicé primero una exploración que sugería que entre todas las relaciones entre tres variables: comentarios, alcance y reacciones, había una

relevancia peculiar entre las dos últimas; en mis casos de Twitter, no hice esa clase de exploración entre tres variables, puesto que en cada caso se trataba de un solo meme y todos los tuits-comentarios referían a la conversación sustentada en su respectivo meme, haciendo que no me interesara conocer el número de comentarios de cada tuit-comentario, sino sólo el número general de tuits que comentaban cada conversación. En segundo término, realizar la prueba de Chi cuadrado podría percibirse como una sospecha una relación de dependencia entre favoritos y retuits por ejemplo, una relación que, por no explorar yo la dimensión del número de comentarios de cada tuit-comentario, conllevaba un sesgo, dado que no estaría fundamentado en la exploración de la relación más relevante entre dos de las tres variables, sino solamente entre las dos que me interesaba emplear: favoritos y retuits. Una consideración similar hice en el caso de Greta Thunberg en *YouTube*.

Particularmente, para el caso de Ximena García, como la exploración de los tuits fue por el empleo de sus etiquetas para reconocerlos parte de la conversación, reconocí la utilidad de enfocarme en las medidas que me permitían ver la atención recibida de cada tuit en *favoritos* y las veces que se había replicado en retuits, pero (como arriba dije) no tanto en sus comentarios, ya que la conversación no se había centrado en una cuenta particular en *Twitter*, sino que se había *desbordado* y era reconocible gracias a los hashtags identificadores. Como en el caso de Bob Dylan, decidí emplear sólo un análisis de regresión para conocer el grado de la posible correlación entre favoritos y retuits.

Para el caso de *YouTube*, las medidas que proporcionó la minería de datos fueron: número de me gusta (*likes*), número de no me gusta (*dislikes*) y número de comentarios. Al explorar los comentarios del video, las medidas de interacción en cada uno son relativamente las mismas, salvo que en vez de ofrecer un número comentarios, se proporciona un número de respuestas (*reply*); algo curioso en el video seleccionado del discurso de Greta Thunberg fue que los comentarios solían no tener *dislikes*, lo cual permitió solamente reconocer dos variables para cada comentario: me gusta y respuestas. Con un criterio similar al aplicado en las exploraciones de Twitter, opté por no hacer una prueba de dependencia de Chi Cuadrado, pero sí un análisis de regresión simple.

En la fase cualitativa, las 18 publicaciones en Facebook, las dos conversaciones en Twitter y el video de Greta Thunberg, fueron explorados mediante análisis del discurso, sin embargo, se hizo evidente que aunque siempre era importante recurrir a los comentarios de cada asunto,

particularmente en el caso de Ximena García, si no fuera por la determinación de los comentarios (o tuits) destacados por su nivel de interacción recibido, no habría un tuit como punto de inicio al cual recurrir, sino simplemente a la referencia del comentario de Ximena García, visible como una imagen que no era posible entender sin el apoyo de lo que se comentaba de ella y su emplazamiento contextual.

Los casos de Bob Dylan y Greta Thunberg eran similares, puesto que a diferencia de las publicaciones en Memes Literarios donde se percibía un marco referencial bastante obvio desde dónde mirar las publicaciones y comentarios, éstos dos casos sí presentaban un punto de inicio como publicaciones, un tuit y un video, pero los sentidos posibles resultaban difíciles de acotar también sin el auxilio de los comentarios. Es por eso que los comentarios, me convencí, tenían un peso extraordinario al permitirme ver precisiones sobre los memes (unos como construcciones visuales y otros como eventos recibiendo atención) y quizás darme acceso a la densidad de los sentidos que se estaban gestando desde cada conversación, en YouTube, Twitter y Facebook.

Así, en la fase final, se dio una incorporación de las dos metodologías y hallazgos iniciales a fin de acceder a una percepción más profunda e integral de los sentidos en juego en cada dinámica particular de replicación de los memes, donde la exploración de los comentarios de cada conversación fue invaluable.

Las categorías analíticas presentes en la fase final del trabajo fueron: 1) las tensiones y las situaciones de dominación-resistencia presentes en cada publicación y en sus comentarios, 2) la cualidad intersticial que el humor puede fomentar en Memes Literarios, 3) las dinámicas de difusión y replicación de los memes, 4) la posibilidad de considerar los memes como referentes culturales independientes, es decir como nuevos alfabetismos en las dinámicas *on/offline*.

4.3 ANÁLISIS DE LOS DATOS

El trabajo realizado tiene dos vertientes por su naturaleza mixta, en una primera fase se realizaron procesos separados para cada tipo de metodología, cualitativa y cuantitativa, y en la segunda fase del trabajo se procedió a realizar una integración de ambas metodologías para la exploración final de los memes de la muestra.

La vertiente cuantitativa del trabajo comprendió, por un lado, determinar las muestras y, por otro lado, un análisis de regularidades estadísticas sustentado en los puntajes de interacción antes mencionados, a fin de hallar regularidades y relaciones entre las variables; este proceso se hizo considerando la totalidad de las publicaciones del corpus de *Facebook* en primera instancia, posteriormente incluyó a las conversaciones en *Twitter* y el video en *YouTube* para determinación de sus muestras sobre las cuales sustentar el análisis posterior.

En la vertiente cualitativa, la selección del análisis del discurso, inicialmente también sólo destinado a aplicarse en *Facebook*, se alineaba con las metodologías y preceptos planteados que se trabajaron en el marco teórico, por lo cual decidí emplear este método para explorar, reconocer y analizar los discursos que operan en Memes Literarios en los memes con más alto engagement. Considerar el hecho de que las publicaciones fueran imágenes me llevó a explorar las nociones de cultura visual de Nicholas Mirzoeff (2003) y la interpretación de contenidos visuales de Gillian Rose (2001) mediante análisis del discurso donde el discurso es una forma de conocimiento particular sobre el mundo, y a tomar en cuenta las consideraciones de Roland Barthes (1986) sobre la denotación y connotación de elementos visuales. Así, tras evaluar las ventajas de emplear un análisis del discurso como método capaz de enfocarse en el contenido de una imagen y las posibilidades de su recepción y por el reconocimiento del papel de la intertextualidad de las imágenes como dispositivos de discurso, para ello empleé el método de análisis del discurso que Rose (2001) reconoce como de Tipo I, cuyo énfasis está en imágenes y textos más que en las prácticas de las instituciones.

En análisis del discurso inicial fue llevado a cabo en términos de lo planteado también por Knobel y Lankshear (2012), cuyos principales tres ejes de análisis abordan tres aspectos claves de la cultura: el sistema referencial o de ideas, el sistema contextual o interpersonal, y el sistema ideológico o de visión del mundo; estos ejes abordan los señalamientos teóricos que antes he referido de Thompson (2009), respecto a escenarios espacio-temporales, campos de interacción, instituciones sociales y estructura social.

Para los casos en YouTube y Twitter, el proceso de exploración cualitativa se consideró ineficaz inicialmente al buscar aplicarse sobre una concreción de una conversación como un tuit particular o el video de Greta Thunberg, por lo cual tuve que emprender la exploración de los comentarios para entender las generalidades de cada conversación.

La fase de integración de las dos metodologías permitió un enriquecimiento de los hallazgos iniciales de cada vertiente, la parte cualitativa de la metodología, por ejemplo, tuvo una función heurística a la vez que la dimensión cuantitativa aportó bases para asegurar la validez externa del trabajo en términos de su aplicabilidad a otros contextos.

La integración mencionada correspondió a en un segundo momento de interpretación del análisis del discurso que además consideró una exploración contextual incluyendo las conexiones de lo mostrado en cada meme con las dinámicas y prácticas comunes en Memes Literarios, las conversaciones en Twitter y en YouTube, además un especial cuidado al abordar y analizar los comentarios de cada conversación.

Antes de percibir la importancia capital de atención especial a los comentarios destacados de cada meme, al analizar las publicaciones en Facebook, la consideración de atención a los comentarios se debió a las nociones aportadas por Roland Barthes (1986) acerca de la denotación (la postura abierta del código en las fotografías e imágenes) y la necesidad de explorar su connotación (las pautas cerradas de lectura del código en la imagen), es decir, este procedimiento pretendía que lo examinado en el análisis del discurso para cada meme se encaminara a la discusión del contenido que la audiencia de cada conversación afirma que sucede en cada caso.

4.3.1 ANÁLISIS CUANTITATIVO

El interés por la popularidad del meme obedece a dos cuestiones; por un lado, Dawkins (1976) señala que todo meme surge con el “propósito” de ser lo más exitoso posible, es decir, todos los memes tienen por fin ser aquellos que más se replican y difunden en un medio particular; esto indicaría que un meme con un nivel de replicación y difusión alto es exitoso y cumple con su propósito. Por otro lado, la atención recibida por este determinado meme podría indicar una nueva forma de lo que Even-Zohar (2005) reconoce como *centralidad* dentro del sistema cultural en el que se incluye; al ser más popular que otros memes, éste podría ser considerado como muestra de valores canónicos dentro de un repertorio de memes, y considerando la asociación de los memes con lo periférico de sistemas culturales previos, el meme estaría así en posibilidad de: ya sea, estar estableciéndose como una pujante tendencia que busca ganar centralidad habiendo surgido de un intersticio, o bien la naturaleza

de los memes permitiría conectar valores propios de la periferia directamente con valores centrales afines que de otro modo parecen inconexos. La diferencia entre las dos últimas variantes consiste en que la primera opción mantendría un estado de vitalidad cultural y multitud de producciones, a la vez que la segunda opción resultaría en una continuación de las tendencias centrales siendo, por decirlo así, “redescubiertas” en repertorios periféricos. Pese a que las dos posibilidades caben (y más) caben a un tiempo, lo cierto es que la presente investigación posee el interés de acercarse a memes vistos como populares para en un momento posterior reflexionar sobre esta condición de centralidad-periferia.

Por los motivos antes descritos es que el aspecto de popularidad representa una vía para el análisis, y un problema para su definición, mismo que fue abordado para poder efectuar el posterior análisis de las condiciones socioculturales en memes de Internet. Para poder entender la popularidad en un nivel observable, se considera sólo lo que es posible percibir mediante registros de interacción en las plataformas digitales. En tales entornos es cuando resulta útil empezar a equiparar lo popular como lo que cuenta con más participación de quienes perciben e interactúan con una publicación.

Para *Facebook*, la medida de participación (*engagement*) es una variable compuesta que conviene entender como representación de la suma de las reacciones (número de reacciones), los comentarios (número de veces que se comenta) y el alcance (número de veces que una publicación se comparte).

PARTICIPACIÓN = REACCIONES + COMENTARIOS + ALCANCE

Para evaluar las relaciones entre las variables individuales que componen el *engagement* o participación, empleé un análisis de regresión simple, una técnica que expresa el coeficiente de relación (llamado *r* de Pearson⁵⁰) que existe entre dos variables, y la correlación que un coeficiente cercano a 1 (que indica una correlación positiva perfecta) o -1 (correlación negativa perfecta) expresa que es muy fuerte.

El coeficiente de relación se calcula mediante la fórmula:

$$r = \frac{\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y})}{\sqrt{\sum (x - \bar{x})^2 \sum (y - \bar{y})^2}}$$

⁵⁰ La información de Microsoft Excel sobre la función Pearson puede servir de referencia para comprender el uso y cálculo de este valor. Se puede consultar aquí: <https://support.office.com/es-es/article/pearson-funci%C3%B3n-pearson-0c3e30fc-e5af-49c4-808a-3ef66e034c18>.

Donde \sum representa una sumatoria, x e y son las medias de muestra, es decir las dos series de valores comparados. Sin embargo, al ser el cálculo en Microsoft Excel, la secuencia del cálculo fue mediante la sintaxis: “=PEARSON (matriz1, matriz2)”, y cada matriz es una serie de datos. El valor de r de Pearson se eleva al cuadrado para conocer el porcentaje de variación de una variable respecto de la otra, llamado *coeficiente de determinación*, representado por r al cuadrado o r^2 , es entonces la proporción de la variación en y , explicada por x ⁵¹.

Al tratar de identificar correlaciones, en un principio, en el corpus de las 4,020 publicaciones de Memes Literarios hechas entre el 1 de enero de 2016 y el 18 de enero de 2019, encontré mediante un análisis de regresión simple que una correlación entre dos de estos componentes de la participación era significativa, la que se establece entre el número de reacciones y el número de veces que una publicación se comparte.

A diferencia de los coeficientes de correlación entre las reacciones y los comentarios, o bien aquella que hay entre los comentarios y el alcance, ninguna mayor a +0.45 (con ilustraciones disponibles para su consulta en el Anexo 3), lo que indicaba una baja correlación entre variables. Por otro lado, para las reacciones y el alcance, el coeficiente r de Pearson fue de +0.8016, revelando la variación en las medidas de las reacciones r^2 un 64% de influencia en la variación en las medidas del alcance y las reacciones. La correlación es posible entenderla del modo expuesto debido a la hipótesis de que, aunque para compartir una publicación, no hace falta reaccionar a ella (o comentarla), es mucho más razonable compartir un contenido al que uno mismo haya reaccionado, es decir, con el que se haya establecido una interacción o negociación de sentido.

⁵¹ Se puede conocer más al respecto de estos procedimientos consultando la información de GEOTutoriales (2015) o su sitio web en: <https://www.gestiondeoperaciones.net/estadistica/como-se-relaciona-el-coeficiente-de-correlacion-de-pearson-r-y-el-coeficiente-de-determinacion-r-cuadrado-r%C2%B2/>.

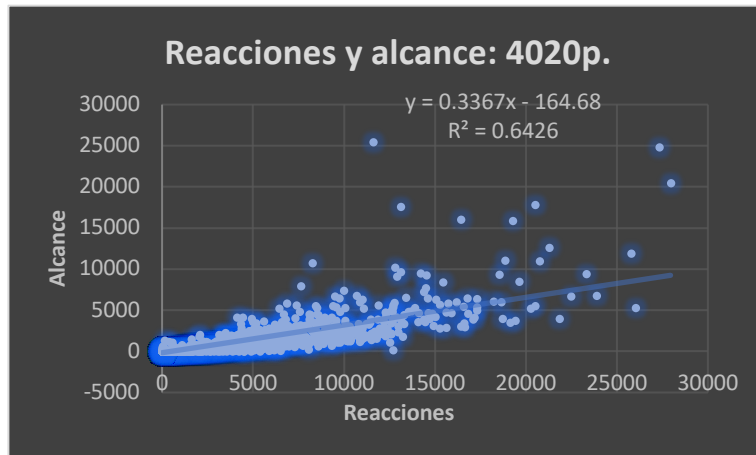


Gráfico 8. Regresión lineal de Reacciones y Alcance en el corpus de 4020 publicaciones.

Este análisis fue realizado sobre el corpus en general, y con el interés de enmarcar la muestra de forma más contextualizada, procedí a realizarlo sobre las 116 publicaciones totales comprendidas en las 18 fechas en que fue publicado cada meme de la muestra en Facebook. La correlación mostró un ligero incremento incluso, llegando a un coeficiente r de +0.8053, con un r^2 en 68% de variación que se puede apreciar en el Gráfico 13.

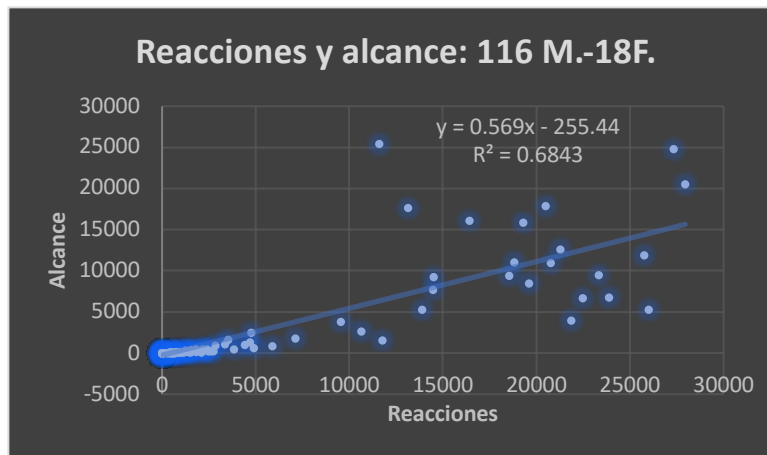


Gráfico 9. Regresión lineal de Reacciones y Alcance en publicaciones de contexto de la muestra.

Una vez que se entiende el papel influyente de las reacciones en la conformación del alcance, se podría concluir que una publicación con alto nivel de reacciones tendrá un alto nivel de alcance; no debe perderse de vista que esto es al considerar la tendencia general, tanto en el corpus total de *Facebook* como en la muestra contextualizada. Para verificar la percepción antes expresada, se procedió a el análisis de regresión lineal directamente sobre la muestra, aunque los resultados no fueron concluyentes debido a que, como puede apreciarse en el

Gráfico 12 (y también parcialmente en los Gráficos 12 y 13), los puntos con medidas elevadas son aquellos que constituyen la muestra.

El coeficiente determinado por el análisis de regresión lineal de la muestra de 18 publicaciones no sólo resulta muy bajo ($r = -0.2380$, con un r^2 de 5.67%), sino incluso sugiere una correlación negativa para las medidas de Reacciones y Alcance; sin embargo, al considerar los análisis previos, se puede reconocer la importancia de observar las relaciones entre variables de manera contextualizada, más aún cuando la muestra fue seleccionada de forma no probabilística y a conveniencia. Los 18 memes tienen medidas atípicas (esa es la razón de que hayan sido designados como muestra) y no siguen las tendencias de comportamiento de la mayoría de las publicaciones del corpus de Memes Literarios.

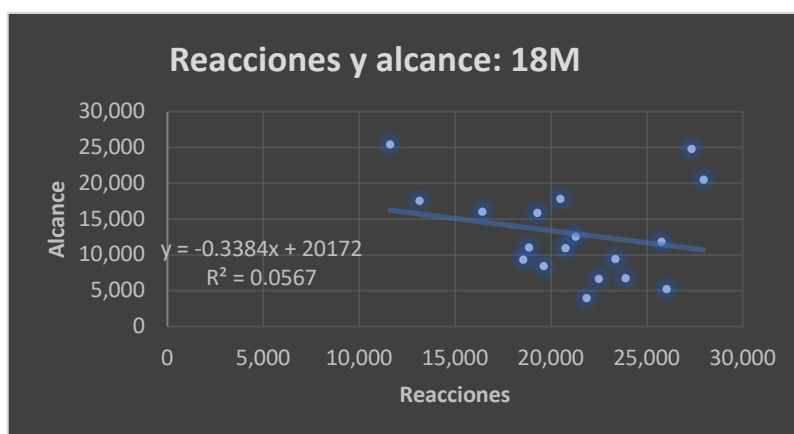


Gráfico 10. Regresión lineal de Reacciones y Alcance en las 18 publicaciones de la muestra.

Una correlación positiva implicaría que una medida alta de reacciones tenga a su vez un alto conteo en alcance, sin embargo, para esta muestra, la tendencia es a la inversa. Al examinar la Tabla 6, resulta evidente que, por ejemplo, el meme 4, con una medida de 26,010 reacciones, tiene un alcance bajo, ya que fue compartido 5,286 veces; pero en cambio, el meme 13 tiene una medida baja de 11,599 reacciones y fue compartido 25,451 veces. Esto puede sugerir que en general, las reacciones son más determinantes para la participación total, al menos en la muestra, por encima del alcance o el número de comentarios, pues salvo en casos como los memes 13 y 17, la medida *alcance* suele ser menor que las *reacciones*.

Considerando que las Reacciones son el tipo de componente más importante de la Participación, se puede identificar que la reacción me gusta es a su vez la más determinante de las medidas que conforma las reacciones, algo que se comprueba mediante análisis de

regresión lineal en las 116 publicaciones del contexto de la muestra, con un coeficiente de correlación $r=+0.9055$ ($r^2=82\%$), para la medida en que el Agrado (*Like*) influye en las Reacciones, e incluso al realizar la prueba de regresión lineal para estas dos variables en la muestra, el coeficiente es $r=+0.6493$ ($r^2=42\%$), algo que aunque puede verse como bajo, todavía se halla cercano al 50% de influencia; ambos gráficos pueden verse en el Anexo 3.

Tabla 6.
Medidas de Reacciones y Alcance en la muestra de Memes Literarios

Número de Referencia	Reacciones	Alcance	Comentarios	Participación (Engagement)	Fecha	Clave
1	20,756	11,008	631	32,395	20/ENE/2016	Cortázar vs Coelho
2	27,330	24,834	2,501	54,665	25/MAY/2016	Plankton
3	22,479	6,694	592	29,765	19/JUN/2016	Neruda vs Werver
4	26,010	5,286	467	31,763	27/JUN/2016	Zeus no embaraza
5	19,277	15,889	841	36,007	20/AGO/2016	el cuervo/bolso
6	18,828	11,057	748	30,633	11/OCT/2016	amor de Zeus
7	23,330	9,456	1,606	34,392	23/NOV/2016	mate/humanidades
8	25,762	11,898	420	38,080	25/DIC/2016	bonita reflexión
9	23,862	6,791	497	31,150	31/DIC/2016	gato negro Poe
10	27,949	20,528	3,424	51,901	09/FEB/2017	Dante/pasito perrón
11	18,532	9,402	1,653	29,587	22/FEB/2017	leer/crush
12	21,266	12,618	890	34,774	18/MAR/2018	orgullo y prejuicio
13	11,599	25,451	1,341	38,391	16/MAY/2017	toy story
14	21,848	4,007	3,247	29,102	12/ENE/2018	fans de Nietzsche
15	16,405	16,082	829	33,316	21/OCT/2018	acá entre nos...
16	20,490	17,864	757	39,111	12/ENE/2019	Hamlet
17	13,121	17,634	894	31,649	14/ENE/2019	guerra de libros
18	19,615	8,519	772	28,906	17/ENE/2019	Dorian Gray

La Tabla 7 exhibe las medidas individuales que conforman la medida conjunta de Reacciones: agrado (*like*), enojo (*angry*), risa (*haha*), encanto (*love*), tristeza (*sad*), asombro (*wow*), y gratitud (*grateful*), considerando que esta última reacción se halla disponible sólo durante el mes de mayo de cada año.

Tabla 7.
Medidas que conforman las reacciones

Número de Referencia	Agrado (<i>like</i>)	Enojo (<i>angry</i>)	Risa (<i>haha</i>)	Encanto (<i>love</i>)	Tristeza (<i>sad</i>)	Gratitud (<i>thankful</i>)	Asombro (<i>wow</i>)	Clave
1	20,632	1	104	16	1	0	2	Cortázar vs Coelho
2	23,720	1	3,089	390	103	0	27	Plankton
3	17,079	18	4,223	1,017	100	0	42	Neruda vs Werver
4	20,523	0	5,082	373	5	0	27	Zeus no embaraza
5	13,389	3	4,200	1,651	9	0	25	el cuervo/bolso
6	10,965	2	7,156	663	14	0	28	amor de Zeus
7	14,065	27	8,415	674	113	0	36	mate/humanidades
8	16,899	10	6,774	2,025	6	0	48	bonita reflexión
9	13,554	2	9,030	1,204	34	0	38	gato negro Poe
10	11,938	7	15,169	564	148	0	123	Dante/pasito perrón
11	10,146	33	6,772	297	1,259	0	25	leer/crush
12	13,338	43	5,687	423	1,737	0	38	orgullo y prejuicio

13	6,955	1	2,171	2,415	10	22	25	toy story
14	6,194	17	14,494	1,107	17	0	19	fans de Nietzsche
15	9582	7	35	2,206	40	0	4,535	acá entre nos...
16	3404	0	16068	778	57	0	183	Hamlet
17	2710	2	9073	1307	13	0	16	guerra de libros
18	4469	4	12632	2453	7	0	50	Dorian Gray

Como se ha descrito, el análisis de Regresión lineal se llevó a cabo desde diversos enfoques que abarcaban 1) el corpus entero, 2) el contexto temporal de la muestra (115 publicaciones en 18 días diferentes) y 3) la muestra por sí misma. Además de lo anterior, se hizo una prueba de *Chi cuadrado*, que esencialmente analiza si los valores observados de una variable dependen de valores observados de otra variable. El empleo de Chi cuadrado permite evaluar hipótesis sobre la independencia o dependencia para un conjunto de datos cualitativos.

Para establecer la prueba de Chi cuadrado se necesita tener datos agrupados bajo categorías cualitativas, para esto he empleado los resultados del análisis de regresión, en torno a las relaciones de influencia que se sugieren entre las medidas de reacciones (*reactions*) y las veces que se comparte una publicación (*alcance/shares*). Partiendo de las medidas de reacciones y el alcance en las 4,020 publicaciones del corpus entero, consideré llamarle un alto nivel de reacciones a las medidas presentes en las publicaciones que superaban el bigote superior de un diagrama de caja y bigotes, mismo que ordenó esas 4,020 publicaciones según sus medidas de reacciones; el bigote superior se ubicó en los 6,777 puntos para las reacciones.

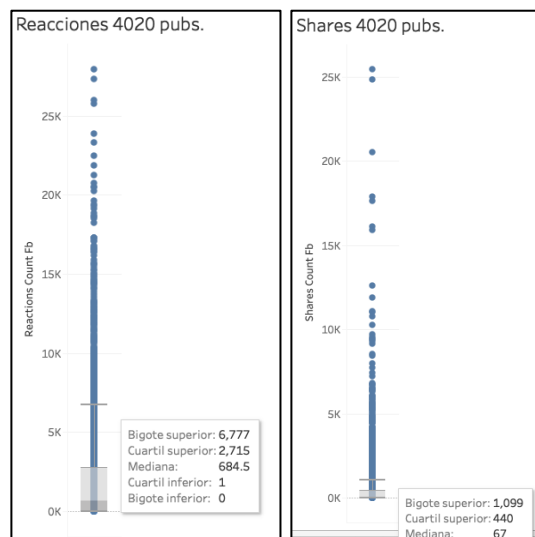


Gráfico 11. Diagrama de caja y bigotes de las reacciones y *shares* en el corpus entero.

El hecho de considerar las medidas mayores al umbral de 6,777 puntos como “publicaciones con un nivel alto de reacciones” se deriva de la idea de que al exceder el bigote superior de

aquel diagrama se está superando también la distribución general de los datos y se empieza a tratar con medidas inesperadas, algo que se relaciona con memes como contenidos en soportes digitales con popularidad inesperadamente alta en ocasiones. Según el diagrama de caja y bigote del alcance para el corpus entero, el parámetro superior es de una medida de 1,099 puntos o veces que ha sido compartido; se aplica una lógica semejante para considerar los datos por encima de este umbral como “publicaciones con alto nivel de alcance”, en este caso, la justificación del alcance se halla en que los memes son, además, contenidos en soportes digitales con difusión y replicación que se disparan a veces en periodos breves.

Una vez establecidos estos umbrales para el nivel alto de ambas medidas, como variables, se entiende que las inferiores son de nivel bajo. Esta consideración de alto y bajo nivel se aplicó sobre las 115 publicaciones del contexto de la muestra, quedando así su clasificación:

Tabla 8.

Clasificación de tipos de datos para la prueba de Chi cuadrado

TIPO DE ALCANCE	CONTEO	TIPO DE REACCIÓN	CONTEO
ALCANCE ALTO	28	ALTA REACCIÓN	25
ALCANCE BAJO	87	BAJA REACCIÓN	90
TOTAL	115	TOTAL	115

El siguiente paso consiste en el planteamiento de la hipótesis nula (H_0) y la hipótesis alternativa (H_a) que se han de someter a prueba.

H_0 = El nivel de veces que una publicación se comparte es independiente del nivel de reacciones que recibe.

H_a = El nivel de veces que una publicación se comparte depende del nivel de reacciones que recibe.

Debido a que las medidas para los datos estaban clasificadas, procedí a identificar por publicación cómo se relacionaban esas dos variables, con lo cual integré lo llamado cuadro de contingencias, una matriz que relaciona las posibles combinaciones de las variables; para este caso quedó restringida a un cuadro de doble entrada con las dos variables por lado.

Tabla 9.

Cuadro de contingencias de Chi cuadrado

TIPO DE REACCIÓN	ALCANCE ALTO	ALCANCE BAJO	Total
ALTA REACCIÓN	25	0	25
BAJA REACCIÓN	3	87	90
Total	28	87	115

La prueba de Chi cuadrado consiste en el cálculo de la ecuación siguiente:

$$x^2 = \sum \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

Donde

x^2 representa a Chi cuadrado

O_i representa las contingencias observadas (valores ordenados dentro del cuadro de contingencias)

E_i representa las contingencias esperadas (valores calculados a partir de los totales del cuadro de contingencias); los valores de se calculan así a partir de los valores de O_i :

O_i	E_i
1) 25,	1) $(25 \times 28)/115 = 6.08695652$,
1) 0,	2) $(25 \times 87)/115 = 18.9130435$,
2) 3	3) $(90 \times 28)/115 = 21.9130435$,
3) 87,	4) $(90 \times 87)/115 = 68.0869565$

El resultado de la prueba considera las relaciones de Chi cuadrado respecto al valor calculado del nivel de significación $x\alpha$ y el nivel de significación esperado α , y un cálculo suplementario del valor de probabilidad p :

"Si $x^2 > x\alpha$, se rechaza H_0 / Si $p < \alpha$, se rechaza H_0 "

El valor de $x\alpha$ está dado por los grados de libertad, que se calculan según la fórmula de abajo, en función del cuadro de contingencias:

Grados de libertad = $(n^\circ \text{ de columnas} - 1) \times (n^\circ \text{ de filas} - 1)$

Grados de libertad = $(2-1) (2-1)$

Grados de libertad = 1

El nivel de significación estadística es comúnmente representado por el símbolo griego α (alfa). Para el caso de este cálculo, el nivel de significación empleado es de 0.05, que indica un riesgo del 5% de error para las conclusiones sobre una prueba como la de Chi cuadrado, lo que brinda certeza del análisis de los datos.

Con los valores de grados de libertad de 1, y 0.05 para alfa, se emplean las tablas de distribución de Chi cuadrado⁵² y el valor de $\chi\alpha$ es de: **3.8415**

El valor de p (probabilidad), que se calcula a partir de χ^2 .

Para el cálculo de χ^2 , se parte del cuadro de contingencias establecido y se ordena según las filas, lo que implica que la variable reacciones es considerada como independiente y alcance se ve como dependiente, de acuerdo con lo establecido en las hipótesis.

Tabla 10.
Cálculo de Chi cuadrado

O	E	O-E	(O-E)^2	((O-E)^2/E)
25	6.08695652	18.9130435	357.703214	58.765528
0	18.9130435	-18.913043	357.703214	18.9130435
3	21.9130435	-18.913043	357.703214	16.3237578
87	68.0869565	18.9130435	357.703214	5.25362319
				99.2559524

Para efecto de comprobación, realicé la misma operación de cálculo en una calculadora en línea, llamada Quantpsy: <http://www.quantpsy.org/chisq/chisq.htm>.

	Gp 1	Gp 2	Gp 3	Gp 4	Gp 5	Gp 6	Gp 7	Gp 8	Gp 9	Gp 10
Cond. 1:	25	0								25
Cond. 2:	3	87								90
Cond. 3:										0
Cond. 4:										0
Cond. 5:										0
Cond. 6:										0
Cond. 7:										0
Cond. 8:										0
Cond. 9:										0
Cond. 10:										0
	28	87	0	0	0	0	0	0	0	115

Output:

Calculate Reset all

Chi-square: 99.256
degrees of freedom: 1
p-value: 0
Yates' chi-square: 94.077
Yates' p-value: 0

Status: Status okay

Ilustración 5. Comprobación del cálculo de Chi Cuadrado mediante el uso de una calculadora en línea.

Derivado de los cálculos se procede a revisar el esquema para la toma de decisiones:

"Si $X_c > X_{\alpha}$, se rechaza H_0 / Si $p < \alpha$, se rechaza H_0 "

Por lo tanto, como

$X_c > X_{\alpha}$, se rechaza H_0 / $p < \alpha$, se rechaza H_0
99.25 > 3.84, **se rechaza H_0** / $2.21^{-23} < 0.05$, **se rechaza H_0**

⁵² Las tablas mencionadas son conjuntos de valores ya calculados con base en medidas de probabilidad de valores de Chi cuadrado y grados de libertad. Véase: http://labrad.fisica.edu.uy/docs/tabla_chi_cuadrado.pdf.

La interpretación de los resultados se sustenta en las hipótesis antes planteadas, y la evidencia señala que se rechaza la hipótesis nula, H_0 = El nivel de veces que una publicación se comparte es independiente del nivel de reacciones que recibe. Así, el cálculo anterior indica que hay evidencia estadísticamente significativa de lo que señala la hipótesis alternativa, H_a , es decir, que el nivel de veces que una publicación se comparte depende del nivel de reacciones que recibe.

El análisis de Chi cuadrado aportó la comprobación de que no sólo existe una relación entre las reacciones y el alcance, sino que se puede considerar el alcance como algo que depende de las reacciones que una publicación recibe. Hay que considerar que esta prueba se pudo realizar para las publicaciones de *Facebook*, que contaban con la totalidad de medidas posibles y donde se buscaba explorar si entre los tres tipos de variables presentes se podía notar algún tipo particular de correlación. Para las indagaciones con datos de *Twitter* y *YouTube*, no se realizó esta última prueba por las razones antes mencionadas, pero sí los análisis de regresión múltiple de manera análoga a la de Memes Literarios, a fin de explorar los grados de correlación entre las dos variables que cada caso presentaba.

En el caso del anuncio del premio nobel de Bob Dylan el resultado del análisis de regresión lineal simple para los 583 tuits del corpus fue una correlación positiva media, con un coeficiente r de +0.6049 entre los valores de favoritos y retuits para esa conversación, lo que sugería que las veces que un tuit era marcado favorito y en que era retuiteado se influyeron mutuamente en 37.15% (r^2).

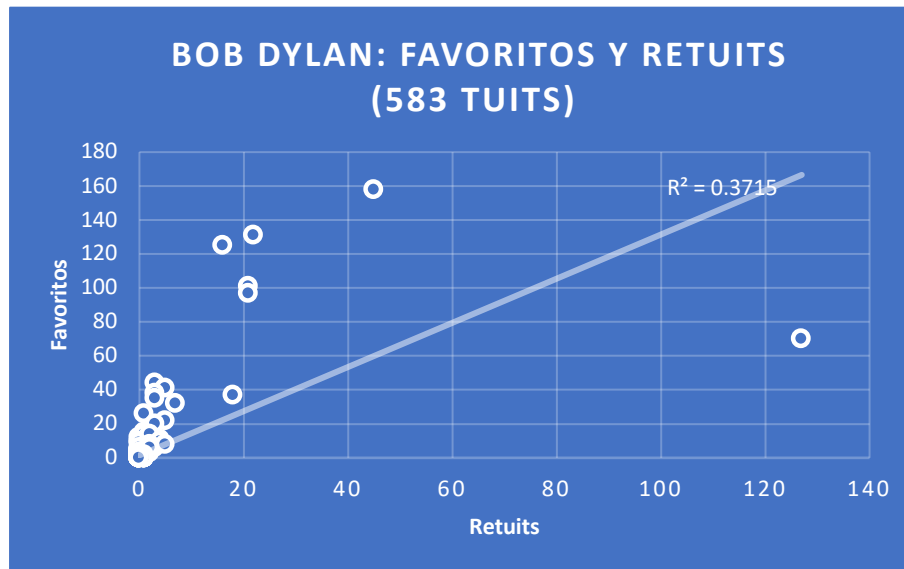


Gráfico 12. Regresión lineal del caso de Bob Dylan.

Los datos del corpus del caso de Ximena García, de 3213 tuits, resultó tener una correlación mayor entre las variables observadas, con un coeficiente r de $+0.9345$, lo que puede considerarse una correlación positiva muy fuerte, que sugiere una gran influencia entre las medidas de retuits y favoritos para estas publicaciones, con un r^2 de 87% de influencia en la variación de cada variable. Pese a que no realicé una prueba de independencia de Chi cuadrado para los casos de *Twitter* según las razones antes explicadas, se puede percibir que las altas correlaciones positivas sugieren que un contenido con una medida alta de favoritos probablemente será bastante retuiteado también.

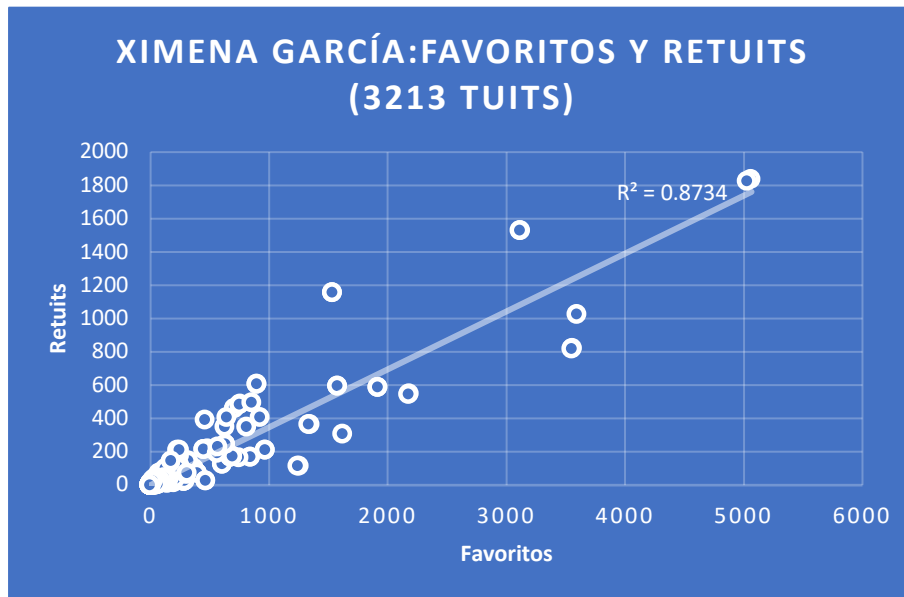


Gráfico 13. Regresión lineal del caso de Ximena García.

Aunque las medidas en el caso de Greta Thunberg se atuvieron a una consideración distinta a las de los casos en Twitter y Facebook, el coeficiente r para las medidas *like* y *reply* fue de $+0.8317$, una correlación positiva considerable, además de que el porcentaje de variación que aportó r^2 fue de 69.17% . Pese a que hace falta cierta reserva para plantear un escenario de dependencia entre variables, en este caso, la correlación también sugiere que un alto nivel de agrado conlleva un alto nivel de respuestas.

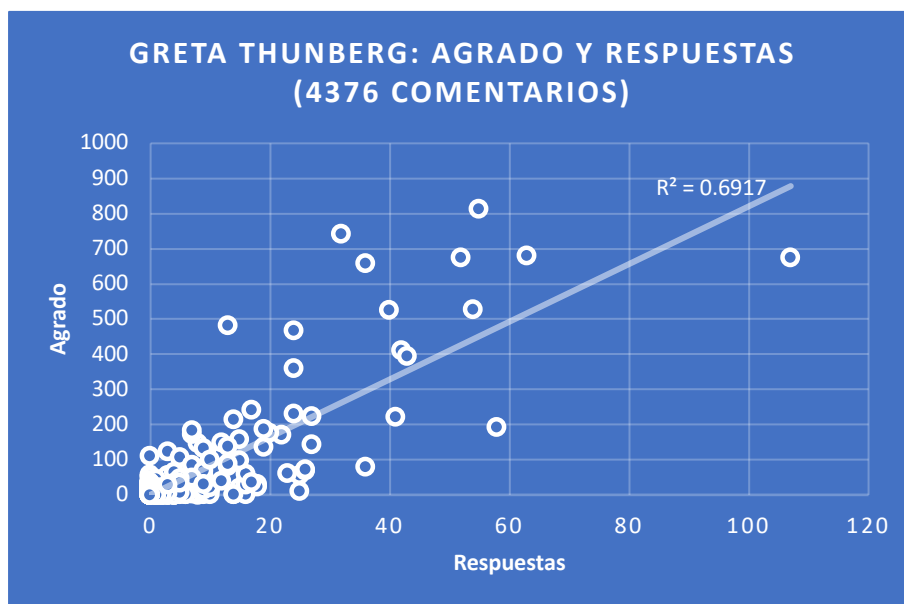


Gráfico 14. Regresión lineal del caso de Greta Thunberg.

En todos los casos, en *Facebook*, *Twitter* y *Youtube*, los datos observados presentaron niveles de considerables a muy altos de correlación, y en Facebook particularmente, se demostró la relación de dependencia entre las interacciones de reacción que de algún modo califican, o demuestran el agrado por una publicación (algo análogo al *like* de *YouTube* y *favorite* de *Twitter*), sugiriendo que la hipótesis antes planteada de que las reacciones podrían preceder a las difusiones de contenidos (o publicaciones en una red de socialización digital) no se puede descartar como inválida según el trabajo cuantitativo de esta investigación.

4.3.2 ANÁLISIS CUALITATIVO

En la exploración cualitativa, inicialmente esboqué una matriz de apoyo para el análisis del discurso, ésta concentra los principales preceptos teóricos empleados en el marco teórico, a fin de ir desentrañando para cada meme los puntos donde se evidencian las conexiones de éste con aspectos individuales la teoría a fin de reconocer e interpretar, en términos teóricos, los memes de la muestra y plantear formalmente los ejes de análisis del trabajo.

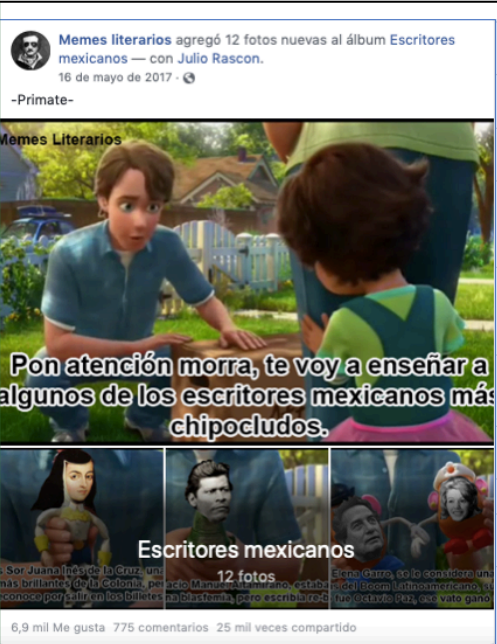
MEME	Descripción	CULTURA
 <p>Memes Literarios agregó 12 fotos nuevas al álbum Escritores mexicanos — con Julio Rascon. 16 de mayo de 2017 · 🌐</p> <p>-Primate-</p> <p>Memes Literarios</p> <p>Pon atención morra, te voy a enseñar a algunos de los escritores mexicanos más chipoclugos.</p> <p>Escritores mexicanos</p> <p>12 fotos</p> <p>6,9 mil Me gusta · 775 comentarios · 25 mil veces compartido</p>	<p># 2</p> <p>El álbum de imágenes recrea una de las escenas finales de la película animada de Pixar, "Toy Story 3" donde sustituye las caras de los juguetes que Andy va sacando de la caja con los rostros de escritores mexicanos. El letrero que inicia la secuencia, en posición inferior dentro de la imagen,</p> <p>¿Qué idea o información está comunicando el meme? ¿Cómo lo sabemos?</p> <p>¿Cómo se está comunicando esta información?</p> <p>¿Qué representa o significa este meme (dentro de este espacio, para ciertas personas, en este particular punto en el tiempo)? ¿Cómo lo sabemos?</p> <p>¿Dónde se "posiciona" este meme con respecto a la relación que implica o que invoca entre la gente que entra directamente en contacto con este meme? ¿Qué nos dice esto?</p> <p>¿Qué nos dice este meme acerca de los tipos de contextos en los que este meme prueba ser replicable y difundirse rápido?</p> <p>¿Qué parece asumir este meme acerca de la verdad y el conocimiento dentro de este contexto particular?</p> <p>¿Qué temas, ideas, posiciones profundas o mayores son</p> <p>¿Qué nos dicen estos temas, ideas y posiciones acerca de diferentes grupos sociales?</p> <p>¿Qué nos dicen estos memes acerca del mundo o de una particular versión del mundo?</p>	<p>proceso social total</p> <p>1. El meme da una selección de escritores mexicanos destacados. Lo sabemos por el anuncio y la acción de enunciar a los escritores.</p> <p>2. La información se está comunicando de forma chusca, a partir del vocabulario y la referencia a la película animada Toy Story 3.</p> <p>3. Representa una especie de homenaje a los grandes escritores de México, y en particular a Juan Rulfo. Lo sabemos por la reserva que se guarda para el final como un momento esperado y de revelación, además de la fecha del aniversario del centenario de Rulfo.</p> <p>1. Este meme se posiciona como una especie de indicador de las posiciones relativas entre los escritores reconocidos de México. Esto nos lo dice la ceremoniosidad que implica su forma y sus pausas para presentar el "catálogo" de autores.</p> <p>2. Nos indica que está pensado para difundirse en espacios donde la narrativa de ficción en español y latinoamericana se valora por encima de la poesía y las narrativas de otras regiones del mundo.</p> <p>3. El meme parece asumir que la narrativa de ficción tiene un valor inestimable, y que ofrece una verdad incuestionable.</p> <p>1. Promueve la relevancia de los escritores mexicanos del siglo XX, y la superioridad de Juan Rulfo entre</p> <p>2. Nos dice que los escritores mexicanos del siglo XX son un tema de interés para varios grupos sociales, incluso si estos no son mexicanos.</p> <p>3. Refuerzan una visión de mundo sustentada en una tradición de excelencia formal en las ficciones latinoamericanas e incluso cuestiona indirectamente el Nobel de Octavio Paz al exponerlo como alguien que era superado por Rulfo.</p>

Ilustración 6. Ejemplo de análisis del discurso de un meme de Facebook con matriz teórica adjunta.

MARCO TEÓRICO														
CULTURA		PODER			INTERSTICIOS				COMUNICACIÓN					
proceso social total	Instituciones sociales	Agencia	Dominación	Resistencia	Vitalidad vs petrificación	Relajo	Escamoteos	Estrategias del desencanto	Desestabilización de estructuras de poder	Mediaciones e hipermediaciones	Eventos	Nanohistorias	Folclor	Sistemas de paso

Ilustración 7. Matriz teórica.

Como puede apreciarse en las ilustraciones 5 y 6, la matriz teórica propuesta reflejaba vagamente los postulados que sirven de sostén al Marco Teórico construido, cuyos ejes principales fueron aspectos relacionados con: cultura, poder, intersticios, comunicación. La matriz elaborada tuvo la intención de servir para la posterior codificación luego de que el análisis del discurso de cada meme (elementos de imagen) estuviera finalizado, esto fue para servir de sustento a las diversas categorías y conjuntos de códigos surgidos en esta fase del trabajo.

Tabla 11.

Ejemplo de la codificación en la publicación 5

El meme evoca en una recurrida escena de un filme, pero interviene el lenguaje empleado emulando los versos en el poema El cuervo, de Edgar Allan Poe. La lógica de este tipo de meme funciona en la secuencia siguiente: hay un insulto o reto al que el personaje vestido de rosa confronta, para lo que pide que le sostengan la bolsa (o cualquier accesorio según el meme) y hace una contestación que sigue la lógica del insulto o la situación, en este caso, dice versos al estilo del lenguaje en El cuervo.	> REFERENCIA AL POEMA
La imagen se presenta cómica e ingeniosa, pero a un tiempo, críptica; exige tener noción de la obra de Poe y el tipo de adjetivación que lo caracteriza.	>TIPO DE DISCURSO MEMÉTICO CON REGLAS INTERNAS
El meme puede significar una actualización de la situación básica del poema El Cuervo, ya que, en esencia es una confrontación a la figura del cuervo. Este tipo de meme es una especie de plantilla que adopta un mensaje variable pero dentro de la misma situación de reclamo y la declaración de ciertas cosas valoradas por el enunciador, aquí se destacan el busto de Palas Atenea y un libro viejo y raro de saberes olvidados, quizá representaciones de la alta cultura y el conocimiento o las escrituras clásicas/ancestrales.	>REFERENCIA LITERARIA PUESTA EN CÓDIGO DE MEME/CULTURA POPULAR
	>NECESIDAD DE REFERENCIA LITERARIA >>NECESIDAD DE CONOCIMIENTO DEL MEME QUE LE DA ORIGEN
	El meme involucra al poema El Cuervo y al filme Y dónde están las rubias ⁵³ , amalgamados en una página de memes sobre literatura. La parte <u>MEMÉTICA</u> se puede apreciar inicialmente sustentada en el filme y la literatura en el poema, sin embargo, ambas instancias se contaminan. El poema y su lenguaje se vuelve objeto de risa y replicación; la escena del filme por su parte, evidencia una especie de narrativa propia, de la que el tema en curso (El cuervo/la literatura) echa mano para decir lo mismo que otros discursos: replicar la escena del filme.

⁵³ *White Chicks*, según el título original en inglés.

Una vez que se realizó esta clase de trabajo inicial para cada publicación, los concentrados de la codificación se agregaron a una sola matriz que contenía todos los memes, para su comparación e identificación de códigos generales, como puede apreciarse en la tabla 12.

Tabla 12.

Ejemplo del concentrado en la matriz general de las 18 publicaciones en Facebook

# Ref.	CLAVE	Proceso social total	Instituciones sociales
1	CORTÁZAR VS COELHO	Hay una comparación relacionada con la literatura (autores) empleando referencias a Facebook y a narrativas propias de Memes Literarios.	Los estudios de literatura aportan justificaciones sobre la calidad de una obra, idea que se hace extensiva hacia autores y tipos de obras.
2	PLANKTON	Se presentan patrones de experiencia personal común: laboral, estudiantil, y adultez.	La universidad como formadora de profesionistas y antecesora de la vida adulta.
3	NERUDA VS WEVER	Un resultado deportivo se asocia a la valoración de un tipo de obra literaria.	Se aplican códigos de fútbol como representación de sentidos propios de la literatura.

Tras comparar los códigos anteriores, se identifican cinco categorías de análisis principales surgidas del análisis inicial: 1. Coyunturas; 2. Cultura pop generadora de memes o picos de atención; 3. Refrendar, cuestionar o proponer un canon literario; 4. Tensiones con otros discursos además de la literatura; 5. Prácticas e identidad de sus lectores. Los códigos se integraron en el Diagrama inicial 1 que sirve como base para el posterior Modelo 1.

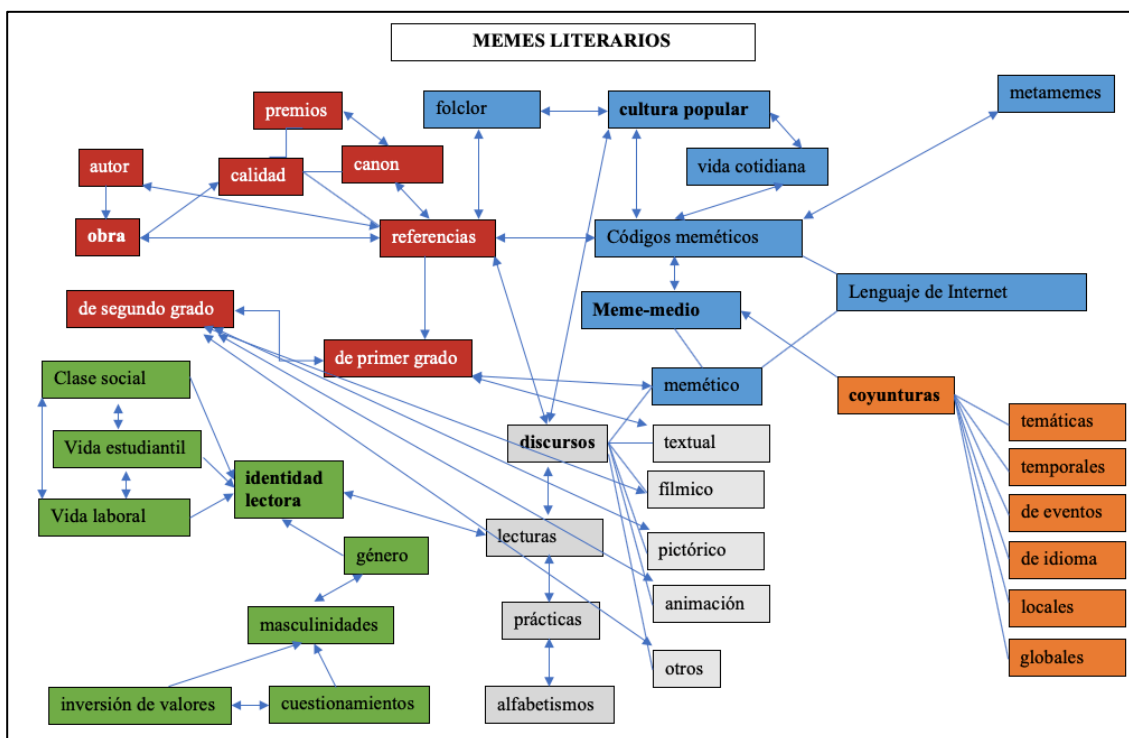


Diagrama 1. Integración de relaciones entre categorías analíticas de Memes Literarios.

A fin de dotar de sentido al mapa de categorías y relaciones aportado por los códigos, me auxilié de dos herramientas etnográficas que pude emplear para la exploración de Memes Literarios: por un lado, una entrevista con los administradores del sitio y, por otro lado, un registro de observaciones en la comunidad en *Facebook*.

La entrevista fue semiestructurada (Flick, 2004), y participaron dos administradores de Memes Literarios entre el 25 y 26 de octubre de 2017, mediante el servicio de mensajería instantánea de *Facebook*; el objetivo era conocer acerca del origen de la comunidad, quiénes intervinieron y cómo, cuál era la idea que la sustentaba y, si había algún proyecto, plan u orientación sobre los que se trabajara específicamente en aquel momento.

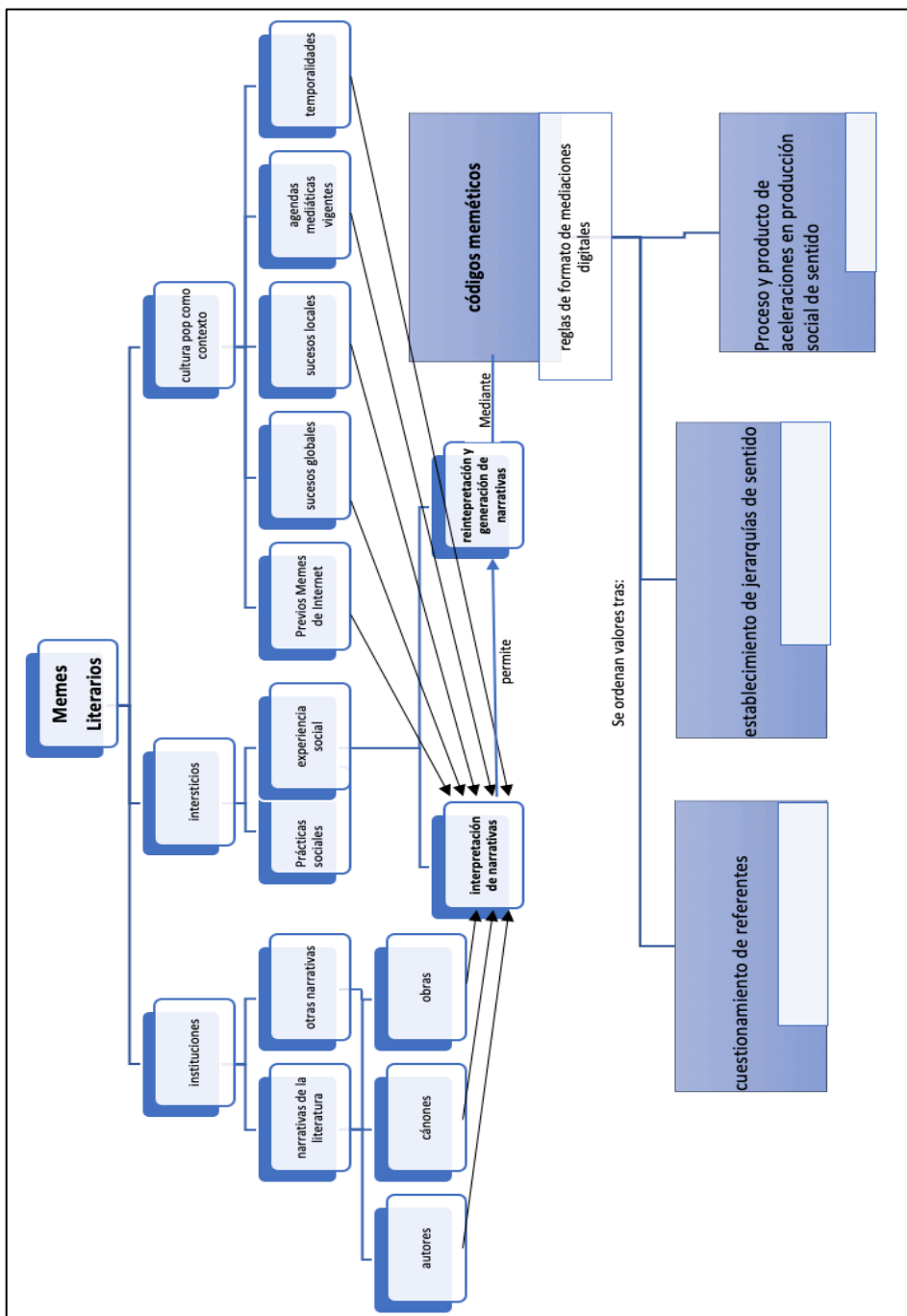
El registro de observaciones da cuenta de las observaciones efectuadas entre septiembre de 2017 y diciembre de 2018, efectuado según los dictados de la Matriz Metodológica para Análisis de Comunidades Virtuales de Pereira y Rocha (2017). Un ejemplo del análisis de comunidad virtual que realicé sobre Memes Literarios puede verse en la Tabla 13, donde se muestra la primera parte del programa sugerido por Pereira y Rocha, que llaman “Caracterización de la comunidad”.

Tabla 13.

Ejemplo de Matriz de Análisis de Comunidades de Pereira y Rocha, con información de Memes Literarios

SUBDIMENSIÓN	INDICADORES
Finalidad/Misión de Comunidad	Misión de la comunidad: Ocio, comunidad no tiene fines de lucro.
Naturaleza de la Comunidad	Caracterización de la comunidad: principalmente social, relacionada directamente con la literatura, la lectura literaria y la industria de las publicaciones impresas. Su grupo etario no es exclusivo, aunque las referencias de sus contenidos apuntan a una especie de visión por lo menos adulta de ciertos acontecimientos. Puede ser fácilmente hallada a partir de cualquier motor de búsqueda; la comunidad se alberga en Facebook y aunque la plataforma suele permitir ver sólo de forma parcial ciertos contenidos al explorar sin una cuenta, la visualización sin registro es posible por el perfil es público.
Espacios de Comunicación	No existe una forma directa de control para acceder o volverse parte del grupo, sin embargo, se advierte en la página de <i>Información</i> el tema principal: la literatura, y el privilegio de cierto tipo de literatura: “Humor apto para cronopios. Si te gusta leer, estás en el lugar adecuado. Si eres un vampiro que brilla, aléjate.” Las obras de Julio Cortázar por encima de las de Stephenie Meyer, por ejemplo.
Creación y Evolución	Acerca del origen e historia de la propia comunidad no se provee información más allá de su fecha de inicio el 17 de diciembre de 2013, su política de respeto hacia los derechos de autor respecto a las imágenes publicadas en el sitio y la posibilidad de explorar el archivo histórico. No se especifica razón para su creación, ni hay datos acerca de sus reformas y cambios estructurales. En la página de información se enlistan algunos de sus administradores, pero desde las publicaciones se aprecia una mayor cantidad, a juzgar por los rótulos que los identifican.

En la matriz de análisis de la comunidad, se aplicó el mismo proceso de codificación con los parámetros anteriormente definidos, por lo que, tras la integración de las categorías de codificación, se desarrolló un diagrama (Modelo 1) que representa el funcionamiento de las dinámicas de memes en Memes Literarios, según lo observado y lo demostrado por los memes en los que se efectuó el análisis de contenido.



Modelo 1. Proceso de meme en Memes Literarios.

El diagrama propuesto supuso una primera respuesta a la pregunta de investigación, afirmando que en Memes Literarios intervienen identidades individuales que se definen por sus lecturas, mismas que participan en discursos diversos, principalmente meméticos, nutriéndose del lenguaje de Internet, reproduciendo esos códigos meméticos a través de un medio llamado meme que integra cultura popular, referencias de obras y autores cuya calidad se define en términos de premios, cánones y la referencialidad a éstas y éstos; las referencias en Memes Literarios y en los memes pueden hallarse en esquemas de primer grado o de segundo grado, donde antes hay referentes que directamente e indirectamente inciden sobre el meme. El meme como medio, está inserto además en una red de coyunturas que integran la localidad, la globalidad, el idioma, temas, eventos y temporalidades para determinar que un meme sea más popular que otros.

4.3.3 EJES DE ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN

La segunda fase del análisis cualitativo de los datos se efectuó tras la incorporación de las reflexiones iniciales del análisis del discurso con los elementos teóricos en términos del marco teórico generado; para esto es necesario mencionar los ejes de análisis finalmente alcanzados y cómo fueron desarrollados.

En un primer momento, se contaba sólo con las categorías derivadas del análisis del discurso efectuado en la muestra de Memes Literarios:

Coyunturas. Las coyunturas eran entendidas (como lo señala el Diagrama 1) dentro del ámbito de la cultura pop, y se consideraban: memes de Internet previos, sucesos globales, sucesos locales, agendas mediáticas vigentes, y temporalidades. Como categoría derivada de un proceso de codificación, las coyunturas representaban los puntos de coincidencia de distintas clases de articulaciones de espacio, tiempo, y tema que servían para dotar de un marco contextual específico a los memes.

Cultura pop generadora de memes o picos de atención; refería aquellas manifestaciones o referentes que por ser repertorio común colectivo permiten un código que inicialmente es compartido, estas manifestaciones dentro de los memes se conjugan con distintas formas de coyunturas para potenciar el agrado o apego que los repertorios pueden producir para servir de marco contextual general para los memes.

Refrendar, cuestionar o proponer un canon; comprendía las manifestaciones de tensiones en términos de valores canónicos sobre literatura⁵⁴, como obras, movimientos y/o autores.

Tensiones con otros discursos además de la literatura; incluía los nexos entre referentes literarios con otros discursos, como el filmico, series animadas, la fotografía, etcétera.

Prácticas e identidad de los lectores; designaba los ejemplos de actividades y prácticas comunes de usuarios de Memes Literarios. En este caso se percibían ciertas manifestaciones cercanas a la noción del intersticio.

Las anteriores categorías, habían estado sustentadas inicialmente en los conceptos teóricos del marco teórico, sin embargo, los resultados preliminares carecían de una clara conexión teórico-metodológica. Aunque he referido el Modelo 1 como un mapa del proceso de los memes en Memes Literarios, resultó necesario identificar más elementos y desarrollar más reflexiones que permitieran tomarlo verdaderamente como un acercamiento a cómo un meme es replicado y puesto en circulación bajo condiciones socioculturales específicas en redes de socialización digital. Este mapa tuvo que ser necesariamente confrontado con las percepciones derivadas del análisis de los procesos de replicación de contenidos en los casos adicionales seleccionados en *Twitter* y *YouTube*. Fue precisamente en el proceso del armado de las “postales” para ejemplificar las conexiones empíricas de cada caso cuando se hicieron evidentes los conceptos teóricos centrales que efectivamente habían servido como ejes del análisis:

En primera instancia, la producción social de sentidos compartidos por un grupo (al que antes llamé nicho o campo de interacción) de usuarios de *Facebook* como canales incesantes de producción de sentidos compartidos (y al mismo tiempo en disputa) evidencia la clase de dinámica cultural que ahí se lleva a cabo. La cultura quedaba entendida como proceso social total, acotada a manera de visualidad y eventos (Williams, 2000; Geertz, 1973; Thompson, 1990, Mirzoeff, 2003; González, 2014), con lo que se procedió a identificar cada caso, es decir, cada meme, como un evento particular; esto aplicó para cada uno de los 18 elementos de la muestra en Facebook, y para las dos conversaciones en *Twitter* y el video en *YouTube*, con lo cual se consideraron 21 eventos y sus visualidades. Lo anterior quiere decir que básicamente un eje teórico lo conformó la *Cultura como visualidad y eventos*, la selección

⁵⁴ Debido a que, por aquellos momentos, el análisis contemplaba únicamente la muestra en Memes Literarios.

de los casos fue el primer acercamiento, y sería hasta el final del trabajo cuando se daría la reflexión general de este aspecto.

En segundo término, a discusión del canon literario permite hacer evidentes tensiones en relaciones de poder que sostienen dicho campo, de ahí viene el sustento de poder y que el segundo eje teórico se centre en *Dominaciones: el poder como discurso y visualidad* (Castells, 2009, Foucault, 1972; Rose, 2001; Nead, 1988; Barthes, 1986; Williams, 2000). Desde este eje se procedió a tratar de observar en cada meme las condiciones que suponían asimetrías en los valores expuestos en cada meme, probablemente estableciendo valores dominantes y sus contrapartes.

Tercero, la discusión en espacios de socialización en línea de parte de un nicho de "usuarios", es decir, de personas ajenas al régimen de legitimación institucional que (en muchos casos) sustenta el intersticio; de ahí que el tercer eje teórico fuera *Resistencias desde intersticios y desde el humor* (Williams, 2000; Even-Zohar, 2005; Castro-Gómez, 2007; De Certeau, 2000; Portilla, 1984; Bajtin, 2003), donde exploré las operaciones de resistencia frente a las dominaciones, tratando de abarcar las maneras en que se hacía frente a los valores dominantes, estableciendo opciones alternativas para tales casos.

En cuarto lugar, los referentes desde el folclor y la cultura pop como elementos que incentivan la discusión dan cuenta de las apropiaciones y negociaciones de sentido por canales si no ajenos, por lo menos paralelos a las autoridades que legitiman el canon (literario y cualesquiera otros): de ahí la valía de la comunicación como negociación de sentidos históricamente situados. El cuarto eje de teórico se constituyó entonces por la *Comunicación cultural como trayectorias y sistemas de paso* (Carey, 1989; Baricco, 2008; Wasik, 2009; Fernández-García, 2017), que buscaba reconocer las operaciones y modos de recepción de contenidos y sus sentidos que permitían a cada meme establecer relaciones con otros textos culturales, audiencias o sentidos.

A partir de estos cuatro planteamientos y la examinación de sus implicaciones en las postales se planteó una segunda revisión analítica en cada meme y sus conexiones con cada tipo dimensión de teórica. Los ejes analíticos quedaron, por lo tanto, fijados de la siguiente manera en las condiciones socioculturales reconocidas:

1 – Temporalidad. Reconocimiento de los memes como eventos y nanohistorias.

- 2 – Tensiones políticas en un discurso. Localización de discursos que presentan una activa tensión entre valores dominantes y sus prácticas de resistencia.
- 3 – Actores involucrados. Implica la visualización de figuras clave en las discusiones de los determinados campos de interacción.
- 4 – Anclaje de tendencias externas. Reconocimiento de cómo los memes se valen de otras historias y eventos para constituirse nanohistorias.
- 5 – Atmósfera de polarización. Reconocimiento de espacios (intersticios) donde con dificultad se reconocen valores dominantes estáticos y más bien hay discusiones activas.
- 6 – Humor como detonador de atención. Empleo del humor y la ruptura de la seriedad para contravenir discursos y lógicas dominantes.
- 7 – Lenguaje del meme. Formas de visualización empleadas en los memes con diversidad de códigos.
- 8 – Cultura pop referida. Intertextualidad como establecimiento de los memes a modo de sistemas de paso y trayectorias.
- 9 – Conformación de la audiencia. Cultura como una forma de ser que conlleva determinadas formas de validar visualidades y eventos.
- 10 – La posibilidad especular del meme. Articulaciones de condiciones socioculturales comunes, además de la expresión del yo en la comunicación en Internet que a fin de cuentas consituye la replicación en los memes de Internet.

Tabla 14. Cuadro de coherencia teórico-metodológica

Nombre	Condiciones de replicación sociocultural en memes de internet			
Objeto de Estudio	Condiciones socioculturales destacadas que operan en la replicación de memes de Internet			
Preguntas	Objetivos	Categorías	Observables	Herramientas
¿Cuáles son las condiciones socioculturales destacadas en la replicación de memes de Internet populares en redes de socialización en línea y de qué formas perceptibles operan en los contenidos puestos	Identificar y analizar las condiciones socioculturales más relevantes que se ven envueltas en la replicación de contenidos.			

en circulación por los internautas?

¿Cuáles son los memes de Internet populares en ciertos contextos?	Identificar memes de Internet populares en redes de socialización en línea.	POPULARIDAD DE MEMES DE INTERNET	Cantidad de interacciones de los internautas con el meme de Internet. Correlaciones y/o dependencia entre variables de interacción	-Minería de datos <i>online</i> y diagrama de caja y bigotes para reconocer: Publicaciones con altas cantidades de interacción, y número de reacciones/ comentarios/ veces que se comparte una publicación. -Análisis de regresión lineal para identificar correlaciones entre variables -Prueba de independencia de Chi Cuadrado para conocer si hay dependencia entre variables
¿Cuáles son y cómo operan las condiciones socioculturales destacadas en la replicación de memes de Internet?	Identificar las condiciones socioculturales más comunes que intervienen en la replicación de memes de Internet y analizar cómo operan.	CULTURA COMO VISUALIDAD Y EVENTOS	Sucesos inesperados y sucesos programados Imágenes de sucesos, discusiones o producciones online	Observación de tipo netnográfico para hallar: -TEMPORALIDAD -ANCLAJE DE TENDENCIAS EXTERNAS -CULTURA POP REFERIDA -CONFORMACIÓN DE LA AUDIENCIA
¿Cuáles son y cómo operan las condiciones socioculturales destacadas en la replicación de memes de Internet?	Identificar las condiciones socioculturales más comunes que intervienen en la replicación de memes de Internet y analizar cómo operan.	PODER COMO DISCURSO Y VISUALIDAD	Expresiones que evidencian relaciones asimétricas en discusiones sobre temas y sucesos relacionados con los memes Prácticas de representación	Análisis del discurso para reconocer: -TENSIONES POLÍTICAS EN UN DISCURSO -LENGUAJE DEL MEME

			visual que sustentan relaciones asimétricas	
¿Cuáles son y cómo operan las condiciones socioculturales destacadas en la replicación de memes de Internet?	Identificar las condiciones socioculturales más comunes que intervienen en la replicación de memes de Internet y analizar cómo operan.	RESISTENCIAS DESDE INTERSICIOS Y DESDE EL HUMOR	-Modos, sitios y momentos de discontinuidad a valores imperantes -Rupturas de la seriedad para impedir realización de valores imperantes	Análisis del discurso para reconocer: - ATMÓSFERA DE POLARIZACIÓN -HUMOR COMO DETORNADOR DE LA ATENCIÓN
¿Cuáles son y cómo operan las condiciones socioculturales destacadas en la replicación de memes de Internet?	Identificar las condiciones socioculturales más comunes que intervienen en la replicación de memes de Internet y analizar cómo operan.	COMUNICACIÓN COMO TRAYECTORIAS Y SISTEMAS DE PASO	-Formas discursivas que exhiben asociaciones típicas o novedosas de sentidos -Prácticas de intervención visual de contenidos	Análisis del discurso para reconocer: -ACTORES INVOLUCRADOS -POSIBILIDAD ESPECULAR DEL MEME

La antes mencionada integración metodológica mixta, pasada por el tamiz de los ejes de análisis recién descritos se presenta en el capítulo siguiente, que corresponde a los resultados de mayor elaboración de este trabajo y que pretenden responder de forma más integral a la pregunta de investigación, analizando cómo operan los discursos que sustentan las condiciones sociales y culturales en las que se mueven los sentidos perceptibles de la replicación de memes de Internet en Memes Literarios en *Facebook*, además de las tres conversaciones elegidas en *Twitter* y en *YouTube*. Se advierte, no obstante, que lo hallado en el capítulo 5 puede considerarse acertado o no, pero no pretende pronunciarse como una certeza definitiva que posibilite dejar la pregunta de investigación de lado, sino que, ante todo reconoce la necesidad de la exploración e indagación constante de cómo la participación activa de las audiencias moldea desde la comunicación, los modos de pensar y usar no sólo la literatura, sino cualesquiera sentidos en la sociedad y la cultura enteras.

CAPÍTULO 5. ANÁLISIS: *FACEBOOK, YOUTUBE Y TWITTER*

En este capítulo se aborda la integración metodológica mixta, que pretende responder de forma más integral a la pregunta de investigación. Aunque ya he aportado justificaciones diversas de mi elección de Memes Literarios como lugar inicial para efectuar esta investigación, conviene describirlo en más detalle para una mayor comprensión de las propuestas de esta sección, ya que se trata del sitio más estudiado en el periodo del trabajo, además de ser el único entorno concreto de donde se extrajeron datos de contexto, pues las discusiones en *Twitter* y *YouTube* no estuvieron ancladas a sitios particulares como Memes Literarios, sino a coyunturas contextuales específicas donde tuvo lugar cada conversación.

El análisis deviene principalmente de cuatro aspectos sobre los memes estudiados: *Cultura como visualidad y eventos*, su condición de eventos visuales; para *Dominaciones: el poder como discurso y visualidad*, los escenarios de dominaciones que se establecen en cada meme; *Resistencias desde intersticios y desde el humor*, plantea la ocasión de pensar en las tácticas que se oponen a las dominaciones o que directamente las confrontan; *Comunicación cultural como trayectorias y sistemas de paso*, es la reflexión de las formas en que cada meme procede a replicarse mediante la adquisición de asociaciones (innovadoras o típicas) por parte de quien lo reproduce.

Se vuelve necesario entender que, en Memes Literarios, aunque el humor y los referentes literarios (obras, autores, movimientos, estilos, estudios, etcétera) son elementos que se espera que todos los memes tengan, no se puede asumir cabalmente que cada publicación los contenga; sin embargo, una vez reconocidos los elementos que se destacan particularmente en cada meme, trataré de abordar el humor y lo literario como aspectos clave de estos memes.

Sin duda es arriesgado afirmar que dieciocho publicaciones son suficientes para permitir una observación que ilustre de forma significativa lo que ocurre en Memes Literarios de forma general, no obstante, la selección obedece al interés de observar dinámicas específicas de lo que sucede en memes que reciben amplia atención, además de que la continua observación de las dinámicas internas de Memes Literarios permite que el acercamiento sea desde una perspectiva investigativa contextualizada. Por fortuna, el análisis se extiende además hacia

otros entornos de socialización en línea donde podrá verse una diferencia en las dinámicas de tales memes.

5.1 MEMES COMO PRODUCCIONES: *FACEBOOK*

Memés Literarios consiste en una página de *Facebook* cuya dirección web es <https://www.facebook.com/MemepediaLiteraria/>, y el aspecto de su página de inicio en octubre de 2019 es el siguiente:

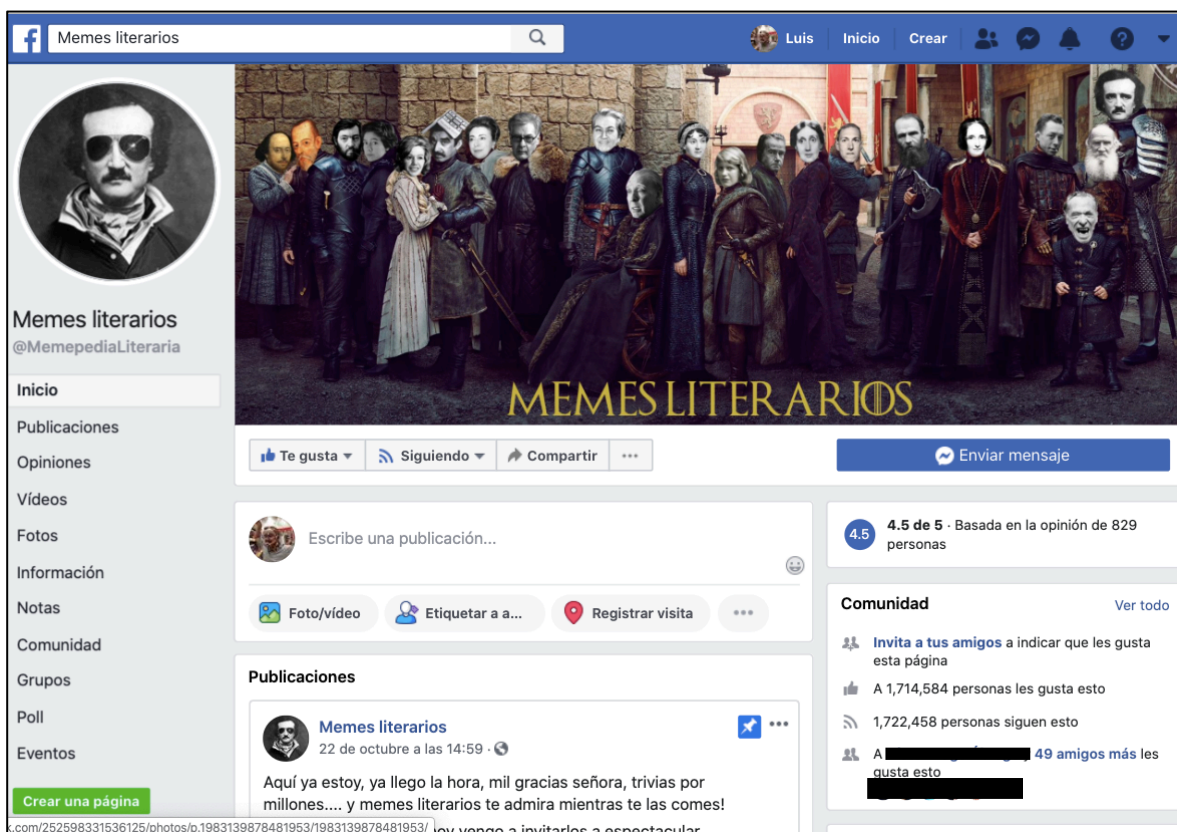


Ilustración 8. Aspecto de la página de inicio de Memés Literarios.

En el periodo delimitado por las decisiones metodológicas, *Memés Literarios* hizo un total de 4,020 publicaciones. Si bien no puedo afirmar haber visto cada una de ellas, fui y sigo siendo testigo de un gran número de publicaciones hechas en la comunidad. Es así como constaté la existencia de, por lo menos, los siguientes tipos de publicaciones:

- Publicaciones de texto.
- en algunos casos se trata de frases o enunciados breves a manera de comentarios sobre algún tema;

- a veces son publicaciones de algún tipo de *documento* preexistente: poema, cuento, carta algún autor, e incluso uno de Preguntas Frecuentes (o *FAQ*, por sus siglas en inglés) y un comunicado de reto para los usuarios de la página, aunque este tipo de publicación lo compone un acervo de sólo 5 elementos, un elemento de cada tipo descrito;
- comunicados de los administradores de la comunidad para la comunidad entera;
- Publicaciones de imágenes (que en muchos casos han sido intervenidas, es decir, editadas o alteradas en diversos grados).
- Fotografías de libros, textos, personas, situaciones, cómics, pinturas, etcétera;
- Capturas de pantalla: de elementos provenientes de videos (películas, series de TV, dibujos animados, etc.), de publicaciones en sitios de socialización digital (principalmente *Facebook* y *Twitter*), de gráficos o diagramas probablemente generados por computadora, de dibujos o escritos hechos a mano;
- Imágenes ya configuradas con una secuencia o disposición que no sólo exhibe alguno de los casos antes enlistados, sino que es reconocible su intención de exponer algo de forma humorística (comúnmente a esta clase de imágenes se reconoce como memes);
- Publicaciones de video.
- Videos de muy corta duración que sólo muestran una acción y pueden ser vistos como imágenes .gif;
- Videos de corta duración (menos de un minuto) que incluyen cierta narrativa o explicación;
- Videos largos (mayores de un minuto) musicales, extractos de documentales o charlas de escritores, parodias de autores, de obras o de películas, y un solo cortometraje de más de 10 minutos.

De acuerdo con la información de las entrevistas que hice a los moderadores de Memes Literarios, éstos son originarios de distintos países de América Latina, aunque en su mayoría provienen de México, y son quienes principalmente hacen publicaciones, pues según el corpus conformado en este trabajo, en casi los 37 meses observados hubo 4020 publicaciones totales, pero 2577 (64.10%) fueron hechas por los administradores y sólo 1443 (35.89%) por los usuarios de Memes Literarios.

Además del acervo de videos, imágenes, textos y demás publicaciones en las que intervienen mezclas de estos elementos, en Memes Literarios también existen las siguientes secciones, donde los usuarios pueden interactuar con la página: dos publicaciones de tipo *Evento* de Facebook, una sección de encuestas, y una sección de opiniones; adicionalmente existe una sección de grupos, donde se ofrecen tres opciones: 1) El oscuro rincón checo (club de lectura), 2) El Coliseo del Debate y 3) Memes Literarios Grupo Oficial.

Es posible pensar que en Memes Literarios (como también en casi cualquier otro sitio) los memes se alimentan de dos clases de espacios con lógicas distintas de producción de sentido: los institucionales, y los no institucionales, pero ¿en qué medida esto confiere un estatus intersticial a los espacios y sus prácticas? Esto varía, ya que algunos memes en Memes Literarios se mueven en el lugar común, es decir, en afinidad con las lógicas dominantes de la literatura, pese a que este foro, en general, tiene divergencias marcadas con otros espacios donde se observan maneras más *tradicionales* de discutir sobre literatura, por ejemplo, con observación de ciertos protocolos cercanos a lo académico y en una atmósfera general de seriedad.

5.1.1 EL PRINCIPIO CANÓNICO: MEMES 1 Y 3

Los memes en este espacio se caracterizan por ser producciones, es decir, imágenes intervenidas o construidas con miras a una interpretación de humor. Sin embargo, estos memes se hallan sujetos además a las condiciones que imponen las coyunturas derivadas de la cultura pop, siendo estas últimas determinadas por memes de Internet previos, sucesos globales, sucesos locales, agendas mediáticas vigentes y temporalidades particulares. A continuación, presento algunos memes de emplearé para explorar condiciones particulares de su replicación: los memes 1, 3 y 13. En el meme 1, se presentan dos escritores; el meme 3 presenta dos obras y dos escritores, representando también a dos naciones de América Latina; el meme 13 presenta una multitud de autores, en una especie de panteón de autores de literatura mexicana, aunque en cada cuadro muestra autores distintos y los categoriza en modos diversos.

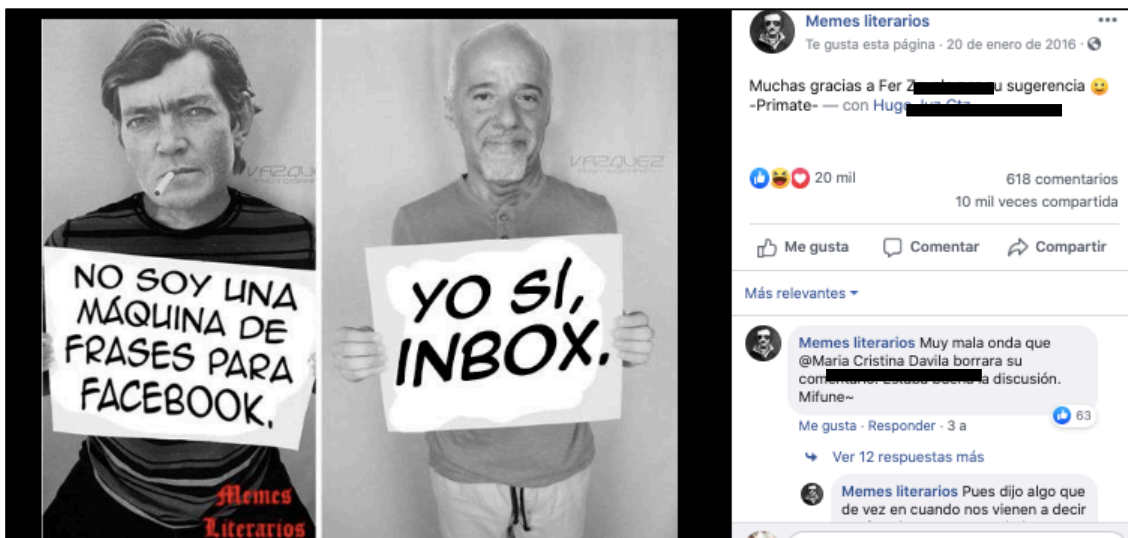


Ilustración 9. Meme 1.

En cuanto a los contextos, temporalmente el meme 1 no se ajusta a una clase de evento o fecha programada, pero no es completamente inesperado, pues se ajusta a la continuidad de la tendencia de memes sobre Paulo Coelho en Memes Literarios.

El escenario de tensiones en que se halla inmerso el meme 1 es un tema que en Memes Literarios rara vez alcanza tintes polémicos, el de la clasificación de literatura (y escritores) en escalas de valor (buena/mala, por ejemplo). La cuestión sobre la valoración de escritores y expresiones literarias se hace patente porque en el meme 1 se puede apreciar una comparación entre dos personajes a modo de exponentes de tipos diferenciados de literatura que más adelante será abordada más en profundidad; por un lado, una que va afianzada en la figura de Julio Cortázar a la izquierda; y por otro, una que se asocia a Paulo Coelho, a la derecha. La tensión exhibida no se queda sólo en una simple valoración, sino que se aproxima a la cuestión de lo canónico, posiblemente como valor dominante al que se contrapone la literatura no canónica.

Para descifrar cómo estas dos figuras pueden estar relacionadas con un canon se hace necesario atisbar a las referencias indirectas que el meme 1 implica, como el mensaje de bienvenida en la sección de información sobre Memes Literarios, donde dice actualmente “Humor apto para cronopios. Si te gusta leer, estás en el lugar adecuado.”, y que hasta 2017 añadía, además: “Si eres un vampiro que brilla, aléjate.” Los *vampiros que brillan* probablemente refieren a la cualidad de los vampiros expuestos al sol según las obras de la llamada saga Crepúsculo (*Twilight*, según el título original en inglés), escrita por Stephenie

Meyer, reconocida en el ámbito de la literatura por las numerosas ventas de sus libros, pero no particularmente por su *calidad* literaria.

El meme 1 establece intertextualidad desde la figura de Julio Cortázar a la mención de los cronopios (creaciones literarias de ese autor, y también se vincula la figura de Paulo Coelho con sus recurrentes menciones en Memes Literarios, particularmente mediante imágenes suyas, presentadas de forma similar a la perspectiva que aborda a Stephenie Meyer, es decir, con la advertencia de “alejarse” de ellos, los escritores que venden muchos libros, pero no ofrecen calidad literaria, por así decirlo. Es irónico, no obstante, que Julio Cortázar también goza de un reconocimiento de varias de sus obras como “*best-sellers*”, y ahí la distinción se establece con cierta claridad hacia el aspecto de la *calidad de las obras literarias*.

Las referencias que el meme establece por su intertextualidad proponen marcos desde los cuales entender la relación que, se espera, se adopte hacia ellas: en el caso de Cortázar y los cronopios, la clave recae en la afirmación de que el humor en Memes Literarios resulta “apto” para cronopios, pero ante los vampiros que brillan (y ante Coelho) se advierte que se debe tener cuidado. En el meme, lo anterior se explicita mediante los mensajes que portan respectivamente los escritores: “No soy una máquina de frases para Facebook.” advierte el afiche de Cortázar, mientras que el de Coelho da continuidad a esa idea diciendo “Yo sí, inbox.”, de este modo las nociones de literatura canónica afianzadas en la figura de Cortázar confrontan a la literatura no canónica desde una idea que se sostiene en este meme: la obra de Cortázar (o bien, literatura canónica) no es una máquina de frases para Facebook, pero la obra de Coelho (literatura no canónica) sí lo es; incluso hay un guiño en la mención de “Inbox” hacia las prácticas de compra y venta en *Facebook*, para lo cual suele recurrirse al uso de conversaciones privadas fuera del foro público de las publicaciones: la conversación privada se da en el marco del servicio de chat de *Facebook*, conocido como popularmente (al menos en México) como “Inbox”.

Aunque resta la duda de qué es o cómo debe ser una “frase para *Facebook*”, el hecho de que Cortázar no sea una máquina de ellas, y que Coelho sí las ofrezca, incluso a modo de venta, es indicador de que hay una asociación entre las frases para *Facebook* y literatura no canónica, una relación que se busca evitar para la literatura canónica. De ahí que la composición esperada de la audiencia para este meme idealmente correspondería a

individuos que reconozcan y/o aprecien la cuestión canónica representada en Cortázar y Coelho del modo en que el meme 1 la presenta.

Lo que he llamado la posibilidad especular del meme, en este caso se daría probablemente ante el reconocimiento y la valoración de los dos escritores como se ha expresado antes, a la vez que por el hecho de emplear “lenguaje de *Facebook*”, algo que puede considerarse inesperado, y ofrece una chispa de humor en el tratamiento del asunto.



Ilustración 10. Meme 3.

Para el meme 3 hay coincidencias obvias en las fechas de publicación, situadas en el periodo de celebración de la Copa América 2016, además el común denominador de todos los memes en Memes Literarios el idioma español se establece como uno de los códigos requeridos para acceder a sentidos de ambos memes (así como las experiencias que requiere esta clase de foro sobre códigos de Memes y de Literatura para garantizar la comprensión del *humor*).

En el meme 3, la comparación se hace desde la posición de los autores y las obras a la vez, y la indicación del juicio sobre qué elemento es mejor que el otro se esclarece mediante la

connotación del resultado deportivo expresado a manera de marcador de fútbol, aparentemente en un partido del torneo de la Copa América.

A diferencia del meme 1, donde el tratamiento del tema involucró poca polémica, la cuestión de la representación de la buena y la mala literatura en el meme 3 sí derivó en una falta de consenso, algo que se relaciona tal vez con el canon literario en cuanto a que, aún siendo algo aparentemente aceptado que en literatura hay obras de calidad y otras tantas sin calidad, no hay un exacto criterio que determine cuáles obras son de un tipo o del otro, y tampoco sus exponentes⁵⁵.

Así, se destaca el comentario hecho desde el perfil de Memes Literarios: que en respuesta a un cuestionamiento de por qué no usar a otro autor para representar a México, declara que un autor de la *talla* de los mencionados no correspondería a una representación en esta clase de imagen, donde se ilustra un partido con un resultado pésimo para México en su encuentro contra Chile. Incluso, se alcanza a ver el comentario: “NERUDA!???? Mejor Bolaño, N. Parra o Huidobro”, sugiriendo que incluso aunque el número 7 del marcador indica que Neruda en representación de Chile es superior a Werever tumorro, hay otros escritores que podrían entenderse como aún “mejores”, y para el caso, se proporciona una lista de tres escritores: Roberto Bolaño, Nicanor Parra y Vicente Huidobro.

Quizás el principal problema que se percibe en el meme 3 es que la posibilidad especular del meme es más compleja que en el meme 1: Sea por el lado del fútbol, de la literatura o la identidad nacional, el meme parece esperar conectar con la audiencia por alguna de aquellas tres vías, o más de una a la vez.

Una página de *Facebook* sobre memes y literatura ofrece alguna certeza sobre el hecho de que quienes interactúan en la página probablemente tienen gusto por ambas cosas, la literatura y los memes, pero el fútbol no es una apuesta tan segura, por lo que temáticamente el fútbol podría no ser un impedimento para la inteligibilidad del meme 3.

Mientras que en el meme 1 la selección de los escritores confronta a ejemplos, por decirlo así, *arquetípicos*⁵⁶ (en Memes Literarios) de *buena* y *mala* literatura, y su otra asociación

⁵⁵ Más adelante, en esta sección se aborda con más profundidad el problema del canon literario.

⁵⁶ Prueba de ello es que la página nos reciba aduciendo que el humor de sus memes es para *cronopios* (una referencia a Cortázar), y por el otro lado, lo constante de las burlas a Coelho en los memes hace algo *sabido* que aquel autor es malo.

importante involucra casi unívocamente al lenguaje de *Facebook*, en el meme 3, se involucran los tres tipos antes mencionados de identificación con su audiencia: fútbol, literatura o identidad nacional; en el aspecto literario, la selección de los escritores puede no verse como obvia, e incluso ser cuestionada debido a que los precedentes de memes y literatura en Memes Literarios sí ofrecen pistas de cómo reaccionar ante los sentidos que propone emplear las figuras de Pablo Neruda y Werewer Tumorro, pero no de manera tan clara como sucede ante Julio Cortázar y Paulo Coelho.

Finalmente, a diferencia del meme 1, donde sólo basta ponerse del lado de la *buena* literatura para estar de acuerdo con el meme en su valor general como algo que puede entenderse a nivel global, en el meme 3 la asociación entre lo local y lo global se desarticula, o más bien se somete a revisión por la comparación que presenta a dos países de América Latina donde se puede elegir entre preferir a uno u otro (algo que se evidencia también en los comentarios, donde incluso se observa una mención a Colombia); es decir, en el meme 1, el público de Memes Literarios ve a los dos escritores (Coelho y Cortázar) pero como signos de bueno o malo en calidad literaria, sin que halla invitación a pensar en nacionalidades, u otros aspectos, pero el meme 3 sí abre aquella posibilidad.

Debido a lo anterior, me parece admisible considerar la multiplicidad de condiciones socioculturales del meme 3 como dimensiones que se conjugan y lo constituyen, al tiempo que permiten dotarlo de sentidos superpuestos, pero que también proponen una multiplicidad de elecciones, particularmente sobre la representación de lo que es un resultado deportivo, una identidad nacional, o un representante de cierta tradición literaria. La articulación múltiple de sentidos en el meme 3 impide que sea tan sencillo alcanzar un acuerdo sobre quiénes representan mejor cada facción, según se vea el marcador de fútbol, el país, o cualquier otro aspecto considerado pertinente.

Una idea general que se puede percibir en los memes 1 y 3 es que un autor o algunos autores son, de alguna forma, mejores que otros, y a la vez, se infiere que un tipo de literatura que representan (al menos sus propias obras) es mejor que otra: no es difícil relacionar esta idea con la noción del canon en literatura.

Para entender ese aspecto canónico en literatura hace falta mirar brevemente los intentos por describir la idea del canon literario; se ha teorizado bastante sobre qué es el canon, entendido

a grandes rasgos como *las mejores obras que se han escrito*; una de las posturas relativamente recientes que buscaban retomar la idea del canon (del arte occidental, incluyendo la literatura) es la de Harold Bloom (1994) en su libro *The Western Canon: The Books and School of the Ages*, una obra que, como señala Nazaret Fernández Auzmendi (2008) proponía arremeter contra la presencia creciente de los estudios culturales en las universidades estadounidenses. En esencia, Bloom (1994) pedía la creación de un programa de estudio de obras literarias apartado de ideas políticas, pues en su opinión, se le estaba concediendo una importancia desmedida a la procedencia social, étnica o sexual de los autores que debían incluirse en un posible canon literario. Al decir “estamos destruyendo todos los criterios intelectuales y estéticos de las humanidades y las ciencias sociales en nombre de la justicia social” (Bloom, 1994, p. 45), el autor implicaba que cuestiones como la estética pasarían a un segundo plano, la noción de la estética era muy preciada para Bloom precisamente debido a que su propuesta de un canon se sustentaba en tal aspecto.

Para Bloom, el canon era una especie de listado de supervivientes que se aseguraron permanencia debido precisamente a la fuerza estética de sus obras, explica Fernández Auzmendi (2008), pero ella señala que Bloom flaquea precisamente al señalar las obras que supuestamente poseen ese vigor estético inherente, a la vez que tampoco se le puede conceder que las obras del canon estén apartadas por entero de factores sociales, políticos e ideológicos. La autora vacila en darle la razón a otros teóricos que apuestan por considerar el canon literario algo que oscila entre antologías personales o registros culturales, y apuesta por una noción de renuncia a la exclusividad de la consideración de *clásicos* a las obras de la antigüedad grecolatina y su consecuente idea de excelencia. La autora afirma situarse en el punto medio que recomendaba Italo Calvino, pues se admite incorporar a la experiencia de lectura una selección de obras de actualidad (Fernández Auzmendi, 2008).

De alguna forma, parece como si el debate del que habla Fernández Auzmendi en su texto recayera sólo en la dificultad de definir y acotar lo que debe ser y qué debe incluir un canon literario, pero nunca se cuestiona si se justifica su existencia. En este aspecto, se aproxima a la justificación que Bloom deja, quizás cual una memorable frase para *Facebook*, “Poseemos el canon porque somos mortales y nuestro tiempo es limitado” (Bloom, 1994, p. 40).

Si la definición de un canon en torno a las obras literarias es no sólo difícil, sino tal vez irrealizable, la operación de definir lo que no pertenece al canon tampoco debería ser sencilla,

irónicamente, hay una multitud de nombres empleados para designar tales producciones: subliteratura, literatura chatarra, literatura basura, literatura de segunda, y paraliteratura, por mencionar unos pocos. Es posible que hablar de paraliteratura sea referir una de las regiones más sensibles de los estudios literarios, dado que la distinción entre ella y la literatura no es del todo obvia ni permanente; más aún, trabajos como el de Myrna Solotarevsky (1988) *Literatura Paraliteratura. Puig, Borges, Donoso, Cortázar, Vargas Llosa*, apuntan al constante maridaje existente en ambas formas, cuyas “intenciones” originales pueden ser tomadas como pistas para intentar definir si se trata de un tipo o de otro. Gemma Lluch propone una comparación respecto entre paraliteratura y literatura, ella comenta que “La paraliteratura contiene más o menos todos los elementos que forman parte de la literatura excepto la inquietud por la propia significación, excepto el hecho de poner en entredicho el propio lenguaje” (Lluch, 2006, p. 202). La noción aquí empleada sugiere que es debido a cierta originalidad, derivada de la complicación y el artificio técnico en la elaboración de la obra (tal vez lo que Bloom reconocería como *estética*), que se puede considerar que una obra es canónica en términos literarios, pero de establecerse como tal dicha obra, ¿no sería precisamente lo que algunas personas buscarían publicar como una frase para *Facebook*?

En el caso de mi propia formación en literatura, recuerdo el énfasis en el estudio de los trabajos del Formalismo ruso⁵⁷, particularmente en el reputado ensayo “El arte como artificio” de Viktor Shklovski (1978), que pone de manifiesto el requerimiento de singularización o extrañamiento en torno a la literatura, para reconocer la *literariedad*⁵⁸ de las obras. El *extrañamiento* básicamente consiste en la distinción en las obras (particularmente en poesía) mediante un empleo del lenguaje que lo somete a un tratamiento que lo dota de singularidad y lo aleja de las convenciones establecidas sobre sus usos en cada época (Shklovski, 1978).

El concepto de extrañamiento puede también verse como principio ineludible en la concepción moderna del arte en general, y probablemente también es el rasgo más distintivo que podemos destacar cuando nos referimos a un canon literario en el sentido que Bloom propone. Esto implica que la línea divisoria entre la literatura *buena* y *mala* podría hallarse

⁵⁷ Un movimiento intelectual de inicios del siglo XX, que centraba sus intereses de estudio en la lingüística y la literatura, particularmente la poesía.

⁵⁸ Un concepto del formalismo ruso que puede entenderse como *aquello que hace literaria a la literatura*.

no en la sencillez o mala calidad de las obras paraliterarias como sugiere Lluch, sino en que habiendo sido dominados y entendidos los patrones estéticos del uso del lenguaje que algunas obras *de vanguardia* proponen, las obras literarias construidas con aquellos mismos artificios se quedan con ese nivel de *calidad*, es decir, se constituyen como obras que emplean repertorios, con formas de interpretación y usos que ya son comunes y reconocibles, que previamente fueron establecidos por aquellas obras de vanguardia, cuya vanguardia precisamente consistía en que carecían inicialmente de repertorios conocidos y reconocibles para sus audiencias. Las obras segundas, hechas a semejanza de las de vanguardia podrían no necesariamente llegar al punto de incluir repertorios desconocidos o hacer patente una necesidad de alfabetización (de sus nuevas propuestas de repertorios) para la decodificación de los sentidos pretendidos de la obra. Es posible concluir que el *estándar* de calidad de una obra literaria es que una obra literaria *de calidad* no es estándar.

Desde luego, la noción de calidad sirve para establecer la distinción entre las obras canónicas y las obras no canónicas, es decir, la centralidad y la periferia de los sistemas literarios. Es imposible además pensar que Memes Literarios prometa una postura universal de la literatura, puesto que se excluyen idiomas, naciones y continentes enteros, con sus consabidas tradiciones literarias; en cierto modo, la constante denuncia de la literatura de *mala calidad* es un estímulo para refrendar la cualidad de las obras de calidad frente a las que carecen de ella, estableciendo una tensión que Even-Zohar (2005) reconoce como la vitalidad de la cultura. Aún más, se puede entender que la noción de la calidad es un discurso, en el sentido de que es una forma de conocimiento que se procura reproducir para desde ahí gestar el entendimiento de la literatura, puesto que, como dice Solotarevsky (1988) no siempre hay distinción clara entre un tipo y otro de literatura, y de ahí que sea tan necesario para el discurso del canon (o cánones) literario su constante insistencia y reiteración.

Si en Memes Literarios se considera válida la idea de que cierta literatura es mejor que otra, sería preciso hallar más evidencias que un par de memes para sustentar esa proposición; por suerte, el entorno de los memes 1 y 3 proporciona pistas útiles. Los cuatro comentarios más populares del Meme 3⁵⁹ son los siguientes:

⁵⁹ Aunque las medidas reportadas de las reacciones pueden variar, usualmente con incrementos, puede consultarse el listado de comentarios en las publicaciones en línea, cuyos enlaces se ofrecen en el Anexo 2.

1. Como dijimos en el meme anterior, cuando es una goleada así será. No es justo que la memoria de alguno de nuestros más ilustres escritores cargue con la vergüenza de semejante resultado. (O dicho de otra manera, así no sería gracioso) -Primate- [1,205]⁶⁰
2. Es súper injusto poner a ese pendejo representando la literatura mexicana. Pendejos. [335]
3. Diablos, yo pensé que pondrían a Carlos Cuauhtémoc Sanchez [sic]. Se nota que ya no somos de la misma generación. En mis tiempos el epítome de la mala literatura era ese señor. [311]
4. Vamos, fue más categórico que eso! :V Que se note la goleada jajajaja. [269]

Excepto en el comentario 4, donde directamente sólo se menciona el resultado de la justa deportiva, los otros tres comentarios abordan la idea de que cierta literatura, particularmente autores, es mejor que otra; el comentario 2, por ejemplo, critica la representación de literatura mexicana y sugiere que emplear a un *mejor* escritor. El comentario 3 revela de forma directa aún el sentido de *Werever tumorro*, como representación “de la mala literatura”.

En el Meme 1, los elementos más destacados de los comentarios⁶¹ incluyen dos imágenes que a su vez refrendan la afirmación de lo común de encontrar referencias a Coelho como arquetipo de la mala literatura (algo que para el repertorio de Memes Literarios parecería ser un canon de representación).



Ilustración 11. Comentario 1 del Meme 1.



Ilustración 12. Comentario 2 del meme 1.

Respectivamente, las ilustraciones corresponden al comentario con más *me gusta* y al tercer comentario con más Reacciones. El lugar número dos lo ocupa un comentario textual: “Jejeje... Tan malo es creer que Cohelo [sic] es buen escritor, como creer que por leer a Cortázar se sabe la neta de la vida. Los dos extremos del esnobismo. Unos por ignorantes, otros por arrogantes.” [160].

⁶⁰ Señalo el número de reacciones de cada comentario dentro de corchetes.

⁶¹ Enlace al Meme 1: <https://www.facebook.com/252598331536125/posts/784008561728430/>

En primera instancia, las dos imágenes parecen seguir la lógica expuesta por Lluich, como afirmando que la obra de Coelho es paraliteratura o literatura no canónica, por su falta de complejidad, originalidad o su rotunda idiotez; el mensaje en ambas imágenes se cifra en la composición reiterativa y tautológica de sus enunciados, que parecen ejemplificar y enfatizar mediante el absurdo el tipo de escritura que Gemma Lluich (2006) clasifica como repetitivo, simple y estandarizado de la paraliteratura.

A lo largo de mis observaciones en Memes Literarios desde 2017 hasta 2019, he podido corroborar que cuando aparece algo referente a Paulo Coelho en Memes Literarios es en forma de burla, de hecho, la imagen de ese escritor es uno de los elementos más reconocibles y recurrentes de la página; según los términos descritos, Coelho estaría siendo utilizado para representar y denostar la paraliteratura, algo que irónicamente ocurre como una práctica también repetitiva, simple y estandarizada, pero que mantiene patente el referente de Coelho y la representación de la “mala literatura” dentro del entorno de Memes Literarios.

A diferencia de las imágenes, las cuales no parecen apuntar en otra dirección que la burla directa de Coelho como exponente de la literatura no canónica, el comentario textual del Meme 1 parece adoptar una postura más conciliadora: por un lado, concuerda en negar que Coelho sea buen escritor, pero desmiente también que haya relación intrínseca entre la lectura de literatura canónica como la de Cortázar y la superioridad intelectual que comúnmente se le asocia.

Se puede ver que los comentarios por momentos siguen o aceptan los sentidos propuestos en los memes, pero también a veces los cuestionan, como en el caso del comentario textual del Meme 1, y los comentarios 2 y 3 del Meme 3 que no hacen aclaraciones sobre lo referido e incluso declaran que los referentes expuestos en la imagen no les parecen los más adecuados. Un aspecto interesante es notar las contestaciones que hace Memes Literarios a ciertos comentarios que parecen invalidar los sentidos propuestos en los memes; en estos casos, los administradores optan por bromear sobre el asunto o explicar la razón de que algo haya sido tratado del modo particular en que se hizo. Es interesante considerar cómo las cuestiones aparentemente fuera de discusión se discuten con el estímulo adecuado de un meme.

5.1.2 AUTORÍA COMO LÓGICA INSTITUCIONAL

No puede pasar inadvertido en los memes hechos por los administradores de Memes Literarios la inclusión de una pequeña marca o letrero que los identifica como para señalar su procedencia; puede compararse este detalle en los diferentes memes muestreados con, por ejemplo, los memes que aparecieron en los comentarios con más reacciones del Meme 1, cuyos mensajes sobre Coelho van sobre la misma línea interpretativa de la burla de ése autor y de la paraliteratura, pero que no incluyen el marcado de autoría.

La idea de la autoría de los memes se refrenda y se formaliza una postura desde la página de información en Memes Literarios, donde se menciona “Muchas de las imágenes son generadas por nuestros administradores, pero muchas otras son recolectadas en diversos sitios de Internet. Si consideras que estamos faltando a los derechos de autor, por favor mándanos un mensaje para dar el crédito correspondiente.”

Memes Literarios declara su apego a una política de reconocimiento de derechos de autor en los memes; esto puede verse como una forma de llevar las lógicas de la industria editorial a la creación y difusión de los memes de Internet, sin embargo, como es posible notarlo, no en todos los casos los memes que circulan en la WWW cuentan con marcas o una referencia explícita al sitio o sus autores, e incluso, es posible que los usuarios presten atención escasa o nula a los indicadores del origen de los memes. La creciente relevancia de los memes en Internet ha motivado reflexiones diversas sobre la validez y los límites de la idea de autoría y sus derechos derivados; algunas argumentan la posibilidad o necesidad de regular y fiscalizar los contenidos de Internet y otras enfatizan la dificultad o incluso la imposibilidad de tal empresa.

Austin Considine (2012) señala al hablar de un meme popular en 2011 llamado Nyan Cat:

En el mundo de los memes, “original” es un término que nos elude. [...] Un reclamo de propiedad intelectual [...] resultaría dudoso en el mejor de los casos. [...] Esa es la naturaleza de los memes en internet. [...] En este contexto, términos como “propiedad”, “derechos”, u “originalidad” parecen casi risibles (Considine, 2012).

El énfasis de Considine recae en que no es imposible rastrear la noción de autoría en los memes, pero que su naturaleza misma los aleja de las áreas donde es fácil dilucidar quién es autor de qué, y más aún cuando se trata la cuestión de en qué fase de su desarrollo un objeto cultural logra convertirse en un referente masivo del que podría efectivamente sacarse provecho y aplicar en un momento dado las acciones legales para limitar quiénes pueden

obtener beneficios cualesquiera de él. De hecho, la nota de Considine relata ejemplos donde algunas compañías han querido obtener publicidad gratuita empleando memes, pues parece ser que ahí es cuando los autores han levantado la voz para impedir la apropiación de los memes por parte de tales organizaciones comerciales, ya que “Las compañías a veces asumen, erróneamente, que la misma protección aplica para ellos [...] Una parte de los derechos de autor, sin importar cuán elusiva sea, de todo meme en internet [...] pertenecen a alguien más” (Considine, 2012).

Considine recalca que la noción de propiedad en los memes, en Internet se ve desafiada por las asociaciones de intertextualidad que este medio permite. Una perspectiva contrapuesta la expone Agustín Ríos Aguilar (2016) desde el terreno del derecho:

el empleo de memes es parte ya de la cultura digital pues se usan a diario para aderezar y como apoyo visual a lo que se quiere transmitir. [...] El ingenio es innegable, pues hay memes verdaderamente chistosos y por ende originales. [...] aunque sean utilizados y replicados por innumerables personas en diferentes partes del mundo, no por ello le desmerece protección o provoca que la protección sea nula (Ríos Aguilar, 2016).

La protección a la que se refiere Ríos Aguilar es la de la propiedad intelectual; su idea cuando menciona que algo puede ser original, aparentemente reside en el hecho de que puede ser protegido como propiedad intelectual. Ríos (2016) también se vale de un ejemplo mencionado por Considine, la imagen *Troll face*, registrada como obra artística en EE. UU. a nombre de Carlos Marcio Ramírez desde el año 2010. Ríos Aguilar emplea el caso como ejemplo para enfatizar que:

no porque veamos un uso o reproducción indiscriminada de memes, significa que no son de nadie y que ello sea de todos y libre, como a veces sucede en Internet (ii) todo lo que vemos es creación de alguien y ese autor o inventor, merece reconocimiento (Ríos Aguilar, 2016).

La postura de Ríos Aguilar es firme respecto si los memes deben ser registrados, reconocidos y tratados como obras creadas por un autor, según él por la protección que así se garantiza a un autor o una obra determinada; aunque también se puede entender que tocan aspectos de gran significación social. Las nociones de autoría señalan la existencia de un vínculo particular entre una obra y su creador, pero ¿se ligan irremediamente también a posibilidades de beneficio económico? Para intentar responder a esto conviene explorar también las expresiones “derechos de autor” y “*copyright*” que no son sinónimas, pues

el copyright se limita a la obra misma y no comprende al creador como sí hace el derecho de autor. Es decir, el derecho de autor reconoce el derecho natural del autor sobre su obra mientras que el copyright reconoce la negociación entre el autor y la sociedad para el uso de esta obra. (Formación en Red del Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado, s.f).

El derecho de autor y el copyright son mecanismos legales que regulan las maneras de explotación económica de una creación, pero también, como señala Ithiel de Sola Pool (1983) en su libro *Technologies of Freedom*, tienen relación con ciertos mecanismos de control ideológico y político, como se atestiguó desde la popularización de la prensa entre los siglos XIV-XV y la primera declaración de *copyright* del año 1709 en el Reino Unido:

La nueva noción de propiedad intelectual representada por los derechos de reproducción estaba arraigada en la tecnología de lo impreso. La imprenta era un cuello de botella donde las copias podían ser examinadas y controladas. En el paso desde el bolígrafo del autor a la mano del lector, la imprenta era el lugar lógico para aplicar controles, sea para censurar el sacrilegio o la sedición, o para proteger la propiedad intelectual del autor (De Sola Pool, 1983, p. 15-16).

Desde el derecho de autor se vislumbra que incluso en la acepción legal de autoría, la idea de crear una obra no necesariamente va ligada a aspectos de beneficio económico, el *copyright* se enfoca en el tratamiento de la obra como producto de consumo que, para alcanzar una gran audiencia o público tiene la necesidad de ser reproducida técnicamente. Desde el copyright se reconoce que la posesión de una copia de la obra original otorga a su poseedor la facultad de hacer casi cualquier cosa con ella, aunque es posible que esto se deba a la imposibilidad de regular lo sucedido después de la primera venta de la copia; lo que sí se regla es la reproducción y el uso del contenido de la propiedad intelectual para la obtención de beneficios económicos.

La exploración de lo que implica hablar de autoría revela que, como en todos los casos de sentidos generados socialmente, la intrínseca relación entre quien crea algo y ese algo creado es algo que se enfatiza y conceptualiza de formas diferentes que obedecen a distintos propósitos: todas las acciones son realizadas por alguien, eso es innegable, pero ¿qué sucede cuando una obra o creación se construye a través de una sucesión de aportes, mezclas y enfoques? Los derechos antes comentados, parten de un acuerdo social sustentado en la idea de la propiedad como algo que se puede demostrar o aclarar, pero ¿no los entornos digitales por su naturaleza misma dificultan esa clase de operaciones, haciéndolas inasibles?

Jesús Martín Barbero, al reflexionar sobre la noción del aura que propone Walter Benjamin en su ensayo “La obra de arte en la era de su reproductibilidad técnica”, recae en el aspecto del cambio en la percepción del arte que efectúan las industrias mediáticas a través de una mediación en la distancia de la obra de arte con su receptor:

De lo que habla la muerte del aura en la obra de arte no es tanto de arte como de esa nueva percepción que, rompiendo la envoltura, el halo, el brillo de las cosas, pone a [...] cualquier hombre, al hombre de la masa en posición de usarlas y gozarlas. Antes, para la mayoría de los hombres, las cosas, y no sólo las de arte, por cercanas que estuvieran estaban siempre lejos, porque un modo de relación social les hacía sentir las cosas lejos. Ahora, las masas, con ayuda de las técnicas, hasta las cosas más lejanas y más sagradas las sienten cerca. Y ese "sentir", esa experiencia, tiene un contenido de exigencias igualitarias que son la energía presente en la masa (Martín-Barbero, 1987, p. 58).

La nueva experiencia del arte que señala Martín-Barbero en la línea de Walter Benjamin en vez de sumergir al individuo en la profundidad de la obra, “es por el contrario colectiva y su sujeto es la masa "que sumerge en sí misma la obra artística"” (Martín-Barbero 1987, p. 58). En esta propuesta, se puede entender que Martín Barbero y Benjamin sugieren en la llamada muerte del aura un desprendimiento de la individualidad para ambos, la obra artística y la audiencia que la hace suya, es decir, que en el consumo masivo de una obra hay un proceso donde, pese a disposiciones legales cualesquiera, algo de la propiedad intelectual pasa a ser propiedad también, intelectual y colectiva de quienes la consumen. Esta posesión colectiva de lo consumido no es ajena al fenómeno de los memes de Internet.

El meme funge como espacio de producción de lógicas jerárquicas de institucionalización de prácticas; esto también ayuda a seguir teniendo en cuenta a estos espacios como *recientes*, ya que, la discusión sobre si algo debe o no tener derechos de autor con la inmensa mayoría de la producción cultural previa a internet ni siquiera está puesta en duda; los memes, siendo aún de reciente nacimiento, y al hacerse uso común, podrían permitir recuperar esa discusión, misma que posiblemente fuera considerada una especie de caso cerrado.

Entender esta cuestión de la duda sobre cómo reglar un espacio nuevo permite entrever en la naturaleza de los memes el aspecto de intersticialidad discutido anteriormente, los memes de Internet no son ni se determinan como los contenidos preexistentes a ellos. Aquí cabría preguntar si aquello que se ha visto como una promesa de Internet podría, motivada en los memes, comenzar a arraigarse y tomar fuerza: la democratización en la producción social de sentido; si los memes no son de nadie, ¿es posible que esa misma lógica contamine otros

espacios o prácticas también nacidas o reconfiguradas en Internet? Por ejemplo, en *La ciudad de letras danzantes*, Doménico Chiappe (2009) advertía al creador de literatura para el espacio digital la imposibilidad de optar por lo conocido, aparentemente en cuanto a la lógica formal de la literatura tradicional. Acaso ¿se trataría de un vaticinio vinculado además a las lógicas mismas de la creación de contenidos?

Preguntar si la influencia podría llegar de los memes a revertir ideas arraigadas como la propiedad intelectual, es un ejercicio interesante y útil que reconoce la cualidad que James Carey veía en la comunicación como un ritual, la posibilidad de, mediante la comunicación, reformular la cultura humana. Si en los memes recae una forma de pensar las narrativas multimedia como experiencias colectivas de apropiación y resignificación además de las lógicas de generación de contenidos, podría entenderse el señalamiento de Jenkins (2008) donde la convergencia mediática sucede en las mentes de las personas y en las interacciones de unos con otros, al grado que el meme bien podría estar explicitando la naturaleza de esa experiencia colectiva concretada en una imagen (o la visualidad de un suceso) en un ir y venir cíclico, donde la imagen es muestra del proceso y el proceso se alimenta de imágenes, frutos de otros procesos, en lo que se ha llamado en este trabajo aceleración de la realidad.

La naturaleza de los memes parece escapar, como advierte Considine, de la posibilidad de rastrear puntualmente dónde termina una obra y comienza otra, precisamente por lo escurridizo de las reformulaciones, esto lleva quizás a que se favorezca la noción de la posesión, pero no necesariamente de derechos como el *copyright*, sino de la posesión de los medios para hacerse con obras (en el sentido amplio de la idea, incluyendo a los memes de Internet). Podría decirse que en la lógica de los memes la idea de Skármeta sobre la poesía adquiere una inesperada validez: no es tan relevante quién hace como el qué se hace con lo creado.

En la era del meme de Internet, ¿no supone acaso el consumo de la obra por su audiencia una especie de apertura y expansión de la obra como el que sugiere Baricco cuando describe la búsqueda del sentido como una exploración a manera de una trayectoria?, en ese desplazamiento que disuelve el sentido de las cosas “por fuera de ellas, donde realmente comienzan, es decir, por todas partes” (Baricco, 2008, p. 110-111). Si las acciones de los bárbaros presentan destrucción del tabernáculo de un sistema cultural, es muy pertinente preguntarse las implicaciones y consecuencias de llevar esta lógica a otros espacios de

producción social de sentido, como la política, a la construcción de la verdad, y definitivamente, al consumo de contenidos mediáticos.

5.1.3 OTRAS TENSIONES EN MEMES LITERARIOS: MEME 13

El Meme 13 es peculiar entre las publicaciones de la muestra de Memes Literarios. La peculiaridad no debe entenderse sólo por su larga serie de imágenes secuenciadas (12 en total) como álbum, sino porque a diferencia de otras publicaciones que también proponen secuencias, el Meme 13 presenta sólo un cuadro por imagen, además de ciertos rasgos que no llegan a repetirse en otros de los memes.



Ilustración 13. Meme 13.

La secuencia del álbum presenta una escena cercana al final de la película de Pixar, *Toy Story 3*, donde el personaje *Andy* presenta sus juguetes (protagonistas de las películas de *Toy Story*) a *Bonnie*. El meme consiste en la presentación de una serie de ítems emulando lo que hace *Andy*, aunque este caso se promete que son escritores mexicanos. La secuencia final del meme 13, relaciona la selección de escritores mexicanos con la aparición del personaje

Woody con el rostro del escritor Juan Rulfo, muy probablemente debido al centenario su natalicio el 16 de mayo de 2017, fecha en que se publicó el meme.

El texto en la imagen inicial cumple cabalmente la indicación que sugiere la imagen, donde un personaje masculino joven parece hablar frente a dos personas, un adulto cuya parte superior del cuerpo no es visible, y una niña a quien parece dirigirse el habla. Memes literarios apela a este sentido de hablar a la niña al decir en lenguaje informal común en México “Pon atención morra”⁶².



Ilustración 14. Galería del meme 13 en lenguaje neutro.



Ilustración 15. Meme 13.1 en vocabulario neutro.

Se aprecia la misma clase de marca autoral típica de Memes Literarios tanto en la versión neutra como en la marcada por la jerga informal mexicana.

Además de ser peculiar por mostrar una secuencia establecida a partir de imágenes individuales a modo de álbum, el meme 13 es único que muestra personajes femeninos que representa escritoras en la muestra seleccionada en Memes Literarios. Dentro de la secuencia, del meme 13 sólo la segunda y la cuarta imágenes muestran personajes femeninos. En la segunda imagen del meme, el personaje de *Jessie*, representa a su vez a Sor Juana Inés de la Cruz, y en la cuarta imagen se presenta a la escritora Elena Garro junto con Octavio Paz como la pareja de los *señores cara de papa*.

Destacaré particularmente un aspecto del meme 13.4 (la imagen donde aparecen Garro y Paz) para ilustrar una cuestión que, aunque resulta relevante para Memes Literarios, el presente análisis no pretende explorar a fondo debido a que se carece de un abordaje teórico que

⁶² Se puede percibir la intención de emplear de modo intencional ese lenguaje informal para describir a los escritores presentados, aunque se brinda una opción de ver el álbum en un lenguaje más neutro, disponible en: <https://imgur.com/a/zCdJW>.

permita un acercamiento crítico a cuestiones de género, pero que puede servir para, desde sus planteamientos, retomar algo ya explorado por este análisis.

La cuarta imagen del Meme 13 presenta una inconsistencia en la presentación textual que se hace de la imagen, ya que muestra en un plano ligeramente más cercano a la figura masculina (de mayor tamaño) y más al fondo a la figura femenina, pero en el texto habla primero de la escritora y posteriormente del escritor; se produce aún más extrañeza al mencionarse, al final del texto, que Octavio Paz ganó un premio nobel. Insisto en el aspecto de extrañeza debido a la consideración del revuelo –ya referido por mí– que suele producir un premio nobel para los interesados en el campo de la literatura y que además es el único escritor mexicano que ha recibido ése galardón en el tema de la literatura; lo que sugiero es lo contradictorio de presentar en segunda instancia, y sin más énfasis que la mención de haber sido pareja de Elena Garro, a un autor del que se dice que tiene un premio de este tipo.



Ilustración 16. Meme 13.4.

Desde la captura de pantalla se observa un comentario que recalca la acostumbrada referencia de Elena Garro como novia, pareja o esposa de alguien; los comentarios destacados de la imagen también mencionan de manera central a Elena Garro en vez de a Octavio Paz.

1. Ella es elena garro, odiaba a octavio y le ponía el sancho con adolfo bioy casares. [65]
2. ¿La Frida de las letras? -Jaromir- [55]

Se puede apreciar una discusión específica sobre Elena Garro, donde se aprecian una serie de aspectos que permiten comenzar a imaginar un acercamiento desde perspectivas de género

(que no se aportan aquí, pero se reconocen como posibilidad). El usuario⁶³ que hizo el comentario original está marcado como U-0 (Usuario-0).

2	U-0	65	Ella es elena garro , odiaba a octavio y le ponía el sancho con adolfo bioy casaes.
2-1	U-1	16	Como si sólo hubiera hecho eso. Machismos literarios. Escribió Los recuerdos del provenir, la segunda mejor novela mexicana del siglo XX después de Pedro Páramo.
2-2	U-2	0	Y lo llamaba en las entrevistas para discutir. xD
2-3	U-3	0	[...] La estoy leyendo. xD
2-4	U-0	5	Camarada don bola ésta es una página de memes , lo que si me resulta ataviado es que la llames "la segunda mejor novela del siglo xx"!.
2-5	U-4	5	De hecho es una de las mejores novelas del siglo XX en México, además de ser pionera en el realismo mágico junto a Rulfo.
2-6	U-1	6	¿Y? ¿Acaso escribirías lo malo que hizo Paz y una lista de sus amantes para hablar de él?
2-7	U-1	3	Yo no lo digo, lo dicen un montón de críticos, entre ellos Carballo. Es una de las GRANDES novelas mexicanas del siglo XX
2-8	U-1	0	Perdón, debe decir MEXICANA. Ofrezco disculpas porque me olvidé especificar eso. Todo lo demás lo sostengo 😊
2-9	U-0	1	Pfff para escribir lo "malo" de octavio, ya me gano j.revueltas mandandole un texto desde lecumberri, la verdad es que su vida personal me tiene Sin cuidado, el comentario fue porque es una PÁGINA DE MEMES , je que bueno que especificaste novela mexicana.
2-10	U-5	3	Ya no le sigas al mame, te ganaron [...]

Ilustración 17. Conversación reestructurada del Comentario 1, en el Meme 13.4.

En 2-1 se menciona la expresión *Machismos Literarios*, un concepto que se puede definir, según el texto *Contra el machismo literario*⁶⁴, como “la disparidad de género que rige en la mayoría de eventos culturales y literarios en América Latina, así como la mentalidad machista subyacente” (Infobae, 2019); aunque es claro que esta situación puede no ser un rasgo de esta región únicamente, el énfasis se pone en el contexto regional y en la clase de eventos relacionados con la literatura. El texto expone que:

Gracias a la lucha que desde hace mucho llevan a cabo las mujeres por sus derechos, por fin podemos descubrir a muchas escritoras que fueron borradas de la historia y del canon literario, denostadas, ninguneadas o silenciadas. Las mujeres escritoras han demostrado, además, por la calidad de sus obras, sus traducciones, su trabajo editorial y el

⁶³ Se han suprimido los nombres dentro de la conversación (marcados con corchetes y puntos suspensivos) además de señalar los comentarios del usuario inicial con “U-0”, y otros usuarios en la conversación mediante esta misma numeración. El comentario destacado aparece en color amarillo. Para cada comentario, la columna con números que lo antecede señala el puntaje de reacciones recibido.

⁶⁴ Un manifiesto de escritores y escritoras que denuncia y rechaza la influencia del machismo en los eventos literarios. Entre quienes firman el documento se enlistan: Rosa Montero, Claudia Piñeiro, Mariana Enríquez, Rosa Regás, Samanta Schweblin, Juan Villoro, María Fernanda Ampuero, Nuria Barrios, Mario Bellatin, Juan Cárdenas, Liliana Colanzi, Alejandra Costamagna, Aixa de la Cruz, Sabrina Duque, Diamela Eltit, Mariana Enríquez, Cristina Fallarás, Nona Fernández, Laura Freixas, Margarita García Robayo, Mauro Libertella, Lucía Lijtmaer, Fernanda Melchor, Lina Meruane, Luna Miguel, Emiliano Monge, Guadalupe Nettel, Andrés Neuman, Mónica Ojeda, Iván Repila, Silvia Sesé, Samanta Schweblin, Clara Usón y Jorge Volpi.

reconocimiento que han adquirido en los últimos años, que la literatura escrita por mujeres es tan importante como la que escriben los hombres.

Sin embargo, las instituciones literarias siguen organizando y promoviendo espacios en los que la participación de mujeres aún es minoritaria o nula y, cuando se cuestiona, sus responsables recurren a una visión meritocrática falaz, en lugar de combatir desde dentro los privilegios masculinos –que los han llevado a cooptar los espacios por el simple hecho de ser autores hombres, buenos o malos– o de trabajar para ajustar esa desigualdad histórica que ha condenado a las mujeres a un lugar de subalternidad y silencio. (Infobae, 2019)

Según el manifiesto, cuando la falta de reconocimiento de escritoras es criticada, se dan explicaciones sobre el mérito, como la calidad de las obras, para evadir la cuestión.

En el Comentario 2-1 se da una especie de ironía (que señala incluso el Comentario 2-4) ya que primero parece situarse en contra del machismo en la literatura, por mencionarlo después de la expresión “Como si sólo hubiera hecho eso.”, en una especie de declaratoria de que se puede hablar de otros aspectos de Elena Garro que únicamente su vida afectiva, sin embargo, al enfatizar que la novela de Garro, *Los recuerdos del porvenir* es “la segunda mejor novela mexicana del siglo XX después de *Pedro Páramo*”. En el Comentario 2-5 se dice “una de las mejores novelas del siglo XX” y en 2-7 “una de las GRANDES novelas mexicanas del siglo XX”, donde al ser utilizada otra clase de composición, es posible notar lo irónico de 2-1: denunciar machismo en cómo se ha hablado de la autora y luego decir algo positivo de ella, pero también subordinado a la importancia de un autor hombre.

La discusión se encamina posteriormente a la gran calidad como escritora de Garro, aunque queda en segundo término después de Juan Rulfo. Se menciona en 2-7 que el juicio que coloca a la novela de Garro en segundo lugar de la novelística mexicana del siglo XX es el criterio de Carballo (probablemente, se trata del crítico literario Emanuel Carballo) y otros críticos; esto último semeja esas explicaciones sobre el mérito que justifican establecer jerarquías de calidad que mantienen la subalternidad de las escritoras.

autores cuyas obras son consideradas paraliteratura, lo cual se aclara en el comentario 4-6 cuando se les explica que tal clase de lectura “no es literatura sino un intento pernicioso de esta”, al tiempo que se contraponen aquella a los “clásicos” que se ven como “lo formidable de la literatura”. La asociación a la paraliteratura continúa en las referidas “novelas distópicas juveniles” (comentario 4-5), las “sagas juveniles”, y por supuesto “Coelho” (comentario 4-9); de éstos últimos dos la usuaria dice, quizás como algo frustrante, que son lo único permitido burlarse en Memes Literarios. La mención de literatura juvenil permite conectar esta discusión con las nociones del canon desde la propuesta que hace Gemma Lluch (2016), quien entiende la literatura juvenil como una narrativa de mestizaje donde, en su opinión, se fusionan características canónicas con las de paraliteratura en ficciones diseñadas como productos de consumo.

Un aspecto común a las conversaciones que se atestiguan en los comentarios es la noción de del *mame* para referir⁶⁶, posiblemente, a una tendencia o una conversación pública, llevada de modo informal y lúdica, sobre un tema determinado. En el primer caso lo que se pide es no seguir la conversación, por verse terminada la competencia de argumentos; en el segundo se menciona lo usual de que cuando alguien no puede continuar una discusión, recurre a decir que fue sarcasmo o que era un juego. La noción de *mame* es un constructo empleado para abordar esta clase de discusiones sin mayor restricción que la de los argumentos y memes empleados para darle continuidad en un ambiente de informalidad, rudeza e incluso dando cabida a cierto nivel de agresión entre los participantes; decir que una conversación es *mame* posiblemente indica que carece de moderación externa o de formalidad que la mantendría en el terreno del debate o de la discusión académica. En cierta forma, se puede percibir el *mame* como un suceso que se sostiene desde una ruptura de la seriedad (Portilla, 1984), y que como tal se constituye intersticial. Para entender cómo las conversaciones en los comentarios de una publicación en Memes Literarios son ocasiones de ruptura de la seriedad, y de naturaleza intersticial, se puede recurrir a la exploración etnográfica realizada, donde observé lo que Memes Literarios declara en sus secciones de grupos.

⁶⁶ Gándara, H. (23 de agosto, 2017) El ya aceptado término “tren del mame”. Milenio. Recuperado de: <https://www.milenio.com/opinion/humberto-gandara/adoptanmillennial/el-ya-aceptado-termino-tren-del-mame>.

Los reglamentos de los Grupos en Memes Literarios establecen pautas de interacción de forma restringida, incluso con la amenaza de restringir el acceso; algo que se puede percibir de forma diferente en la página principal del sitio; la idea general es mantener una conversación sobre literatura, permitiendo que sean publicados “memes, links, PDFs, videos recitando, leyendo o narrando, pedir opiniones, consultas sobre ediciones, traducciones, autores u obras, siempre que esté relacionado con el tema del grupo y la página” (Memes Literarios, s.f.), sin embargo, se advierte que los temas o ítems no relacionados con lo literario son susceptibles de ser eliminados. El reglamento prefigura que en este grupo hay una activa intervención de los administradores y moderadores, figuras con funciones distintas dentro del grupo. El foro principal de la página es un espacio donde la ya indicada ruptura de la seriedad está presente, con menos restricción, más apertura a distintos tipos de interacción y circulación de contenidos que en la sección de grupos, por ejemplo; esto permite pensar en el foro principal como un espacio con ciertas características de intersticialidad.

Ya se ha mencionado aquí la temporalidad en el meme 13 ajustada a la celebración de una conmemoración centenaria del nacimiento de Juan Rulfo, sin embargo, es necesario recalcar el carácter dominante de la influencia de Rulfo en las artes y particularmente en la literatura mexicana, algo que no se puede pasar por alto si se aprecia cómo el meme 13 coloca a Rulfo como el máximo exponente de los escritores mexicanos, incluso por encima de quien se dice recibió un premio nobel de literatura.

Es perceptible en los comentarios y las reacciones un común acuerdo sobre la indiscutible calidad de Rulfo, pero surgen dudas y controversia sobre quiénes escritores deberían estar en el listado; se puede entender que la configuración del meme al modo de la secuencia de *Toy Story* exige una estructura particular, como presentar una pareja de personajes, por ejemplo, y también una escritora en solitario, sin embargo, la mención al paso de las escritoras delata otro aspecto silente de la literatura como sistema cultural, la falta de visibilidad de escritoras y sus obras en un repertorio evidentemente dominado por varones.

En el meme 13 el humor se puede ver construido a partir de la presentación que se hace de los escritores, donde la pauta es el tipo de lenguaje empleado, cuyo vocabulario y tono de desenfado disponen un acercamiento chusco o irreverente a las (como Rulfo) laureadas figuras, además, claro, de las imágenes intervenidas que observan la misma lógica recurriendo, aparte del lenguaje fílmico, al fotográfico en los retratos de cada escritor y

escritora. El meme 13 remite a un tiempo a lo acontecido y discutido aquí sobre los memes 1 y 3, ya que por un lado el “culto” a Rulfo permite verlo como un arquetipo de escritor genio, similar al estatus sugerido acerca de Cortázar en el meme 1; por otro lado, la propuesta que se hace de los otros escritores “chipocludos” queda intrínsecamente abierta al debate, como en el meme 3.

Desde una perspectiva general se puede ver que los memes 1, 3 y 13 presentan ejemplos de valoración y jerarquización particulares que parecen establecer patrones o discursos dominantes sustentados principalmente en la idea de la calidad o el mérito estético de las obras literarias (y sus autores). Las formaciones discursivas abordadas presentan además de tensiones relacionadas con distintos abordajes de la idea del canon literario y la autoría (esto último tal vez como algo más cercano a su condición de *memes* que a su condición de *literarios*), ciertas evidencias de tensiones relativas a perspectivas de género, o la autoridad de los estudios literarios y la correcta escritura como herramientas legítimas para producir sentido en Memes Literarios, por mencionar algunas de las más evidentes.

Las conexiones en los memes de *Facebook* aquí analizados no sólo se vinculan con otros memes como imágenes, sino con tendencias o memes como conversaciones, que serán precisamente los que a continuación presento.

5.2 MEMES COMO CONVERSACIONES: *YOUTUBE Y TWITTER*

Memes Literarios ofrecía cierta cercanía con aquello que en el listado de condiciones socioculturales llamé nicho o campo de interacción específico, ya que los sentidos de sus memes, aún sin ser unívocos, solían oscilar entre la literatura y su condición de objetos culturales en *Facebook*, algo que no caracteriza a los siguientes memes. A diferencia de los memes en Memes Literarios, los ejemplos en *Twitter* y *YouTube* no partieron de ser publicaciones o imágenes de humor visual, sino que se constituyeron como conversaciones que se gestaron de formas rápidas y acapararon la atención durante breves momentos en esas redes, y aunque en algunos casos dieron lugar a memes de humor visual, sus parámetros de operación fueron otros, a modo de tendencias que podían seguirse por la WWW.

5.2.1 XIMENA GARCÍA

Ya he presentado esencialmente el caso de Ximena Alí García, quien se vio envuelta en un aluvión de tuits y publicaciones que comentaban, desde diversas posturas el comentario que ella hiciera alrededor del 15 de septiembre de 2019.



Ilustración 18. Publicación de Ximena García.

Con objeto de analizar los eventos ocurridos en torno al comentario de Ximena, establecí un breve diagrama a modo de referencia de los eventos mediáticos. El esquema de abajo no presenta una escala temporal sino una secuencia de sucesos que comienzan a la izquierda y continúan hacia la derecha.

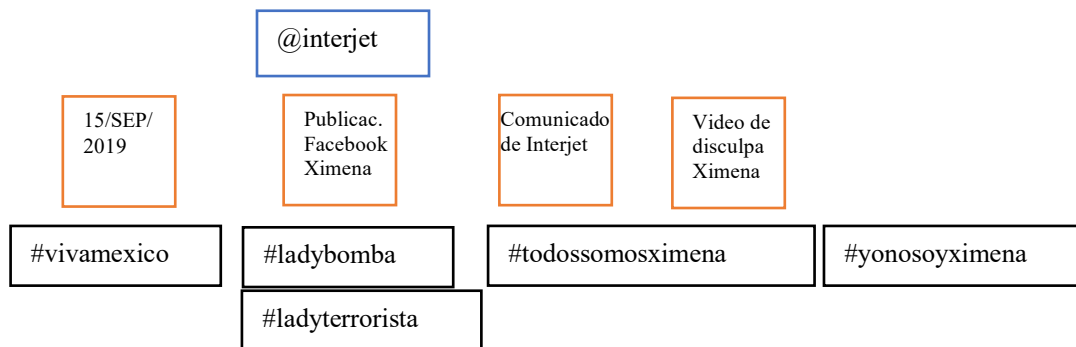


Diagrama 2. Eventos relacionados con Ximena García.

Algo interesante sobre este caso es el análisis de la condición sociocultural 4 (anclaje de tendencias), la cual explica que la tendencia originada en torno a Ximena sirvió como puente, generando un vínculo que devino en una nueva relación previamente inexistente entre ciertas tendencias: al surgir el mensaje y la conversación sobre Ximena se empezaron a considerar

vinculadas las narrativas de Interjet, las de la Cuarta Transformación y sus adeptos/adversarios e incluso la del 15 de septiembre y su significación para México como momento festivo, no sólo de manera discursiva, sino incluso, como ya se ha visto, en cuanto al tráfico de sus búsquedas en Google, con lo cual el meme de la conversación sobre Ximena en Twitter podría haber crecido debido a la plataforma que supusieron las tendencias preexistentes que fueron conectadas.

Para entender cómo tales instancias se vieron involucradas es útil examinar las etiquetas de *hashtag* empleadas, que inicialmente fueron #ladybomba y #ladyterrorista, a las que posteriormente surgió una réplica en defensa de Ximena: #todossomosximena, y más tarde le siguió una contrarréplica, #yonosoyximena. Es importante considerar que en el momento de la exploración y descarga de datos sólo permitió ver usos de las tres primeras etiquetas.

La conversación en Twitter generada en torno a la publicación de Ximena García que se sostuvo empleando las etiquetas descritas sucedió principalmente el 17 de septiembre de 2019, desde las 13:54:02 horas, hasta las 23:59:57 horas, con un total de 4376 registros. Luego del proceso de muestreo, reconocí 11 tuits destacados que usan las tres etiquetas mencionadas, seleccionados a partir de un total de 3213 tuits efectuados entre el 17 de septiembre de 2019 a las 13:54:02 horas, y las 23:59:57 horas del mismo día.

De los hashtags empleados, #TodosSomosXimena aparece en el tuit con más favoritos, y más retuiteado individualmente, pero no aparece en los otros 10 tuits más destacados. #LadyBomba tiene presencia en 10 tuits, exceptuando el primero. #LadyTerrorista sólo es usado en 3 tuits (en azul y verde), por lo que parece ser una etiqueta no empleada por quienes defienden a Ximena. #yonosoyximena no aparece probablemente debido a que su aparición fue posterior a la fecha del 17 de septiembre, cuando se hizo la descarga de los datos.

La principal tensión perceptible iba relacionada con posturas políticas en un ambiente que se percibió como lo antes llamado *mame*, donde básicamente las opiniones se posicionaron a favor o en contra de Ximena.

Las posturas pro-Ximena emplearon distintos tipos de argumentos, aunque por lo general, la etiqueta implica una postura desde donde se marca una diferencia, defendiendo a Ximena y denunciando a quienes pueden perjudicar a la piloto.

- 2) El comentario de la piloto de interjet 🛩 es reprobable. Pero ahí les encargo su “congruencia” y doble moral a los que están participando ahorita en el linchamiento de “#LadyBomba” y callaron como momias con los comentarios misóginos de Mireles.
- 5) Me parece más grave que un funcionario público en un acto oficial le diga ‘pirujas’ y ‘nalguitas’ a las beneficiarias del seguro de salud a que la tarada de #LadyBomba haga una broma irrealizable en un espacio privado. Pero adivinen que enfureció más a las ovejas de Cuarta.
- 10) Se burlan de #LadyBomba pero no vaya a ser Mireles denigrando consecutivamente a la mujer porque no mames fue un error ya se disculpo con un tuit.

Particularmente, desde los tuits 2, 5 y 10 la defensa de Ximena se establece desde la mención de otra tendencia que es presentada como algo peor que lo dicho por Ximena García: La enunciación en el tuit 2 se dirige hacia un público indeterminado, por un lado, reconoce que lo escrito por Ximena García, a quien se refiere como “la piloto de interjet” es algo reprobable, sin embargo, destaca y adjudica la cualidad de incongruentes a aquellos quienes “linchan” a #LadyBomba y callaron ante los comentarios misóginos de *Mireles*.

José Manuel Mireles, un funcionario médico de Michoacán, antes conocido por haber participado en la fundación de los grupos armados llamados *Autodefensas* en la zona de Tierra Caliente de aquel estado y haberse visto envuelto en distintos sucesos con el cartel de los Caballeros Templarios y el Ejército Mexicano. En fechas recientes al suceso de Ximena García, a principios de septiembre de 2019, Mireles había vuelto a posicionarse en la conversación pública nacional por la difusión de unos videos donde se le capta empleando palabras como “piruja” o “nalguita” para hablar de mujeres. El énfasis hecho en “los que atacan” marca a su vez una distancia con quien enuncia: se considera a ambos actos reprobables, el comentario de Ximena y los de *Mireles*.

En el tuit 5 se habla desde un *yo* que reconoce grave que, desde un espacio privado, la “tarada de #LadyBomba” haga una broma irrealizable, aunque se reconoce *más grave* que un funcionario público en un acto oficial refiera como ‘pirujas’ y ‘nalguitas’ a beneficiarias del seguro de salud. La comparación ofrece un panorama irónico que podría derivar en cierta comicidad, como en el tuit 2, donde se sugiere que antes de criticar a Ximena debió haberse criticado también con efusividad al *funcionario público*. La mención de tal funcionario se refiere a José Manuel Mireles, y la mención de las *ovejas de cuarta*, a los partidarios (llamados a veces borregos/ovejas) *de cuarta*, que remite a la cuarta transformación, llamada por sus detractores *transformación de cuarta*.

El tuit 10, como los tuits 2 y 5, recalca la diferencia entre las burlas a Ximena y la *falta* de éstas hacia Mireles luego de usar palabras denigrantes a las mujeres. La enunciación se construye con cierta ambigüedad por la conjugación verbal que se puede dirigir hacia la segunda o tercera persona del plural, pero se puede entender cierta intención de englobar a quienes se burlan de Ximena.

Las manifestaciones antes señaladas indican una vinculación de la tendencia de Ximena con la de Mireles, enfatizando su naturaleza similar en cuanto a su construcción como “escándalo” mediático y su temporalidad cercana al momento de la tendencia de Ximena, siendo Ximena un motivo de facto para retomar la discusión sobre Mireles en tanto tendencia externa, y aunque el vínculo entre las conversaciones sobre Mireles y sobre Ximena puede verse como inesperado, no resulta azarosa, ya que el retorno a la discusión sobre Mireles sirve para defender una postura y a la vez atacar a una facción rival en la conversación sobre Ximena.

De manera diferente, los tuits 3 y 8 emplean un argumento que busca demeritar las posturas contrarias a partir de llamarles hipócritas, o incongruentes, algo que se puede percibir en otros tuits pro-Ximena pero que aquí constituyen la esencia de lo dicho.

- 3) Entonces #LadyBomba es mala persona pero ustedes no lo eran cuando decían que mataran a EPN. No lo sé, mucha doble moral.
- 8) Pinches chairros doble moral no mamen 🤔🤔🤔🤔 #LadyBomba Y más cuando son unos putos hipócritas de caca 🤔 Hasta terrorista y genocida 🤔🤔🤔🤔 no mamar <https://t.co/58q8j3gvK8>

El tuit 3 se enuncia hacia un *ustedes* a quienes identifica como personas que pedían la muerte de Enrique Peña Nieto (EPN), el presidente de México antes de Andrés Manuel López Obrador (AMLO), quien durante su mandato recibiera descalificaciones y ataques en redes de socialización en línea por parte de los chairros. El término chairro enfatiza un uso despectivo⁶⁷ para referir en ocasiones a los simpatizantes de AMLO y/o las ideologías de la izquierda política. En este caso, el comentario enfatiza que hay doble moral, o incoherencia al calificar a #LadyBomba como mala persona, pero no al identificarse así quienes anteriormente deseaban muerte a EPN. Además del tuit 3, en el tuit 8 se enuncia también que los chairros, tiene *doble moral* y apela como una exageración decir “terrorista y genocida” de

⁶⁷ Chairro se llama a una “Persona que defiende causas sociales y políticas en contra de las ideologías de la derecha, pero a la que se atribuye falta de compromiso verdadero con lo que dice defender; persona que se autosatisface con sus actitudes” (Diccionario de Español Mexicano, s. f.).

#LadyBomba, algo que es risible, recalando que (los chairros) son hipócritas, aunque a diferencia de otros casos, se omite la razón de llamarles así.

- 4) #LadyBomba Si @interjet en vez de investigar CORRE inmediatamente a Ximena García alias #LadyBomba o #LadyTerrorista no solo tendrá automáticamente millones de nuevos clientes, sino que tendremos una vez más confianza, vuelos seguros y un país mejor. El país no está para esto... <https://t.co/X5afRFM5Aa>

Las posturas anti-Ximena despliegan un argumento general donde se percibe que a partir de castigar a Ximena García se obtendría cierto beneficio. En el caso del tuit 4, se habla de “más confianza, vuelos seguros y un país mejor”, y en el tuit 9 parece que se abogara por Interjet, dando a entender que la asociación con Ximena resulta nociva para esa compañía de aviación, sin embargo, se recalca que en EE. UU. se castigaría o habría represalias contra la piloto, pero se da a entender que eso no había sucedido en México, aunque quizás fuera deseable.

El escenario de estos tuits es de confrontación política, donde a grandes rasgos pueden reconocerse (aún con ciertas reservas) un bando a favor de Ximena e ideologías de derecha y otro bando en contra de Ximena y en pro de ideologías de izquierda; sin embargo, también parece haber un espacio para el humor de forma más directa. Las posturas que reconozco como humorísticas (en los tuits 6, 7 y 11) presentan una cercanía con los memes de humor visual, precisamente porque parecen ser planteados en secuencias que podrían ser ilustradas con imágenes, particularmente en los casos del tuit 7 y el tuit 11.

- 6) Uno de estos días #LadyBomba Xiime García, hará gira de medios, entre risitas con los conductores de noticieros dirá que fue bromita pero que AMLO está destruyendo México. La correrá Interjet, ante el desempleo la contratará Playboy y saldrá encuerada. Esta historia ya me la sé 😂
- 7) “Fúmense esto chairros mugrosos del zócalo” — #LadyTerrorista #LadyBomba <https://t.co/dgrAiChND4>
- 11) No me preocupa tanto la declaración de #LadyBomba me encabrona que según ella los aviones comerciales tienen espacio para una bomba y no para poder subir tu puto equipaje de mano.

El tuit 6 narra una historia, no exenta de machismo, que plantea una vía futura posible para Ximena García. La intención se percibe humorística, y el remate del *emoji* de risa lo reafirma.

El tuit 7 parece enarbolar cierto humor, al aparentemente representar lo que parecería ser una cita textual de la idea de Ximena García, al texto lo acompaña una imagen *gif* que representa una bomba lanzada desde el cielo, en una escena de la serie animada Los Simpson, que es a su vez referencia a una escena similar en el filme de 1964, *Dr. Strangelove or: How I Learned to Stop Worrying and Love the Bomb*, dirigida por Staley Kubric. Este tuit representa un

meme de humor visual propiamente dicho, aunque sus componentes: texto e imagen no estén integrados dentro de la imagen misma, se percibe que la imagen no ha sido más intervenida que al seleccionarla e incluirla en el contenido del tuit, aunque la selección y publicación de la imagen indican su pertinencia al asunto.



Ilustración 19. Meme de humor visual empleado en el tuit destacado 7 del caso de Ximena.

El humor en este meme refiere la aparente alegría y falta de preocupación de la piloto al sugerir la caída de una bomba en el Zócalo de la Ciudad de México, algo que sí se puede relacionar con el tono empleado en el mensaje en *Facebook* de Ximena García.

Finalmente, el humor en el tuit 11 ironiza la idea de llevar una bomba en aviación comercial, ante la falta de espacio asignado de almacenaje a los pasajeros, una perspectiva que se distancia un poco del tono general de conversación y la lleva al terreno de la experiencia común de quien usa servicios de transporte aéreo.

En los tres tuits donde presento el humor como efecto patente, la coincidencia principal es la condición de Ximena como piloto de aviación y la idea de la bomba, sea arrojarla, transportarla o referirla como broma. Aunque el meme de Ximena lo he reconocido como una conversación o discusión pública, algo que permite distinguirlo de los memes como producciones (que comúnmente se manifiestan como imágenes graciosas). Es posible notar cómo el meme como conversación extiende su intertextualidad y entabla diálogo con otras tendencias, como la de Ximena García que se extiende hacia la tendencia de Mireles, o como se retoma el tema de las expresiones de desagrado hacia los *Lords* y *Ladies* e incluso, como

en el caso de Ximena, de sugerir daño a alguien, como las peticiones de la muerte del ex mandatario del Partido Revolucionario Institucional, Enrique Peña Nieto en el sexenio anterior en México. Sin embargo, el séptimo tuit más popular de la conversación muestreada de Ximena García demuestra pistas de cómo se gesta una veta que se vuelve en cierta forma tangencial a la confrontación entre facciones políticas: se puede llevar la discusión al terreno del humor en memes como producciones, e incluso permite ver cómo ciertos sentidos permanecen al llevar el asunto hacia el humor, como la idea del avión y de la bomba, por lo que sería esperable que al derivar esta conversación hacia memes de humor visual, se conserven y enfatizen aquellos elementos.

Como se declaró anteriormente, la discusión de lo dicho por Ximena se situó en un nodo temporal relevante para el escenario de la confrontación política precisamente por ubicarse en una celebración que se organiza por la facción de la fuerza política dirigente en un momento dado. El protagonismo del comentario de la piloto en medio de la conversación general de la política mexicana reciente se puede entender por su pertinencia en términos de lo que comprende esa conversación o discusión. Es posible pensar que, quizás a un grado (o a un ritmo) nunca antes visto, la política se esté gestando desde las redes de socialización digital, algo que no es descabellado si se considera la creciente presencia de personajes *políticos* como expresidentes, funcionarios públicos e incluso otros dirigentes de estado en *Twitter*, como Donald Trump, por ejemplo. Desde luego, *Twitter* no es escenario único donde se percibe esta disputa entre argumentos y facciones, y el papel de los medios tradicionales de comunicación como la TV, los diarios y la radiodifusión siguen patentes, pero el proceso de que éstos últimos sean representados o llevados al terreno de la WWW y las redes de socialización en línea es mucho más fácil que al revés, todo sumergido en un ambiente general de polarización, de aceleradas tomas de posturas y altercados.

Internet como sistema de paso puede poner en contacto por ejemplo, entrevistas, notas periodísticas y tendencias (memes no humorísticos) directamente con las personas que pertenecen a cualesquiera facciones o grupos y además les brinda las herramientas para la interacción inmediata que permite sostener discusiones acotadas en *Twitter*, que se pueden consultar desde casi cualquier otra red o página mediante hiperenlaces, estimulando que en menos de once horas durante el 17 de septiembre de 2019 se alcanzara un total de 3213 tuits.

La etiqueta #LadyBomba, según lo visto no sólo fue empleada por los detractores de Ximena sino incluso por quienes aparentemente la defendían, fijando mediante su uso la asociación a mediados de septiembre de 2019 de la conversación sobre tensiones políticas en México y sentando también las bases para otros memes de humor visual que habrían de popularizarse también, con el escenario dispuesto gracias a la conversación de #LadyBomba, y tomando referentes del imaginario popular sobre el terrorismo, quizás relacionados con eventos de decenios recientes que invitan a pensar en conceptos también heredados por conversaciones específicas de cada evento: medio oriente, islam, ISIS y Al Qaeda, por mencionar algunos.



Ilustración 20. Ejemplo 1 de meme generado posteriormente a la conversación de Ximena.



Ilustración 21. Ejemplo 2 de meme generado posteriormente a la conversación de Ximena.



Ilustración 22. Ejemplo 3 de meme generado posteriormente a la conversación de Ximena.

La forma en que el hashtag #LadyBomba condensó los sentidos generales de la conversación es patente en su uso en los memes humorísticos aquí mostrados, algo que permite pensar en las ideas de competencia de los memes (en este caso, algunas de sus posturas populares involucradas) según la noción de egoísmo de Dawkins (1976), pero también, al darse por concluido el periodo de gran actividad de la tendencia, se aprecia un aspecto que mencionaba Da Cunha Recuero (2007), la capacidad de los memes de generar agregación y ruptura en las plataformas de red, pues algunos grupos se diferenciaron y otros compartieron los sentidos de memes particulares, que no obstante, al final sufrieron también lo que Cannizaro (2016) llama una traducción, ya que decir *Lady Bomba* tiempo después de la conversación referida sobre Ximena no equivale usar la misma etiqueta antes de tal conversación, algo que también advertía Wasik (2009) al señalar que aunque las nanohistorias mueren, sus sentidos se integran a la cultura, y muy posiblemente no sólo en prácticas dentro de Internet.

Lo anterior permite cuestionar una de las propuestas de Baricco (2008) cuando señala que la aceleración de la discusión *online* abre la posibilidad de enlazar múltiples experiencias, ya que si se entienden los memes de humor visual como un canal de salida de la discusión en *Twitter*, se percibe un cierto estrechamiento en vez de sólo apertura de sentidos, es decir, Ximena García como meme-conversación ofrece un escenario para pensar y discutir sobre política mexicana, pero los memes basados en Ximena García como *Lady Bomba* se quedan (al menos en apariencia) únicamente con aquellos sentidos que se perciben en los memes de humor visual, y si se comprende que la discusión se limitó a un momento (días u horas) en particular, pero los memes extienden su existencia en el tiempo por semanas, meses o años,

es posible que algunos de los sentidos que perduren más en el tiempo sean aquellos ya reducidos, tipificados y superficiales.

5.2.1 GRETA THUNBERG

La reflexión en el último apartado es pertinente también para el caso de Greta Thunberg, quien ciertamente había tenido cierta presencia en medios tradicionales y digitales, pero no fue sino hasta el momento de su discurso en septiembre de 2019, en el marco de la cumbre de las Naciones Unidas cuando su figura se vio catapultada hacia una carrera de súbita visualización y popularidad.



Ilustración 23. Captura de pantalla del video empleado de Greta Thunberg.

La joven sueca despertó un gran interés (de modo similar a Ximena), atrayendo opiniones positivas y también negativas. La visualización a gran escala de Greta y su discurso le permitieron volverse un meme de Internet, uno que, para esta exploración, se abordó desde un video en *YouTube* con subtítulos en español para acceder a comentarios de hispanohablantes. Aunque el meme del discurso de Greta tuvo lo que da Cunha Recuero (2007) llama un *alcance global*, me interesó explorar los sentidos popularizados desde un *alcance local*.

La conversación anidada en el video de *Youtube* se dio, principalmente, desde el 23 de septiembre de 2019 a las 17:44:28 al 09 de octubre de 2019 a las 18:35:23, alcanzando un total de 4376 comentarios registrados, de los cuales 9 obtuvieron los puntajes más altos en *like* (agrado) y *reply* (respuestas).

Los comentarios 2, 6 y 8 observan construcciones que pueden verse como lo que Michelle Coscia (2017) llama *protomemes* en el sentido de que no son memes por sí mismos (como imágenes, ni en su popularización), pero que presentan ya una especie de guion para la construcción de tales, estableciendo argumentos desde los que podrían ser producidos. Los comentarios se avocan casi unívocamente a ser ideas para memes de humor visual y fueron registrados cinco días después de los demás comentarios.

- 2) Mientras tanto Trump: Que me hare para el Sandwich :v
- 6) Donald Trump: Si bueno, ¿quién tiene hambre?
- 8) Greta Thunberg: Se están robando mi infancia. Niños muriéndose de hambre en África:
JAJAJAJAJA JAJAJAJAJAJA

En los otros seis estos comentarios se percibe involucramiento de actores como Soros, Camila Vallejos, grandes compañías, la ONU y Chile, de forma directa. El nombre de Lisa Simpson es referido a su vez como en vinculación con la serie animada *Los Simpson*, la explicación de la referencia es paralelismo temático que el comentarista detecta.

- 1) No s√©,la veo y parece que estoy viendo a Soros
- 3) Esto es un claro ejemplo de cómo utilizan a una adolescente para distraer y manipular por intereses. Es lamentable cómo utilizan los ideales de una chica que recién está empezando a formar su opinión... Me hace acordar a Lisa Simpson 🤔
- 4) Esta mujer piensa qué somos imbéciles detrás de ella, esta Soros y q le importa un rábano el mundo
- 5) Una adolescente que tendría que estar en el colegio, las élites y grandes compañías la utilizan para sus intereses, francamente penoso. La manipulación de la información hacia la sociedad no tiene límites.
- 7) Me recuerda cuando la camila vallejos usaba la demanda estudiantil para llegar a política, lo logró y ahora le importa una raja con el medio sueldo que gana.
- 9) Pobre niña y mas pobres los que le creen. NO MAS ONU EN CHILE. 🇨🇱🇨🇱🇨🇱

Estos comentarios evocan ideas de manipulación detrás de Greta, aduciendo que élites, grandes compañías, George Soros, y la ONU, usan su figura para promocionar intereses particulares. El comentario 5 sugiere que más bien es Greta quien busca proyectarse en los medios para ser famosa y, tal vez, lograr entrar en la política. El sustento de estas posturas puede partir, como lo explica el diario *Clarín* (2019), de la asociación entre Greta Thunberg

y George Soros establecida desde una foto falsa creada a partir de una foto publicada en 2018, donde aparece Greta con Al Gore. Aparentemente, la imagen fue difundida, al menos, por Eduardo Bolsonaro, hijo de Jair Bolsonaro, el actual presidente de Brasil, posiblemente para atacar a Greta. A pesar de que Clarín (2019) parece presentar el origen de la asociación que se hace entre Thunberg y Soros a partir de la fotografía, el sitio *web* Sputnik (2019) explica que más bien, el montaje fotográfico puede estar siendo un reflejo de los cuestionamientos que algunas personas hacen sobre Thunberg debido a su rápido ascenso en la escena mediática y el lucro que se ha visto asociado con algunos aspectos de su activismo. En cualquier caso, queda visto que la asociación de Greta con fines oscuros es un tema de interés y una veta que no deja de explorarse en la conversación.

En el caso de los comentarios del video, las dos ideas antes establecidas (Clarín, 2019; Sputnik, 2019) no permiten discernir con exactitud una clasificación de lo comentado por quienes vieron el video del discurso de Greta Thunberg. El sentido general que se percibe en los comentarios destacados no manifiesta de forma expresa simpatía o apego por el mensaje que la activista emite, sino diversos cuestionamientos a sus relaciones personales y los intereses que pueden estar de por medio en su llamamiento a la acción contra el cambio climático, e incluso cierta pena quizás derivada de la apreciación de que ella es manipulada.

Pese a la división que puede advertirse, se puede también percibir que los comentarios humorísticos no pierden terreno en la discusión política cuando se plantean como posibilidades para memes de humor visual, recordando el señalamiento que hacen Mazambani, Carlson, Reysen y Hempelmann (2015) sobre el cuidado que debe tenerse al analizar los contextos de uso de un meme. Esta cuestión es aplicable a los comentarios del video de Greta Thunberg, que también invitan a pensar en las dos categorías de memes reconocidas por Shifman (2013), los memes *virales* son los producidos por industrias culturales que se vuelven extremadamente populares (como el video del discurso) y los memes *meméticos* son los que apelan a la creatividad de los usuarios en las formas de parodia, imitación, mezclas y otras formas derivadas, quizá siendo extensivo no sólo al humor visual, sino a comentarios de humor textual también: el video sería el componente viral, pero los comentarios (el hecho de reaccionar al video) serían meméticos.

Aunque no se puede pensar en términos de facciones que discutan o se confronten entre sí, se dibuja desde los comentarios una serie de reconocimientos de la intertextualidad de la

tendencia de Greta con otras que, como en el caso de Ximena, se extienden hacia otras tendencias/conversaciones como es el caso del cambio climático, el de George Soros o la ONU, pero también se establecen conexiones y actualizan a otros memes de humor visual.

A partir de los ejemplos de abajo puede confirmarse la sospecha de que algunos comentarios en el video de Greta Thunberg sirven como protomemes (producciones) de humor, que se integran también a tendencias de humor sobre tendencias o conversaciones públicas.



Ilustración 24. Meme de humor de Greta vs Lady Coral Blanco en el contexto de México.



Ilustración 25. Meme de humor de Greta y Donald Trump, al estilo *Stare Cat*, en contexto internacional.

La cercanía del meme (video) de Greta Thunberg con otros memes visuales y sus tendencias permite percibir cómo es que los sentidos de lo que Greta y su discurso representan, se ve replicado, en el caso de la imagen Greta y Lady Coral blanco, se puede hacer una lectura de Greta como metáfora de la defensa al medio ambiente; en el caso de la imagen de Greta y Donald Trump, Greta es además, un símbolo de quienes alzan la voz y denuncian

inconformidad con las acciones de los políticos y las élites, quizá visto de forma general, pero probablemente también relacionado con las acciones en torno al cambio climático.

5.2.3 BOB DYLAN

En un acercamiento más, aunque ya he presentado varias veces al caso de Bob Dylan, insisto en que señalar el particular interés del campo de la literatura en este premio es primordial para comprender también el involucramiento quienes participaron en esta conversación.

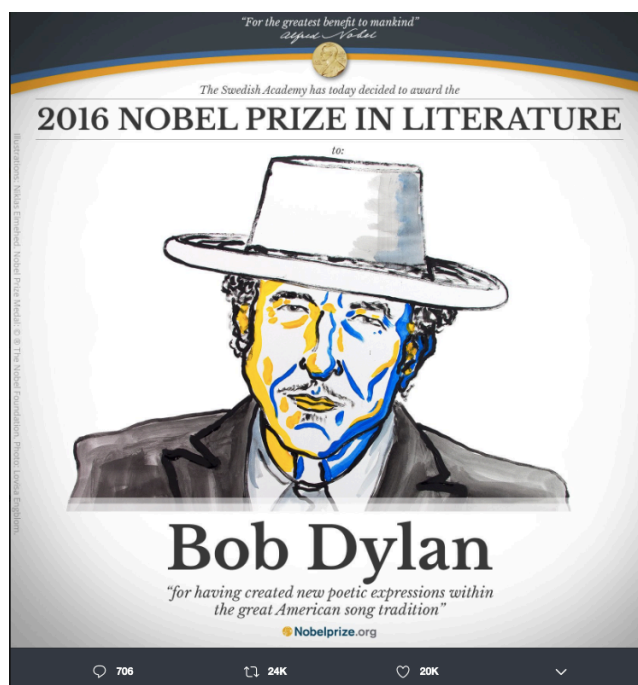


Ilustración 26. Imagen en el tuit del Premio Nobel, anunciando el galardón de Literatura en 2016.

La conversación en *Twitter* fue casi inmediata al tuit que @NobelPrize publicó respecto al asunto, y que sucedió entre las 11:01:41 del 13 de octubre de 2016 y las 15:26:03 del 21/OCT/2016, con un total de 583 tuits. En ella, los 7 tuits destacados permiten atestiguar una diversidad de posturas en la muestra.

En un sentido general, los tuits destacados enfatizan la idea de la sorpresa ante lo inesperado de que alguien no reconocido dentro del medio de la literatura gane el premio. Esto se ilustra visualmente desde el tuit 6, que presenta un meme de humor visual hecho a propósito de premios nobel inesperados, donde se ve una tumba con el nombre Alfred Nobel en idioma ruso, quien se entiende que aún bajo tierra saca ambas manos para insultar con ellas por el

nombramiento del premio nobel de paz de Barack Obama en 2009 y el de literatura de Bob Dylan en 2016.

6) Альфред Нобель, мягко говоря, в шоке... #Чебурашка <https://t.co/Rqlu5QqkEd>

El meme presenta una marca autoral que recuerda a aquellas visibles en las publicaciones de Memes Literarios, y recurre al humor para en este caso apelar a la falta de sensatez del hecho de premiar a alguien en ciertas categorías a quienes (aparentemente) no tienen relación con ellas, como Dylan y la literatura.



Ilustración 27. Meme del tuit destacado 6 de la conversación de bob Dylan.

De modo similar a los casos de Greta y Ximena, el caso de Bob Dylan establece desde su conversación una serie de enlaces hacia otras conversaciones, que para su caso incluye personajes del medio de la literatura, por ejemplo. Los memes como producciones de humor en esta tendencia parecen haber surgido en periodos más cortos que aquellos que se dieron en las otras conversaciones. Sin embargo ¿qué indica esa particularidad?

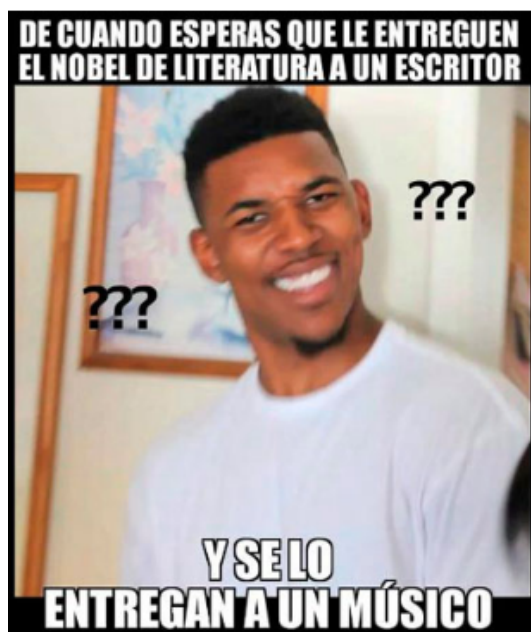


Ilustración 28. Meme de Nick Young confundido sobre el asunto de Bob Dylan.

Los dos memes de humor visual aquí mostrados ofrecen una perspectiva donde se emplea la ruptura de la seriedad para cuestionar las decisiones de la Academia Sueca, entendida como institución que legitima y produce sentido para la literatura, que en el caso del nobel de Dylan parece no guiarse por el sentido común (y dominante) de que quien recibe el nobel de literatura suele ser un escritor o literato reconocido. Aquí el uso del humor, más que escapar de una postura de dominación, parece exigir que se siga implementando tal, pues lo que se cuestiona es una desviación de la norma.

Podría pensarse que a diferencia de las otras conversaciones donde hay quizás menos certezas, en esta conversación existe una especie de idea fija sobre lo que es literatura y el otorgamiento entra en tensión con ella por su diferencia; de cualquier manera, el acotamiento de la conversación fue probablemente más restringido que en los otros casos debido al tema, aspecto que ha sido lentamente delineado en diversos momentos de este trabajo y que puede dar una idea cercana de los sentidos en juego en tal conversación.

5.3 CONVERSACIONES EN *FACEBOOK*, *TWITTER* Y *YOUTUBE*

Los tuits sobre Bob Dylan, al igual que los de Ximena García y los comentarios del video de Greta Thunberg, tienen similitudes generales como una rica intertextualidad, exploración y

explotación de posturas políticas (en el sentido de posicionamiento social frente a la realidad y en el de facciones partidistas). Cuando no presentan memes de humor visual contruidos, ofrecen estructuras textuales fácilmente adaptables a aquellas formas, y recibieron números considerables de interacciones en periodos breves. En casi todos estos aspectos, los memes de Bob Dylan, Ximena García y Greta Thunberg fueron también similares a las publicaciones de Memes Literarios, salvo por la falta de un tema preexistente (la literatura) que sirviera como punto de partida de las conversaciones, y un tratamiento constante (el humor sólo era una opción de muchas). Lo constante fue la mordacidad, el lenguaje soez y el encarnizado posicionamiento de construcciones de la otredad, como en la oposición política desde el asunto de Ximena García, que llega a extremos insospechados y estimulados por la variedad de expresión y la carencia de reglas claras para los debates públicos en foros abiertos.

En las construcciones visuales relacionadas con las conversaciones en *Twitter* y *YouTube* se percibieron algunos rasgos que se habían reconocido también como típicos de Memes Literarios, como el marcado autoral (un rasgo que parece incorporar nociones de dominación en términos de pertenencia) de los memes de humor visual para indicar su proveniencia, o las construcciones de identidad de los participantes en cada conversación.

Las referencias de los memes pueden provenir de una variedad de fuentes, como *hashtags* para tendencias, imágenes o frases, pero la construcción del meme como visualidad exige poder ver algo, sea que se trate de una captura de pantalla del texto, o de una alusión a un texto o trama literarios, estableciendo en este último caso un segundo grado de relación, como algunas publicaciones de Memes Literarios donde antes de ver plasmado algo de literatura hay un recurso visual que directamente aparece plasmado en el meme, como fotos de autores y las portadas de los libros en el Meme 3, el cine que le aporta a la composición una secuencia narrativa a manera de plantilla; o la animación y fotografía en el caso del Meme 13, que permiten mostrar una secuencia narrativa y ver a los escritores además. Echar mano de las imágenes suple el uso de grandes extractos de texto para narrar y permite que el breve texto empleado destaque, acotando/denotando (pero no restringiendo) algunos de los sentidos que se pueden asociar con las imágenes en estos memes.

La cualidad de Memes Literarios como un ente parcialmente institucionalizado por los discursos y lógicas de la literatura como sistema cultural y también parcialmente abierto, irreverente, mordaz, hacen de la página un espacio que establece una tensión perceptible en

su misma condición de intersticialidad, donde el control de los discursos editoriales, canónicos, exegéticos, chocan con la cibercultura, la publicación y la asociación libre; un sitio que da la bienvenida a conversaciones que sirven de válvula de escape y resisten los embates lógicos de la reglamentación y de la comunicación como una transmisión y control, oponiendo rasgos de ritualidad, aceleración y finalmente propiciando una vitalidad que permite que la permanencia de la idea de la literatura en el tiempo de los memes de Internet. Las exploraciones realizadas revelaron que los memes (18 en *Facebook*, 2 en *Twitter* y 1 en *YouTube*) no pueden entenderse por sí solos, sino en consideración, además, de sus comentarios, fechas de publicación, las tendencias que a las que se sumaron sus sentidos, las tensiones y controversias entre los discursos más evidentemente involucrados y sus relaciones de poder. Los memes no pueden verse, aparentemente, fuera de la visualidad, y de ahí que el registro de las interacciones de quienes los ven (y los sentidos que refieren o prefieren captar de ellos) es vital para acceder a una interpretación en un sentido de *cultura* como producciones y como consumos.

Estos consumos demuestran en todos los casos que, al situarse contextualmente en el impulso que ya ejercen tendencias y coyunturas temporales, se adquiere parte de ese impulso. Gemma Lluch (2006) explica este efecto con una comparación:

La imagen de los ciclistas que, aprovechando el esfuerzo del primero, se colocan a su rebufo para aprovechar la corriente de aire que crea y así conseguir la misma velocidad con el mínimo esfuerzo es perfecta para comentar el funcionamiento de otro tipo de narrativas. Esta manera de crear o de presentar al público relatos que o son nuevos o se presentan como nuevos se utiliza tanto en las narrativas audiovisuales como en las literarias. En el caso de las series de televisión, con los llamados *spin-off*, es decir, las nuevas series nacidas del éxito de otras mediante el uso de protagonistas o tramas comunes (Lluch, 2006, p. 197).

Si bien las tendencias, temporalidades, actores implicados y son condiciones importantes para los memes tomados de otras instancias,

una vez que los clones son creados funcionan de manera autónoma, de manera que en la mente de un espectador que vive el instante que le da la televisión, se pierde en la memoria quién generó a quién, porque lo importante no es seguir el rastro de la «creación» o reconocer y valorar el «original» sino que lo importante es que cada espectador encuentre en la diferencia que da la similitud la propuesta narrativa que le satisfaga (Lluch, 2006, p. 197).

Lluch aclara que “el binomio «producto madre» / «clon» en absoluto se corresponde con «literatura» / «paraliteratura»” (Lluch, 2006, p. 198), sugiriendo que la sucesión que genera el rebufo del éxito de un artefacto cultural no implica una relación de mejor o peor calidad en uno u otro; de modo análogo los memes utilizan, activan y recuperan tendencias anteriores, enfatizan fechas, actores, códigos, referentes y tensiones para dinamitar sus posibilidades de ser replicados, pero como señala Lluch (2006) las narrativas con las que se puede quedar cada espectador son aquellas que le satisfacen, es decir, los sentidos que coinciden con sus propias ideas, quizás por que las aceleraciones favorecen también los filtros burbuja que advertía Nuria Fernández García (2017) operando al nivel de las discusiones que atestiguamos desde nuestros perfiles de redes de socialización digital, potenciado por los algoritmos de selección automatizada de contenidos, y por las selecciones personales que hacemos de sentidos cercanos a nuestro propio parecer.

Antes he afirmado que los memes son hechos como reinterpretaciones de contenidos y narrativas tanto provenientes institucionales, prácticas y experiencias sociales, además de un nutrido conjunto de condiciones contextuales, pero ¿quién los hace? Los memes, son un tipo de producción y de consumo intersticial colectivo que, a diferencia de las producciones institucionales, por lo regular no respeta las categorías tradicionales de autor, canon, ni de obras; al aportar una respuesta específica a la pregunta “¿quién hace los memes?”, se puede pensar probablemente de un meme original, algo que, aunque útil como referencia, no responde a la cuestión plural de *memes*.

Los memes no son hechos por un solo sujeto, al menos no de forma reconocible, lo que impide pensar en cualidades típicamente asociadas con la autoría. Los memes en Memes Literarios, algunas veces se presentan como “hechos en casa” por ejemplo, pero en muchos casos se refiere al usuario o a la página de la que provienen, sin que eso necesariamente signifique una relación de autoría del meme en cuestión. Así como los memes no tienen autor específico, tampoco son obras en el sentido típico del concepto y no suelen ajustarse a cánones estéticos o formales fijos.

Además de carecer de autores, como se ha visto en memes distintos a los de Memes Literarios, los memes como producciones y como consumos también carecen de formas acabadas, ya que cualquier persona con capacidad técnica y la intención de hacerlo, puede crear, modificar y poner en circulación imágenes, pero también detonar tendencias; los

memes son entidades abiertas, cuyas referencias pueden atravesar múltiples instituciones a la vez en diversas capas de significado, posiblemente, todas ellas imbricadas en cada una de sus repeticiones.

Lo anterior implica que los memes tampoco tienen una normativa fija que diga hasta donde se puede llegar o cómo deben ser para tener éxito al reproducirse y expandirse. Richard Dawkins (1976) afirmaba en *The Selfish Gene* que los memes son egoístas, no en el sentido de tengan conciencia o intención, sino en cuanto a que su constitución para las mentes humanas los llevaba a funcionar de modo que actuaran como una especie de máquina para replicarse lo más posible. En el mundo de la *web 2.0*, el alcance de los memes como asociaciones entre referentes y usos, debe cifrarse en una duración extendida, o longevidad, mediante narrativas recurrentes, o de largo alcance como las narrativas perdurables y constantes sea en Memes Literarios o en las tendencias de conversaciones (quizá el mismo entorno inclinado hacia la polémica en *Twitter*); pero también, existen nanohistorias (Wasik, 2009) como esos eventos inesperados y difíciles de reproducir, cuya lógica de expansión no se afianza en tiempos fijos, sino en el impacto de su inmediatez.

Las lógicas de fidelidad de estas dos clases principales de temporalidad apuntan, por un lado a un sostenimiento de los referentes (y de la cultura de los memes tal vez) mediante la renovación de formas en los memes que adoptan ciclos largos de reproducción, como la diversidad de memes que representan sentidos de obras literarias; a su vez, las nanohistorias son identificables por su cualidad de permanencia de forma, ya que las conversaciones de Ximena, Greta y Bob Dylan giraron un tiempo sobre los referentes que podrían reconocerse como originales: una captura de pantalla de *Facebook*, el video de un discurso y un tuit que dio a conocer al ganador de un premio.

Según lo que Alessandro Baricco (2008) propone como la clase de exploraciones de sentido de los bárbaros, los individuos bajo la nueva lógica exploratoria del mundo tienen poco interés por adentrarse en cuestiones de profundidad o conocimiento experto sobre alguna cosa, sino en cambio, aprecian los desplazamientos que les otorgan una multiplicidad de experiencias, como las fuertes intertextualidades, al tiempo que permiten efectuar tales desplazamientos en periodos muy breves en comparación con estándares tradicionales de tiempo, a los dispositivos culturales que Baricco (2008) reconoce como preferidos de los bárbaros, les llama *sistemas de paso*. Los memes de Internet suponen excelentes sistemas de

paso que, si bien parten de las narrativas externas a su propio sistema, parece fundarse cada vez más en sí mismos.

La idea de Baricco sobre el *sentido* plantea una cuestión que dejé como discusión abierta al analizar los memes en esta investigación y que se acentúa al reflexionar en las similitudes de los memes en *Facebook*, *Twitter* y *YouTube*: la idea de la autoría como una condición sociocultural importante en los memes de Internet.

Empezaré recurriendo al crítico literario Espen J. Aarseth (1997), quien habla de la actitud ergódica⁶⁸, una especie de lectura de acción, donde el lector se desplaza por el texto – normalmente un *cibertexto*, en un sentido amplio– tomando riesgos, y construyendo su experiencia de lectura más allá del placer típico, que el autor califica cercano al del voyeur. Es menester hacer notar que Aarseth (1990) llama cibertexto a una organización mecánica del texto que puede producir muchas lecturas, dando por sentado que las complejidades del medio son parte integral del intercambio literario. De cualquier modo, la atención también se centra en el lector del texto, como una figura cuya actuación ocurre toda en un espacio mental. Durante el proceso cibertextual, explica, “el lector efectúa una secuencia semiótica, y su movimiento selectivo escapa de los varios conceptos que existen acerca de lectura misma” (Aarseth, 1997, p. 1); este fenómeno es precisamente lo que el autor reconoce como ergódico. Las posibilidades de pensar en lecturas ergódicas no se limitan a medios, sin embargo, las nociones sobre experiencias de lectura desde las discusiones en los estudios literarios, por ejemplo, viven ya un momento de agitación, del cual son ejemplos algunas posiciones como la de Gemma Lluch (2016), quien al hablar de literatura juvenil, percibe que “en un futuro que cada vez es más presente, tendremos que ver cómo las nuevas formas de leer en el espacio cibernético se cuelan en el de papel” (Lluch, 2006, p. 203). El crítico literario Pedro Cerrillo Torremocha habla de dos tipos de lectores avocados desde ya en el presente:

El lector tradicional, lector de libros, lector competente, lector literario que, además, se sirve de los nuevos modelos de lectura, como la lectura en internet [...] El lector nuevo, el consumidor fascinado por las nuevas tecnologías, enganchado a la red, que sólo lee en ella: información, divulgación, juegos, que se comunica con otros (chatea), pero que no es lector de libros, ni lo ha sido tampoco antes. Es un lector que tiene dificultad para

⁶⁸ El término lo extrae de la física, y cuyo origen surge de las palabras griegas *ergon* y *hodos*, “trabajo” y “camino”.

discriminar mensajes y que, en ocasiones, no entiende algunos de ellos (Cerrillo Torremocha, 2007).

La clasificación de Cerrillo incluye una nota interesante: los lectores tradicionales son hoy los menos, y esto condiciona que el lector nuevo tenga experiencias lectoras significativamente distintas a las de hace tiempo, mismas que probablemente van a determinarse en función de cierto uso del lenguaje escrito y de especiales usos del lenguaje oral, definido principalmente por la televisión (Cerrillo Torremocha, 2007). Pero no solo se trata de la televisión, Cerrillo explica un cierto cambio en el modelo cultural derivado de la pujante importancia de los medios audiovisuales y las nuevas tecnologías de la comunicación, al tiempo que dicho cambio, en su opinión, va en detrimento de la cultura alfabética entendida como la que se centra en el empleo de la lectoescritura, implicando incluso modificaciones en el uso del lenguaje, es decir, se enaltece a las imágenes y los iconos frente al texto escrito (2007).

De frente a la visión de Pedro Cerrillo están ideas como las de Doménico Chiappe (2009), quien prácticamente exige a la literatura de la contemporaneidad la aceptación de las nuevas condiciones que el medio electrónico requiere, al igual que el aprovechamiento de las vastas posibilidades en éste. En la misma línea se puede mencionar a Janet Murray (1999), cuyas conclusiones en su libro *Hamlet en la holocubierto*. El futuro de la narrativa en el ciberespacio, señalan que un medio lineal no puede representar la simultaneidad de procesos que se da en el cerebro: la mezcla de lenguaje e imágenes y la consideración de posibilidades diversas que experimentamos como libre albedrío. Aquí Murray se acerca a la noción que Jenkins (2008) hace del murmullo que forma la inteligencia colectiva en la cultura de la convergencia mediática; la autora insiste que el lenguaje textual de la literatura no puede capturar por entero los matices que existen en el pensamiento.

Aunque estas opiniones suponen una especie de disentimiento a la postura de Cerrillo, logran coincidir en lo esencial: las herramientas para la literatura del nuevo siglo XXI son un hecho y quizá un creador digital –“mitad hacker, mitad bardo”, como sugiere Murray (1999: p. 21-22)– logrará afianzar dichos procesos en entornos digitales. La autora precisa que la potencia de los ordenadores constituye un excelso medio de representación, que por tanto valdría cuanto antes poner en manos de los narradores. Todo esto sin dejar de considerar que “Al mismo tiempo, los aspectos comunitarios del ciberespacio están también creciendo con

rapidez, con personas ávidas de construir mundos de fantasía utópica que puedan compartir unos con otros” (Murray, 1999, p. 291).

Algunos otros académicos, también desde los estudios literarios, recelan las nuevas capacidades o condiciones de los textos ciberliterarios, como Darío Villanueva (2011), quien deja traslucir su angustia ante la consideración de que el papel del lector supere al del autor –según la idea del receptor como una especie de *autor adjunto* –, aunque Tim Parks (2002) pretende descartar ese temor; en su artículo “Tales told by the computer”, el autor argumenta que hay textos ciberliterarios clásicos que de hecho imponen limitaciones durante la lectura y, si bien el lector cuenta con la posibilidad de intervenir en estos textos al tomar decisiones, sigue senderos creados por *el autor*, incluso si hay varios caminos entre los cuales elegir. Aun cuando los diferentes lectores probablemente no lean esos senderos en el mismo orden, la lectura estará determinada por el autor. Un lector no puede ir más allá de donde el autor quiere, por lo que decir que el explorador de un hipertexto es a la vez su autor es absurdo: “tal ‘autor’ no ha escrito cosa alguna” (Parks, 2002, p. 50). Desde luego, las posturas hasta ahora descritas conciben la autoría como el hecho de haber escrito una obra literaria cualquiera, y, se entiende, haberla registrado o dado a conocer como pertenencia de alguien. Volviendo al hipertexto del que habla Parks, Espen Aarseth (1997), el autor probablemente lo clasificaría como un laberinto de caminos múltiples y alegaría que el concepto de cibertexto es algo más amplio que eso; bien podría ejemplificar que, pese a no ser solamente redes de textos según la concepción habitual, los hipertextos, los juegos de aventura y expresiones similares son, sin embargo, susceptibles de producir estructuras verbales con sentido estético (es decir, similares a la literatura). Pero un cibertexto, diría, es “una maquina para la producción de una variedad de expresión” (Aarseth, 1990, p. 2). Probablemente, este crítico también enfatizaría el hecho de que el cibertexto no trata de ninguna clase de género literario, sino de mecanismos que comparten un principio de producción calculada sin unidad estética obvia, ni temática o de tecnología material siquiera.

Repensar el proceso de la lectura ergódica desde la comunicación sociocultural y la noción de sentido de Baricco podría sugerir que, si el sentido es una especie de trayectoria, entonces la actitud ergódica que enlaza no sólo los elementos variables de un cibertexto, sino ya la exploración de la realidad, o de manera situada, de navegaciones online, como las navegaciones errantes de que habla Reguillo Cruz (2012) que atraviesan de *Facebook* a

YouTube, por ejemplo. Si el sentido se construye a través del desplazamiento, resultaría interesante pensar que, así como los memes son a un tiempo, conversaciones inexorables y obras abiertas e inacabadas, lo constante parece afianzarse más en los desplazamientos que en las concreciones, la idea misma de la *obra* como ente cerrado podría estar en crisis⁶⁹. Al dejar de verse una obra como un organismo necesariamente cerrado en sí mismo, sino abierto hacia todos lados, las trayectorias, consumos y desplazamientos que proponen a la vez que articulan sentidos serían de manera legítima una creación, sin necesidad de que, por ejemplo, un usuario cree contenido alguno, pero tampoco excluyendo esa posibilidad.

Pensar de manera más general, en la lectura de textos (objetos culturales) como los memes bajo estas características correspondería a un lector más nuevo que el que esboza Cerrillo Torremocha (2007), y que atiende precisamente a encarnar el deseo de Murray (1999) acerca de aquel bardo-hacker que de alguna forma ya habita y se desenvuelve en todos los que usamos la WWW bajo estas lecturas ergódicas de contenidos, donde más que limitarnos a cibertextos prefabricados, a fuerza de uso, cibertextualizamos e hipertextualizamos la mayoría de los contenidos (entre ellos los memes) que colectivamente creamos y consumimos.

Los debates sobre la autoría y el canon tienen un peso considerable que se puede constatar en el presente análisis de los memes (no sólo en Memes Literarios) probablemente debido a que son arenas donde precisamente entran en juego las formas de pensar y definir valores centrales, dominantes, en los sistemas culturales, es decir, discutir sobre cánones y autorías a fin de cuentas es argumentar desde dónde y cómo se establecen ciertas formas de autoridad para producir sentido. Un seguimiento a la perspectiva sociocultural permite reconocer la artificialidad en lo sólido de tales argumentos y sus construcciones discursivas, pero cabe recordar que este proceso se evidencia mediante un desmontaje reflexivo, puesto que los discursos permiten a las instancias de autoridad que se perciba con normalidad o naturalidad la autoridad misma de tales instancias para dictar y proponer sentidos libremente, al mismo tiempo sus discursos coartan a otras instancias la posibilidad de ejercer ese mismo papel.

Además de las hondas implicaciones de pensar la cultura desde los memes como eventos y obras abiertas que captan una atención itinerante y activa, es posible ver la cultura popular

⁶⁹ Las nociones de *Obra abierta* de Umberto Eco (1984) y de *Muerte del autor* de Roland Barthes (1987) son acercamientos a esta idea.

concretada en memes y esos memes como precedente para una nueva generación de memes, es decir, de sentidos dispuestos en sistemas de paso en la WWW, por ejemplo. Si se considera que el repertorio de memes está en constante crecimiento, mutación y sustitución de signos, esa creciente independencia de las instituciones ajenas resulta comprensible. Si el meme es ya folclor (McNeill, 2017), ¿qué le impide ser cada vez más sujeto de sus propias narrativas? En el Modelo 1, expuse lo que llamé el *proceso de meme*, que remata a modo de uróboros⁷⁰, en la constante institución de los memes cual fin en sí mismo como resultado del proceso que los convierte en medios para difusión y replicación de narrativas externas. Quizá el ejemplo del uróboros sea exagerado, pues no logro prever un cierre y desconexión de los memes con sus abrevaderos, pero sí creo que habrá una mayor definición del horizonte contextual de los memes, donde ellos mismos, o sus predecesores, irán integrando continuamente los universos de sentido que componen esa institución intersticial que ya son y, supongo, seguirán siendo.

5.4 HUMOR EN MEMES DE INTERNET

En la visión de Alessandro Baricco, los *bárbaros* participan de las dinámicas tradicionales de producción y negociación de sentido que usualmente opera bajo modos y normas preestablecidas, por lo que, al apropiarse de distintos aspectos de la cultura, los exploran y explotan en modos que les permiten entenderlos y situarlos en esa red amplia de experiencias.

En el sistema de paso que los memes forjan desde su situación como eventos que reciben atención compartida a grandes velocidades, el valor del humor podría estar relacionado con una práctica de resistencia donde, como también señala Jorge Portilla, suspender la seriedad puede servir de ocasión de generar un intersticio y desequilibrar las balanzas asimétricas del poder. Lo que Portilla reconoce como relajó es una puerta de entrada para elegir y reaccionar a un estímulo impuesto según una multiplicidad de opciones, de las cuales el humor es un caso recurrente, o que al menos teóricamente parecería serlo.

El humor en el relajó trasciende como un movimiento extendido hacia afuera del régimen tradicional de sentido; y situado esto en los memes, donde se ve un incesante flujo y tensiones

⁷⁰ Metáfora de un ciclo eterno, representada mediante la imagen de una serpiente que devora su propia cola.

en un espacio donde la negociación de sentido es su forma y su motivo, puede llevar a un alcance potenciado de la capacidad de generar otras posibilidades que implica la agencia.

Pese a lo dicho hasta ahora, creo que el humor podría tener un papel más relevante en el proceso de producción social de sentido de los memes. Antes reconocí como memes de Internet también los eventos que de forma súbita se popularizan y difunden (y que no necesariamente se acercan a la risa o se expresan de forma cómica), pero el hecho de que estos memes sean nanohistorias o micronarrativas y que Wasik presagie que “mueran”, me lleva a pensar en que según Dawkins, el aspecto de la fidelidad tiene que ver con la forma de los memes, con las opciones de permanencia de la forma y por otro lado las mutaciones.

En una primera instancia, los videos de Greta Thunberg, la captura de pantalla del mensaje de Ximena García, o incluso el anuncio de la Academia Sueca del premio nobel de literatura otorgado a Bob Dylan dinamitan la atención sin gran variación formal, y durante un breve periodo son muy reconocidos, pero luego la atención que reciben decae y, a veces, se precipita hasta el ritmo habitual previo a la viralización, pero otras veces, cuando hay suerte (o producción activa de sentido) se establece un segundo punto de quiebre que parece impedir que desaparezcan del todo; me parece que ese punto señala el momento en que la nanohistoria es más proclive a que intervenga en los memes de Internet algo que solemos reconocer en tales: el humor.

Nuevamente me serviré de las capturas de pantalla de *Google Trends* para ilustrar mi sugerencia, por lo que reproduzco a continuación los gráficos antes presentados sobre Greta Thunberg y Ximena García:

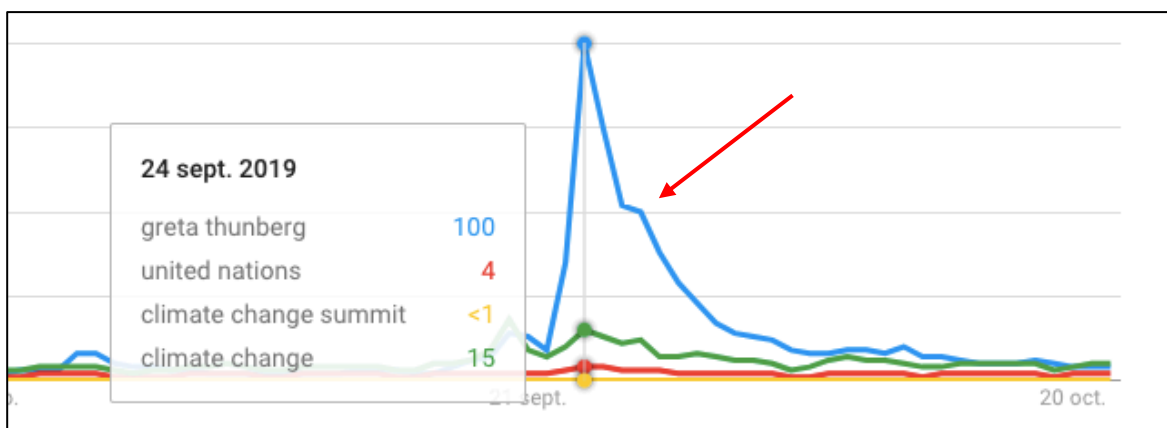


Gráfico 15. Estructura de la tendencia de Greta Thunberg.

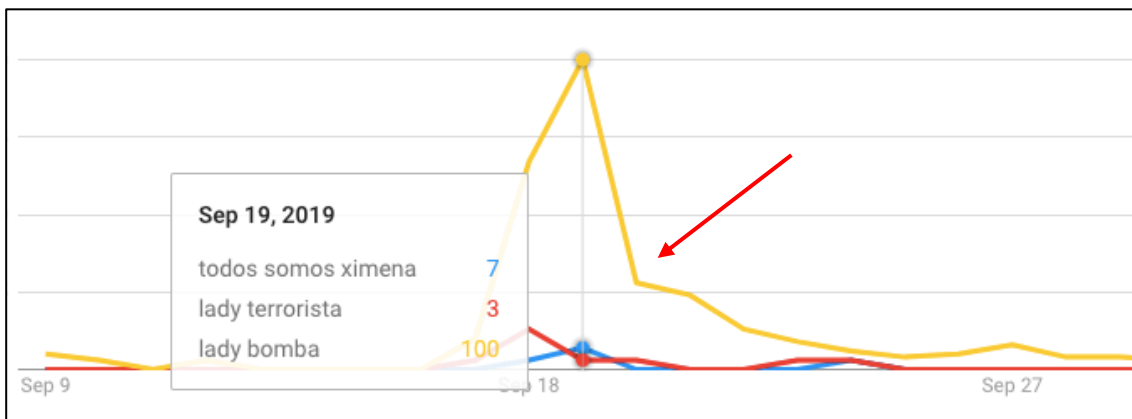


Gráfico 16. Estructura de la tendencia de Ximena García.

En ambos casos los gráficos muestran pendientes que se proyectan hacia arriba para alcanzar su punto máximo señalado con el cien por ciento, y anterior a esa tendencia, la búsqueda carece de un registro sostenido o bien se puede entender cercano al cero por ciento. También, al pasar el punto máximo, las tendencias de búsqueda caen de forma abrupta hasta cierto punto (señalado con flechas en rojo) que, no obstante, es superior a las cantidades de búsquedas registradas antes del ascenso de la tendencia misma, a partir de ahí las tendencias siguen en descenso, pero ralentizan su disminución de búsquedas.

A continuación, el gráfico de las búsquedas sobre Bob Dylan y el Premio nobel de literatura:

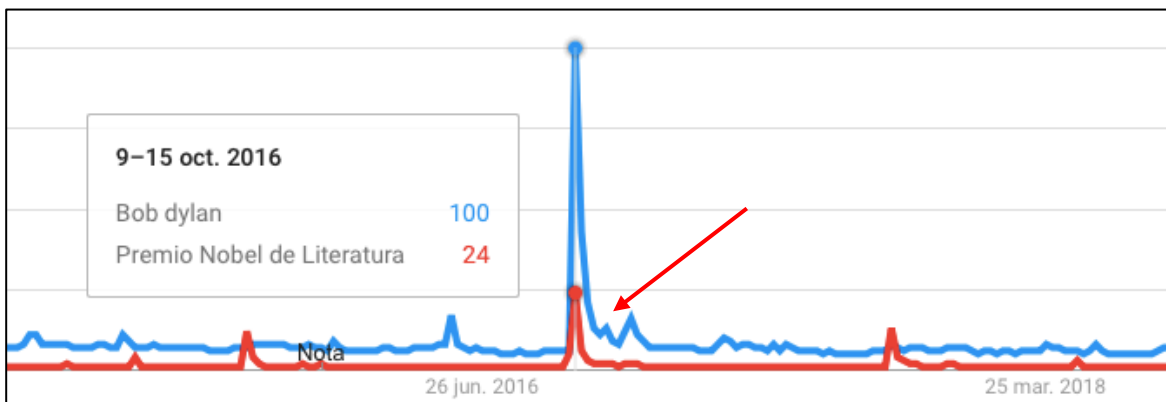


Gráfico 17. Estructura de las tendencias de Bob Dylan y el premio nobel de literatura.

En el gráfico de Bob Dylan, se observan subidas y bajadas definidas en los momentos en que se activan las tendencias, sin presentar la caída ralentizada que caracterizó a las búsquedas de Ximena y Greta. Según lo propuesto anteriormente, el quiebre donde la caída deja de ser abrupta sería el momento en que esta clase de memes de Internet logran incorporarse a la

lógica de comicidad propia de los memes de humor; el hecho de que esta última imagen no posea aquella característica implicaría que no hubo memes exitosos de humor sobre Bob Dylan y el premio nobel de literatura. ¿A qué podría deberse?

Por un lado, antes mencioné que en Memes Literarios, pese a haber existido publicaciones sobre el tema de Dylan y el nobel, no se trató en caso alguno de memes destacados por la atención recibida, en términos de Dawkins podría decirse que no hubo memes exitosos del asunto, al menos no en Memes Literarios, quizá por ser más de interés de las academias literarias que del público en general porque un *músico* ganó un premio de literatura, el evento se vio restringido casi exclusivamente al momento en que sucedió, sin trascender (según el gráfico) a una existencia temporal más larga, semejante en cierta forma a la atención misma que recibe año con año el evento de premiación del nobel de literatura, aunque la iteración de aquel es patente, de acuerdo con su patrón cíclico que muestra recurrente atención en octubre de cada año, cuando se otorga el galardón correspondiente.

Es posible que ciertas perspectivas como el humor relacionado a los memes de Internet de Bob Dylan no sean ampliamente difundidas por lo temático de su situación, es decir, debido al nicho relativamente especializado donde tienen cabida, no funcionarían como vehículos eficaces para la generación de sentidos a partir de hechos que se ven desde un enfoque que se conoce poco o que poco se conecta con experiencias generalizadas. Después de todo, uno de los principales aportes de la vertiente cuantitativa de este trabajo es la posibilidad de afirmar que los memes tienden a ser más difundidos en cuanto más reacciones reciben, o por lo menos eso permite suponer la indagación aquí hecha en sitios de socialización digital.

De ser correcta la hipótesis de que el humor permite prolongar la atención sobre ciertos asuntos al incorporar la apropiación desde la comicidad, esta podría hallarse en estrecha relación con la noción de fidelidad del meme, implicando que al llevarse el acontecimiento a una perspectiva de humor, se detona una serie de intertextualidades a manera de *lexías*⁷¹, quizás como aquellos vínculos que mencioné al analizar el caso de Ximena García, que se

⁷¹ Las *lexías* son unidades de sentido que obligan a volver a pensar en el rizoma de Deleuze y Guattari (1994), pues remiten a las ideas barthianas del texto ideal (según expuso en el libro *S/Z*): un texto donde muchas redes internas interactúan sin que una se superponga a las otras; constituido de innumerables significantes; sin comienzo ni fin, reversible, con múltiples entradas sin una que sea principal, texto cuyos códigos se reproducen sin restricción, indeterminablemente. Así, sistemas de significado pueden abordar el texto, pero nunca agotarlo dado que su capacidad signifiante se pluraliza conforme parte de la infinidad del lenguaje (Barthes, 2001).

conectan con, potencialmente, cualquier otra unidad cultural que comparta desde cualesquiera esquemas, alguna semejanza o que pueda emparentarse en una nueva unidad de sentido. Esta vuelta al humor podría ser un tipo de *ritualidad*, en términos de Carey (1989), que podría distinguirse nuevamente “por su radicalismo y su libertad excepcionales, por su despiadada lucidez” (Bajtin *et al*, 2003, p. 58-59).

Suponiendo planteado ya el abordaje sobre el aspecto Dawkiniano de la fidelidad como rasgo de un meme exitoso, ha sido a partir de los gráficos de *Google Trends* que pude idear una forma de articular también los otros dos rasgos: las ideas de fecundidad y de longevidad. La fecundidad la pude ver asociada a los picos de atención que establecen súbitos ascenso y descenso, quedando como eventos aislados en apariencia, mientras que la longevidad se presentaba en las caídas suaves que indicaban una permanencia del meme de Internet en la atención (ya no en números tan grandes, pero sí de forma más longeva). Pensar en estas dos formas de proyección de los memes en cantidad y en temporalidad, me llevaron de vuelta a las ideas del meme-virus y el meme-gen de Castaño-Díaz (2013), quien al delimitar las ideas de los memes virales los acercaba a las cualidades de la comunicación como una transmisión, y al meme genético con los fenómenos de comunicación como un ritual, según la perspectiva de James Carey.

Reconocer la posibilidad siempre latente de que un evento aislado en apariencia esté relacionado, influido o inspirado en otros (como el caso del nobel de Bob Dylan y sus precedentes) pueda llegar a establecer un ciclo, pese a que su patrón no sea tan regular como el de la entrega de los premios nobel, por lo cual, aunque el aspecto de longevidad y fecundidad permiten abordar un evento particular, las secuencias de eventos permiten observar narrativas que se suceden y se sostienen a veces en breves periodos de tiempo, como las que Wasik llama nanohistorias, o en tramas tan largas y con eventos de referencia que las ponen de manifiesto tan esporádicamente que al examinarlos parecen estar en verdadero aislamiento. Así, es posible pensar que todos los eventos están efectivamente sujetos a narrativas o a secuencias interminables, pese a que podemos estudiar las frecuencias con que se reproducen y verlos también por separado con cierta independencia.

Lo interesante es que al estar influyendo el aspecto del humor como creo que lo hace, los memes mutados, cómicos, que la *vox populi* reconoce como memes típicos de Internet,

parece haber estado creando, por lo menos desde 2010⁷² una consistente base para sustentarse como una narrativa independiente que de cierta manera justifica su propia existencia sobre el valor del humor (quizás como matriz cultural ya establecida) y una interminable intertextualidad con otras narrativas y artefactos culturales.

Es importante considerar que los memes son unidades-dispositivos de cultura que enuncian y moldean imaginarios a ritmos inesperados, estableciendo una constante necesidad de seguimiento por parte de los internautas para poder desempeñarse de forma competente (Knobel y Lankshear, 2007a) en el medio que ahora sustentan en la WWW, un flujo interminable muy ligado al humor, que ocasionalmente se dispara llamando grandemente la atención, evidenciando las conexiones variopintas que establece con otras instancias culturales, pese a lo cual mantiene su intersticialidad o su independencia. Si los memes como flujos demuestran las formas de registros de atención de públicos varios, también queda la pregunta acerca de si los memes, en un efecto de arrastre, están ya de forma constante y creciente generando pulsión desde Internet en la cultura de la convergencia mediática, arrastrando hacia su ámbito sucesos, narrativas y producciones de otras instancias, en otras palabras, ¿están los memes estableciéndose como un nodo central en el sistema cultural de Internet? De ser así, ¿a qué se debe? ¿Será acaso gracias a la inacabable conversación colectiva que Jenkins tilda de conciencia colectiva? Estas preguntas no son respondidas en este trabajo, pero trazan rutas de posibilidades a las que indagaciones futuras podrían avocarse.

⁷² Véase la noción de personajes que presenta Villanueva-Mansilla (2017) para los que en algunas personas reconocen como los *primeros* memes.

CAPÍTULO 6. CONCLUSIONES

A lo largo de este trabajo he llamado a los memes con que he trabajado “memes *de* Internet”; una colega me preguntaba si no bastaría con decir *memes* o *memes en Internet*, mi contestación para ella fue que una parte de mí convenía de tal modo con la preposición “de” al grado de, precisamente, reconocer los memes de mi trabajo como una de las formas más acabadas de algo que podría verse como la materialización de Internet. Suponiendo que, en términos de medios, Internet sea realmente el sistema de paso de los sistemas de paso, los memes serían no solamente refuerzos expresivos, sino una clase de expresión que permite explorar y explotar el potencial colectivo e hipermediatizado propio de la red.

En este breve capítulo presentaré las conclusiones derivadas del trabajo realizado desde agosto de 2017 y hasta diciembre de 2019, en torno a la replicación de los memes de Internet enfatizando las condiciones socioculturales que se ven implicadas en tales procesos. Aunque se propone que este capítulo ofrezca reconocimiento de aquellos elementos que pueden servir para responder a la pregunta de investigación, no se espera que la agoten ni que la respondan de forma definitiva, ya que, como se ha visto, la idea misma de meme es un meme y como tal, su mutación es lo más parecido a un valor constante en ella.

Cuando Richard Dawkins especuló sobre los genes de la cultura (los memes) en aquel lejano 1976, es muy probable que no vislumbrara Internet como una parte trascendental e integral de las sociedades de las postrimerías del siglo XX o inicios del XXI. Dawkins probablemente pensaba en la cultura humana en términos de lo que él había conocido hasta ese momento, sin embargo, ha sido posible para muchos investigadores actualizar y adaptar la noción de Meme al momento en que ellos enunciaban sus respectivos estudios. Sabemos que los ejes sobre los que se fundamentaba la noción Dawkiniana del meme son: fecundidad, longevidad y fidelidad. ¿Cómo reconocer hoy en memes de Internet esas cualidades?

Antes de proseguir, es necesario señalar siquiera una vez más que los memes de Internet son usualmente reconocidos como imágenes intervenidas (con texto y/o yuxtaposiciones de contenidos diversos) cuya composición sugiere que deben ser vistas como humorísticas, pese a ello, la noción original del meme de Dawkins refiere a ideas o partículas de ideas que son transmisibles entre seres humanos por medios cualesquiera, auditivos, visuales, táctiles,

etcétera. Es importante tener claro que al hablar de memes de Internet estamos abordando representaciones perceptibles y hasta cierto punto “concretas” de esos memes a los que se refería aquel autor.

Hablar de longevidad de los memes equivale a hablar de duración temporal, pero eso hoy en día no resulta tan relevante e incluso puede ser contraproducente para un signo particular (Coscia, 2017) por minar la posibilidad de su popularización futura. Por lo tanto, para los memes de Internet se puede pensar la longevidad como la duración del meme como entidad de asociación de referentes y sus usos; esta distinción respecto a la idea del signo en el estructuralismo es necesaria en este trabajo para escapar de una perspectiva que aquí no se persigue. En esencia, el referente es la visualidad reconocible y formalmente transmisible: lo mostrado en el meme; mientras que el uso designa al sentido percibido por los usuarios en la visualidad y el contexto en que se visualiza: lo que se dice que es lo mostrado en el meme.

En vez de preguntar cuánto tiempo ha existido un meme se debería cuestionar qué tanto han perdurado las asociaciones reconocibles del referente y de cierto uso de un meme, y ¿cómo conocer tales asociaciones de un meme? Posiblemente, a través del registro de sus interacciones con sus audiencias. Si un meme logra exitosamente volverse parte de la cultura se esperaría que ese sea entendido como un portador de un significado (un uso) particular que podría ser empleado en una situación determinada. Idealmente se puede saber que el meme aún es actual mientras la asociación del referente y el uso particular no haya sido ampliamente sustituido por otro que cumpla esta función de forma exitosa.

La fecundidad de un meme consiste, para Dawkins, en su extrema propagación en un momento dado; para ver esto en la web 2.0, hace falta mirar en el momento en que ese meme alcanza su máximo punto, es decir, cuando esa asociación está siendo empleada por la mayor cantidad posible de internautas. Para apreciar eso se puede emplear minería de datos para hacer diversos barridos o extracciones y reconocer cuál o cuáles memes tienen la atención de los usuarios en entornos situados y momentos específicos.

La fidelidad del meme consiste para Dawkins en el mantenimiento de la forma del meme, esta característica explora sus variaciones o permanencia. Desde una consideración actual, pensar la fidelidad consiste probablemente en reconocer si el uso de un meme particular ocurre sin modificaciones o si en cambio su uso común consiste en emplearlo como una especie de plantilla abierta a la modificación e intervención para dar lugar a significados

particulares. Desde luego, habría que considerar lo que propone Limor Shifman (2014), en cuanto a que, tal como la forma y el contenido, la *postura* con que se presenta un meme es potencialmente memética: cuando se re-crea un texto cultural, los usuarios pueden decidir imitar cierta postura que les atraiga o usar una orientación discursiva completamente diferente, es por ello que el uso de un meme, además de sus cambios en forma y contenido, tendería a la variación, pero también al reconocimiento (mediante su reproducción) de los aspectos clave que refieran al uso, la forma o el significado del meme “original” aunque se le cambie de contextos, de forma y de postura. El límite de la fidelidad es un poco difuso, el problema (y a un tiempo, la oportunidad) para explicar la cuestión de la fidelidad se daría quizás con más acento en los casos donde hubiera intenciones de fusión de más de un meme, aunque en tales casos el eje rector de la fusión sería el tipo de apropiación de los sentidos que comparten los usuarios una vez hecha la fusión de los diversos memes integrados.

Es indiscutible que los tres rasgos del meme que planteaba Dawkins son solo categorías y acercamientos a la reflexión de la naturaleza de los memes en general, ya que no es posible dissociar objetiva y tajantemente esas características en un meme, debido a que son formas de verlo. Podría intentarse, tal vez, intentar hallar la fórmula mágica mediante “ingeniería memética” (Wasik, 2009, p. 80), para poder cifrar significados o mensajes en términos de longevidad, fecundidad y fidelidad que pudieran ser altamente efectivos para intereses propagandísticos, publicitarios y demás; aunque tal clase de análisis pudiera llevarse a cabo (y probablemente con un éxito limitado), su aproximación volvería a colocar los memes en el paradigma comunicacional de los efectos limitados, por lo que probablemente además de resultar infructuoso, estaría negando la capacidad inherente de los individuos de dotar de relevancia a aquello que les parece merecerla.

Según Julián González, sin la intervención de lo que él llama *comunicación social no mediática*, una labor que sucede

de manera capilar, cara a cara, en redes sociales de primer orden, en las conversaciones y comunicaciones más o menos reducidas de la vida académica, en los rumores y charlas *soto voce*, en las charlas de almuerzo, en los relatos memoriosos de los viejos y jóvenes, en el incesante parloteo de los niños y jóvenes durante los recreos escolares, en los comentarios y *I like* en la web, en la divulgación a través de correos electrónicos y diálogos vía teléfono móvil y fijo, esto es, sin este amplio cinturón de formas de comunicación social no mediática y su espesura, la eficacia de los eventos mediáticos y mediatizados sería sencillamente limitada (2014, p. 148).

Para González, la comunicación humana como experiencia directa es lo que permite generar y negociar sentidos, más allá de las intervenciones de los filtros mediáticos o, como él los llama, “mediaciones estructurales”, que han ido interviniendo las formas en que esa experiencia de comunicación busca sus caminos. En otras palabras, no son solo las agencias mediáticas las que dictan la importancia de un tema o un evento, sino que los eventos y temas son reconocidos por los medios precisamente debido a que la gente les otorga sentido.

De Julián González me he apoyado para explicitar definitivamente el papel del individuo en la generación de sentido y relevancia comunicacional, y en cuanto al *sentido* me auxilio de Alessandro Baricco:

Lo que nos enseña Google es que en la actualidad existe una parte inmensa de seres humanos para la que, cada día, el saber que importa es el que es capaz de entrar en secuencia con todos los demás saberes [...] la densidad del sentido está allí por donde pasa el saber, donde el saber está en movimiento: todo el saber, sin excluir nada. La idea de que entender y saber signifique penetrar a fondo en lo que estudiamos, hasta alcanzar su esencia, es una hermosa idea que está muriendo: la sustituye una instintiva convicción de que la esencia de las cosas no es un punto, sino una trayectoria, de que no está escondida en el fondo, sino dispersa en la superficie, de que no reside en las cosas, sino que se disuelve por fuera de ellas, donde realmente comienzan, es decir, por todas partes (Baricco, 2008, p. 110-111).

González y Baricco van tal vez anticipando mis propias palabras; aquello que podríamos llamar *replicabilidad* resultaría ser la capacidad para que un contenido (un meme) se propague de forma más efectiva y sólo puede ser entendida a través de un seguimiento puntual, situado y atento de las condiciones socioculturales que rodean a dicho meme. Empleo replicabilidad simplemente como un concepto tentativo para explicar los resultados obtenidos de las observaciones realizadas en términos de mayor y menor capacidad para ser replicado, propagado, considerado relevante e incluso para ser modificado.

En términos de la pregunta que dio origen a esta investigación, “¿Cuáles son las condiciones socioculturales destacadas en la replicación de memes de Internet populares en redes de socialización en línea y de qué formas perceptibles operan en los contenidos puestos en circulación por los internautas?”, la hipótesis empleada fue que al poner en circulación (o interactuar con) un meme se condensan aspectos enunciativos y contextuales mediante los cuales se participa activamente en un proceso reticular o no lineal de producción de sentido que favorece ciertas condiciones socioculturales, como el establecimiento de redes y

relaciones de poder mediante las que los sujetos, algunas veces, pueden llegar a desestabilizar esquemas dominantes de apropiación de un discurso institucional como la literatura, la política.

Considero que la hipótesis no era una respuesta adecuada a la pregunta, por lo que puedo juzgarla atinada solamente en cierta forma, ya que faltaba especificar que algunas de las condiciones socioculturales destacadas en estos memes se establecían a partir de factores diversos: 1. Las coincidencias temporales con fechas o eventos conocidos con antelación; 2. Las tensiones políticas que envuelven a discursos particulares; 3. Los actores sociales que se ven implicados en la conversación de un asunto; 4. Las tendencias externas que se vierten en las conversaciones; 5. El ambiente polarizado o no donde surge una discusión; 6. Los tratamientos de humor con que se dota a ciertos contenidos; 7. Los códigos multimedia en diversas configuraciones con que es presentado un contenido; 8. Las referencias a obras de industrias culturales que nos permiten pensarnos masas; 9. Las masas o agregaciones diversas entre las que nos movemos como individuos; 10. Y cómo todo lo anterior repercute a nivel personal para afianzarse en nosotros o para ser desechado, ignorado y olvidado.

Según las formas en que se conjugan las diversas condiciones, se pueden ver resultados diversos, aunque cada condición puede servir de impulso preexistente para catapultar y dar a conocer un meme. Además, en este trabajo se ha percibido la existencia ciertas condiciones particulares que pueden, generalmente, favorecer a un meme: los espacios controversiales, por ejemplo, o el sentido de ser elementos inesperados que detonan conversaciones y unen tendencias que estaban ya en curso.

Se puede adivinar que ninguna condición resulta por sí misma una exacta garantía de popularidad súbita, y pese a que la finalidad del acercamiento que planteo mediante el concepto de *replicabilidad* no consiste en un mecanismo de predicción de la popularidad de un meme determinado, quizá sería admisible la posibilidad de emplearlo sólo parcialmente en esa forma, aunque no esperaría yo que tuviera mucha vigencia, pues la imprevisibilidad de los memes a partir de los eventos y su relevancia súbita va de la mano con la incapacidad de realizar un seguimiento definitivo, completo e inequívoco de lo que se verá como relevante entre las diversas percepciones y necesidades de los internautas.

Para uno de los autores enlistados en el estado de la cuestión, Procházka (2016), se puede entender la replicabilidad, como la *facilidad* de uso y el rompimiento de las barreras tradicionales de comunicación para la transmisión de mensajes; desde esta idea de facilidad de uso, el concepto se distancia de aquella asociación con los intentos prescriptivos del uso y la transmisión de contenidos.

Visto de la forma en que este trabajo lo ha tratado, el meme es resultado de una larga secuencia de eventos que se suceden y cruzan en los entornos *on* y *offline*, cuya particularidad gira en torno a una constante de la actualidad: cuando un evento sucede y se da a conocer, se suelen hacer memes de él, y no sólo eso, sino que se espera que haya memes de él.

Considerando que ya existen iniciativas que entienden al meme como un elemento de folclor, podría caber la posibilidad de pensar en esta clase de fenómeno como una especie de instancia cultural o una institución social (más en el sentido de un camino ya iniciado y recorrido, que como una instancia de jerarquías definidas y excluyentes) que existe afuera de las otras instituciones y cuyo lenguaje es el que conforma a las demás. Tal vez el hecho de que se pueda ver a los memes como folclor implica que ya ha sucedido aquello que Jensen advierte: de tanto ser comunicación, los memes de Internet son ya cultura establecida y por ello los vemos con suma frecuencia en y fuera de Internet.

Entre los aportes de este trabajo se puede enlistar los siguientes:

Desde la vertiente cuantitativa, este trabajo aporta que las reacciones (*likes* o cualquier otra nomenclatura) es indicador particularmente útil en la percepción de la importancia de un contenido, además de que según Ozanne, Cueva Navas, Mattila, y Van Hoof (2017), dar *like* en Facebook puede ser usado para 1) reconocer gratificaciones recibidas, 2) compartir información con otros, y 3) puede usarse como herramienta de protección personal de control de impresiones, para evitar riesgos de dar malas impresiones en redes digitales.

El peso conjunto de *likes*, *shares*, *tags*, y cualquier clase de reacción/creación en el entornos digitales es un factor importante a considerar en la percepción acerca del valor de prácticamente cualquier cosa que se dé a conocer socialmente: los memes funcionan como pequeñas piezas en la gran negociación de sentido del proceso total social y también en la autoafirmación (dentro y fuera) del espacio virtual propio como un espacio que se rige con

cierta autonomía, pero también en una estrecha y profunda interdependencia con todos los nodos de que se alimentan las mezclas posibles de un meme.

Un aporte de este trabajo al estado del conocimiento es la exploración que, aunque puede verse como incipiente, dibuja ciertas generalidades contextuales acerca de los medios donde los memes son dados a conocer, algo que en otras investigaciones ha sido pasado por alto, o por lo menos se ha quedado en segundo plano mientras que el énfasis era puesto en lo que el meme contenía en su interior. La dificultad constante que este acercamiento particular ha implicado es la posibilidad de la pérdida de foco del objeto de mi estudio, al grado que inicialmente me parecía casi inefable, y luego, ganando cierto espesor, por momentos se hacía difuso. Afortunadamente, la incansable ayuda de mis asesores ayudó a fijar con bastante acierto guías a la directriz del trabajo para poder ver el marco, ya no insondable de las condiciones socioculturales externas al meme, mismas que lo producen y se reproducen a partir de él. Queda pendiente, por supuesto, explorar con más detenimiento la cuestión de la posibilidad especular, que yo veo parcialmente construida por las nueve previas condiciones socioculturales, pero también alimentada por el libre ejercicio de la agencia de los sujetos.

Si bien es posible estar de acuerdo con que el sentido “no reside en las cosas, sino que se disuelve por fuera de ellas, donde realmente comienzan, es decir, por todas partes” (Baricco, 2008, p. 111), este trabajo argumenta que, quizá por la aceleración o los filtros, el sentido conferido a ciertos memes a veces cuaja de maneras inesperadas que reafirman previos prejuicios o estereotipos, sin aportar mucho como mecanismos de apertura semiótica novedosa. Esta, sin duda, debe ser una veta de exploración a ser considerada en el futuro.

Concluyendo, los memes de Internet permiten apreciar procesos de comunicación (González los clasifica como “mediatizada y no mediatizada”, por ejemplo, según la intervención de diversos *medios* de comunicación) en la construcción de imaginarios y realidades conjuntas, que prueban nuevamente la construcción del sentido como algo eminentemente social. El hecho de que en su mayoría se perciba a los memes como humorísticos les aporta un valor extra que puede favorecer la identificación y la simpatía de quienes los ven; aunque el humor como un tipo de herramienta de resistencia a un discurso puede no ser siempre garantía de una interpretación innovadora de la realidad, sino como en el caso de los memes sobre Bob Dylan, mecanismos para apelar un regreso a la norma antes respetada.

Otro aporte de este trabajo es la hipótesis de que la presencia del humor podría suponer generalmente una segunda fase en la vida de los memes de Internet, que ya han sido desplazados de los contextos y sentidos originales y se hallan en un momento donde quizás se apartan un tanto de las sendas de la propagación desmedida, pero optan por hacerse con un *modesto* lugar en el imaginario del folclor de la WWW de nuestros días.

Un memorable enunciado en *The selfish gene* es que “Estamos constituidos como máquinas de genes y culturalmente como máquinas de memes, pero tenemos el poder para volvernos contra nuestros creadores” (Dawkins 1976, p. 199); se puede pensar que, si el sentido lo brindamos los internautas como sujetos de sentido, nos toca construir y negociar con los memes la importancia de asuntos particulares para una expresión más acorde con nuestras identidades y realidades, que implicaría elegir sumarnos a lo popular de una conversación o de un tema. Después de todo, el meme de Internet es indicio de nuestra participación en imaginarios sociales compartidos, en el humor, las disputas políticas y escenarios de tensiones entre sujetos e instituciones de la cultura humana, todo íntimamente ligado (aún de modos apenas perceptibles) en la replicación de contenidos *online*.

ANEXOS

Anexo 1. Publicaciones de Memes Literarios con mayor número de comentarios



Ilustración 9. <https://www.facebook.com/252598331536125/posts/1638682529594358/>



Ilustración 10. <https://www.facebook.com/252598331536125/posts/1634109456718332/>



Ilustración 11. <https://www.facebook.com/252598331536125/posts/1394721650657115/>



Ilustración 12. <https://www.facebook.com/252598331536125/posts/1236783579784257/>

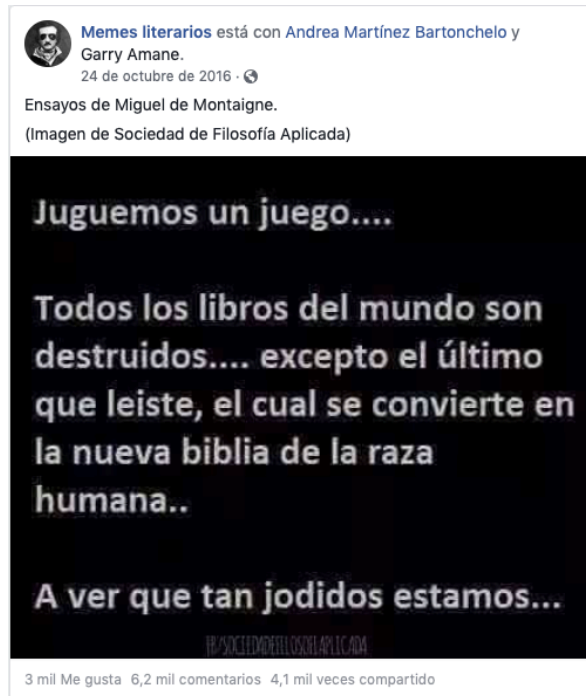


Ilustración 13. <https://www.facebook.com/252598331536125/posts/967553336707284/>



Ilustración 14. <https://www.facebook.com/252598331536125/posts/1754232258039384/>

Anexo 2. Muestra de 18 Memes En Memes Literarios

Tabla 15.

Medidas de variables y enlace de las publicaciones de Memes Literarios

Meme	Reacciones	Alcance (Shares)	Comentarios	Participación (Engagement)	Fecha	Clave
1	20,756	11,008	631	32,395	20/ENE/2016	Cortázar vs Coelho https://www.facebook.com/252598331536125/posts/784008561728430/
2	27,330	24,834	2,501	54,665	25/MAY/2016	Plankton https://www.facebook.com/252598331536125/posts/858460807616538/
3	22,479	6,694	592	29,765	19/JUN/2016	Neruda vs Werver https://www.facebook.com/252598331536125/posts/872568859539066/
4	26,010	5,286	467	31,763	27/JUN/2016	Zeus no embarazó https://www.facebook.com/252598331536125/posts/877237365738882/
5	19,277	15,889	841	36,007	20/AGO/2016	el cuervo/bolso https://www.facebook.com/252598331536125/posts/912332815562670/
6	18,828	11,057	748	30,633	11/OCT/2016	amor de Zeus https://www.facebook.com/252598331536125/posts/955077411288210/ (fuera de línea actualmente)
7	23,330	9,456	1,606	34,392	23/NOV/2016	mate/humanidades https://www.facebook.com/252598331536125/posts/997364273726190/
8	25,762	11,898	420	38,080	25/DIC/2016	bonita reflexión https://www.facebook.com/252598331536125/posts/1030385427090741/
9	23,862	6,791	497	31,150	31/DIC/2016	gato negro Poe https://www.facebook.com/252598331536125/posts/1047571112038839/
10	27,949	20,528	3,424	51,901	09/FEB/2017	Dante/pasito perrón https://www.facebook.com/252598331536125/posts/1072847282844555/
11	18,532	9,402	1,653	29,587	22/FEB/2017	leer/crush https://www.facebook.com/252598331536125/posts/1085880074874609/
12	21,266	12,618	890	34,774	18/MAR/2018	orgullo y prejuicio https://www.facebook.com/252598331536125/posts/1120494361413180/
13	11,599	25,451	1,341	38,391	16/MAY/2017	toy story https://www.facebook.com/252598331536125/posts/1165378633591419/
14	21,848	4,007	3,247	29,102	12/ENE/2018	fans de Nietzsche https://www.facebook.com/252598331536125/posts/1391603727635574/
15	16,405	16,082	829	33,316	21/OCT/2018	acá entre nos... https://www.facebook.com/252598331536125/posts/1734878989974711/
16	20,490	17,864	757	39,111	12/ENE/2019	Hamlet https://www.facebook.com/252598331536125/posts/1851035791692363/
17	13,121	17,634	894	31,649	14/ENE/2019	guerra de libros https://www.facebook.com/252598331536125/posts/1853660988096510/
18	19,615	8,519	772	28,906	17/ENE/2019	Dorian Gray https://www.facebook.com/252598331536125/posts/1856901704439105/

Nota: Los enlaces a cada publicación se incluyen debajo de su fila de datos.

Anexo 3. Gráficos de Regresión Lineal

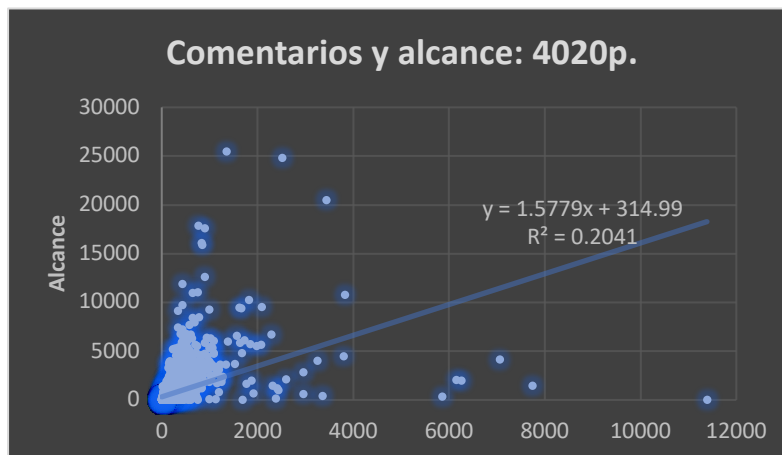


Gráfico 18. Correlación de *Comentarios* y *Alcance* en corpus total (4020 ítems), $r=+0.4517$.

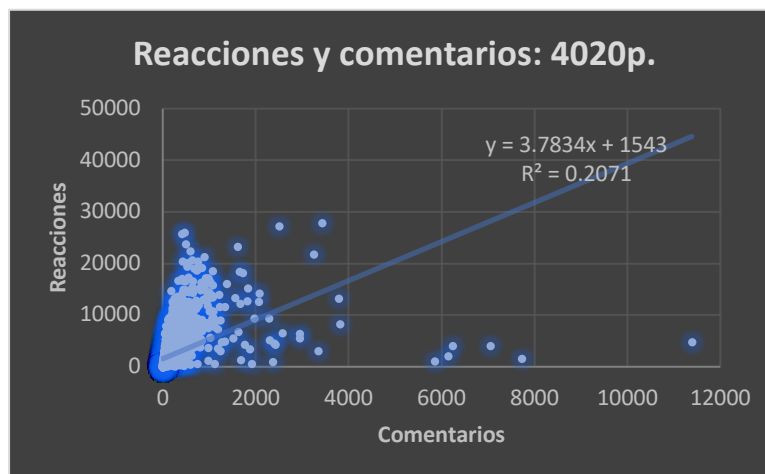


Gráfico 19 Correlación de *Reacciones* y *Comentarios* en corpus total (4020 ítems), $r=+0.4550$.



3.3 Correlación de *Me gusta* y *Reacciones* en contexto de la muestra (116 ítems), $r=+0.9095$.



3.4 Correlación de *Me gusta* y *Reacciones* en muestra de Facebook (18 ítems), $r=+0.6493$.

Anexo 4. Categorías de Codificación Analítica Inicial

Tabla 16.

Categorías resultantes de codificaciones analíticas

Coyunturas (naranja)	
<p>Meme #2</p> <p>La articulación en el meme #2 se halla en su fecha de publicación, el 25 de mayo de 2016, cuando se celebra el día del estudiante; la coyuntura es a un tiempo: temporal, temática y referente al evento y el momento de la celebración.</p>	<p>Meme #3</p> <p>En el meme 3, la articulación se establece al comparar el resultado de una justa deportiva con la medida en que se aprecia a cada uno de los autores referidos probablemente. La coyuntura no es de evento y su temporalidad se justifica por la fecha del encuentro deportivo.</p>
Cultura pop como generadora de memes o picos de atención (azul)	
<p>Meme #5</p> <p>El meme #5 fue publicado el 19 de agosto de 2016, lo cual indica un enmarcamiento temporal situado dentro de una tendencia o pico de atención de la cultura pop, en los memes del filme “Y dónde están las rubias”. La temporalidad del evento de referencia parece ser cíclica.</p>	<p>Meme #18</p> <p>El meme #18 fue publicado el 17 de enero de 2019, inmerso en los días de mayor popularidad del <i>10 Years Challenge</i>, por lo cual podemos ver que su popularidad parte de la de esta dinámica social.</p> <p>La temporalidad del evento de referencia es muy situada, arraigada en el suceso de la práctica viral.</p>
Refrendar, cuestionar o proponer cánones (rojo)	
<p>Meme #13</p> <p>El meme #13 incluye una serie de imágenes. Aquí sólo se exhiben las suficientes para ejemplificar que, al principio se promete una selección de los escritores más chipocludos de México. Incluso, los comentarios explican a que <i>chipocludo</i> se refiere <i>talentoso</i>.</p> <p>En las imágenes posteriores se muestra a Sor Juana Inés de la Cruz, Ignacio Manuel Altamirano, Elena Garro y Octavio Paz, José Emilio Pacheco, José Revueltas, Juan José Arreola, Carlos Monsiváis, Salvador Elizondo, Carlos Fuentes y finalmente Juan Rulfo. El meme 13 posee la medida más alta de Encanto y Gratitude de la muestra, por lo que se le puede ver como una publicación muy apreciada en Memes Literarios.</p> <p>En el caso de Octavio Paz, la mención del premio nobel pasa como algo apenas destacado, e incluso se le nombra después de Elena Garro, lo que muestra una inversión de las tradicionales formas de presentar a muchas escritoras, ya que incluso se dice de Paz que él fue pareja de ella y no al revés.</p> <p>En el caso de Rulfo, la forma del meme implica una especie de descubrimiento y lenta enunciación del último personaje, su descripción y el reconocimiento de su grandeza. Aquí se coloca a Rulfo por encima de Octavio Paz, lo que puede estar sugiriendo una variación en las tendencias canónicas comunes, donde un ganador del premio nobel es considerado un genio.</p>	
<p>Meme #1</p> <p>Las reacciones de este meme son de Agrado principalmente, lo que constituye el 99% de las reacciones. Esto implica una especie de aceptación unánime de lo que el meme ilustra, que J. Cortázar, o su obra, no son sólo frases para Facebook, con lo efímero que eso conlleva, pero sí lo es la obra de P. Coelho. También vemos ejemplos de esto en el meme #2, por ejemplo, que propone 7 goles a 0 de Pablo Neruda en derrota de Werver Tumorro.</p>	

Tensiones con otros discursos además de la literatura (gris)

Meme #4

En este meme hay una situación de risa derivada de una apreciación que resulta machista. Se nota resistencia en contra de la aceptación de la naturalidad en los rasgos del personaje y, por otro lado, se hace extensiva a la tradición que sostiene estas narrativas donde la condición humana es desigual para mujeres y para hombres.

Meme #6

Se caricaturiza y desacraliza a Zeus, poniendo en diálogo *su* idea de amor de Zeus a las de Eros y Apolo, como otras formas de masculinidad; a un tiempo de cuestiona la tradición (literaria incluso) que sostiene estas narrativas donde la condición masculina parte del hombre-Zeus.

Prácticas e identidad de sus lectores (verde)

Meme #11

Usando la referencia memética *por qué eres así*, se hace burla del antepone el pensar en el *crush*, el ser amado, a la práctica de la lectura, una especie bien superior que se asocia con el cerebro en ciertas connotaciones de inteligencia y razón. Aunque es mínima, la medida de Enojo es de las más altas en los memes de la muestra para este meme, quizá la idea es por el enojo de que algo distraiga de la lectura. Este valor se cuestiona en el meme #15 y probablemente es lo que ocasiona la medida más alta de Sorpresa en la muestra.

Meme #15

Representa una especie de contradicción, ya que se opone a otras publicaciones de las que se deduce que leer literatura tiene un valor inherente incuestionable.

BIBLIOGRAFÍA

Aarseth, E. (1997) *Cybertext. Perspectives on ergodic literature*. Baltimore, Londres: The Johns Hopkins University Press.

Ábrego, V. (2013) Generación hipertextual de sentido y construcción de la presencia en Facebook. En Rodríguez Morales, Z; Rodríguez Salazar, T. (coords.) *Socialidades y afectos. Vida cotidiana, nuevas tecnologías y producciones mediáticas*. (pp. 217-256) Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

Activismo o 'lobby': ¿quién está detrás de Greta Thunberg en su lucha climática? (24 septiembre, 2019) *Sputnik*. Recuperado de: <https://mundo.sputniknews.com/sociedad/201909241088776342-activismo-o-lobby-quien-esta-detras-de-greta-thunberg-en-su-lucha-climatica/>.

Aguilar Edwards, A.; Guillermo Archilla, M. E.; y Pérez Salazar, G.; (2014). El meme en internet: Usos sociales, reinterpretación y significados, a partir de Harlem Shake. *Argumentos*, (75), 79-100.

Alcalá, F. (2017) La representación de la vida obrera en las imágenes de Harun Farocki. Una propuesta de contravisualización. *El ojo que piensa* (14), 61-69.

Altares, G. (13 octubre, 2016) Bob Dylan, ¿un Nobel de literatura para un cantante? *El País*. Recuperado de https://elpais.com/cultura/2016/10/13/actualidad/1476377719_994702.html?rel=mas.

Appadurai, A. (1990) Disjuncture and difference in the global cultural economy. *Theory, culture & society*, 7(2-3), 295-310.

Appadurai, A. (2001) *La modernidad desbordada*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Arango Pinto, L. G. (2015) Una aproximación al fenómeno de los memes en Internet: claves para su comprensión y su posible integración pedagógica. *Comunicação, Mídia E Consumo*, 12(33), 109-131.

Aunger, R. (2004). *El meme eléctrico*. Barcelona: Paidós.

Bajtín, M. (1989). *Teoría y estética de la novela*. Madrid: Taurus.

Bajtín, M. M., Forcat, J., y Conroy, C. (2003) La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento. Madrid: Alianza Editorial.

Baricco, A. (2008) *Los bárbaros. Ensayo sobre la mutación*. España: Anagrama.

Barthes, R. (1986). *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*. Barcelona: Paidós.

Barthes, R. (2001) *S/Z*. México: Siglo veintiuno editores.

Bauchhage, C. (2011) Insights into internet Memes. Actas de *The Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*, Congreso celebrado en Barcelona.

Baudelaire, C. (1988). *Lo cómico y la caricatura*. Madrid: Visor.

- Benkler, Y. (2006). *The Wealth of Networks. How Social Production Transforms Markets and Freedom*. London & New Haven: Yale University Press.
- Bissolotti, K.; Nogueira, H.; Fialho, F.; Cybis Pereira, A. T. (2015) Sites geradores de memes: O ócio criativo na internet. *Razón y Palabra*, 92, 1-18.
- Bjarneskans, H., Grønnevik, B., & Sandberg, A. (2006). *The Lifecycle of Memes*, <http://www.aleph.se/Trans/Cultural.Memetics/memecycle.html>.
- Blackmore, S. (2000) *The meme machine* (Vol. 25). Oxford: Oxford University Press.
- Bloom, H. (1994) *The Western Canon: The Books and School of the Ages*. New York: Riverhead.
- boyd, danah. (2007) "Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life." MacArthur Foundation Series on Digital Learning – Youth, Identity, and Digital Media Volume. Ed. David Buckingham. Cambridge: MIT Press.
- Burgess, J. E. (2007) *Vernacular creativity and new media*. Tesis de Doctorado, Queensland University of Technology, Australia.
- Burgess, J., & Green, J. (2013). *YouTube: Online video and participatory culture*. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Burgess, J. y Green, J. (2009) *Youtube e a revolução digital*. São Paulo: ED Aleph.
- Cannizzaro, S. (2016) Internet memes as internet signs: A semiotic view of digital culture. *Sign Systems Studies*, 44(4), 562-586. doi:10.12697/SSS.2016.44.4.05.
- Carey, J. (1989) A cultural approach to communication, en *Communication as Culture. Essays on Media and Society*, (pp. 13-36). New York & London: Routledge.
- Castaño Díaz, C. M. (2013) Defining and characterizing the concept of Internet Meme. *Revista CES Psicología*, 6(2), 82-104.
- Castells, M. (2001). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Vol I. La sociedad red. Madrid: Alianza.
- Castells, M. (2013). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- Castro-Gómez, S. (2007) Michel Foucault and the coloniality of power. *Tábula rasa*, (6), 153-172.
- Cerdà, F., & Planas, N. (2011) Facebook's Potential for Collaborative e-Learning. *RUSC: Revista de universidad y sociedad del conocimiento*, 8(2), 197-210.
- Cereda, A. (2014) Visibilidad y cultura visual: ¿condiciones para una práctica de divulgación? En Baraibar Echeverría, A. (coord.) *Humanidades digitales, una aproximación transdisciplinar*. (pp. 63-72). La Coruña: Universidade da Coruña, SIELAE. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5182607>.
- Cerrillo Torremocha, P. C. (2007). "Los nuevos lectores: la formación del lector literario". *Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes*. (http://www.cervantesvirtual.com/obra-visor-din/los-nuevos-lectores-la-formacin-del-lector-literario-0/html/013fed66-82b2-11df-acc7-002185ce6064_4.html#I_0_) [12 octubre 2019]

Chairo (s. f.). En *Diccionario de Español Mexicano*. Recuperado de: https://dem.colmex.mx/?fbclid=IwAR1H7UZ9yq2BGrWlqgbLNwDzYGOB3sy0pvnP9GshjOxC2_dk5OCRmloTrw.

Chiappe, D. (2009) *La ciudad de letras danzantes*. Consultado 22 octubre 2014, en domenicochiappe.com: http://domenicochiappe.com/ciudad_letras_danzantes.pdf

Church, T. A. y Lonner, W. J. (1998) The cross-cultural perspective in the study of personality: rational and current research. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 29, 32–62.

Considine, A. (15 de diciembre, 2012) Derechos de autor y memes. *Vice*. Recuperado el 25 de octubre de 2019 de: https://www.vice.com/es_latam/article/bn44b5/derechos-de-autor-y-memes.

Coscia, M. (2017) Popularity spikes hurt future chances for viral propagation of protomemes. *Communications of the ACM*, 61 (1), 70-77.

Craig, R. T. (2008) Communication in the Conversation of Disciplines, *Russian Journal of Communication*, 1(1), 7-23.

da Cunha Recuero, R. (2007) Memes em weblogs: proposta de uma taxonomia. *Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia*, (32).

Dafonte-Gómez, A. Martínez-Rolán, X. (2016) Del view al share: el papel de la comunicación viral en la transformación del ecosistema mediático. *Palabra Clave*, 19(2), 501-525.

Danung, J., Holloway Attaway, L. (2008) All Your Media Are Belong To Us: An Analysis of the Cultural Connotations of the internet Meme. *Literature, Culture and Digital Media*, 17.

Davison, Patrick (2012) The Language of Internet Memes. En Mandiberg, M. (Ed.) *The Social Media Reader* (pp. 120–34). New York: New York UP.

Dawkins, R. (1976) *The selfish gene*. Oxford: Oxford University Press.

Dawkins, R. (1979). *El gen egoísta*. barcelona, España: labor.

Dawkins, R. (1982) *The extended phenotype*. Oxford: Oxford University Press.

Dawkins, R. (1993). Viruses of the mind. En Dahlbom, B. (Ed.) *Dennett and his critics: Demystifying mind* (pp. 13-27). Hoboken: Blackwell.

Dawkins, R. (1996). *The blind watchmaker: Why the evidence of evolution reveals a universe without design*. New York, London: WW Norton & Company.

De Certeau, M. (2000) *La invención de lo cotidiano: 1 Artes de hacer*. México: Universidad Iberoamericana, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO).

De Sola Pool, I. (1983). *Technologies of freedom*. Cambridge: Harvard University Press.

Deleuze, G. & Guattari, F. (1994) *Rizoma, introducción*. México: Ediciones Coyoacán.

Dennett, D. (1990) Memes and the Exploitation of Imagination. *Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 48, 127-35.

Dennett, D. (1991) *Consciousness explained*. Boston: Little, Brown & Company.

- Dennett, D. (1995). *Darwins Dangerous Idea*. London: Allen Lane The Penguin Press.
- Downes, S. (2006) *Learning Networks and Connective Knowledge*, http://www.ingedewaard.net/papers/connectivism/2006_Downes_learningNetworks_and_ConnectiveKnowledge.pdf.
- Eagleton, T. (2017) *Cultura*. Barcelona: Taurus.
- Eco, U. (1984). *Obra abierta*. Barcelona: Planeta-Agostini.
- Eguinoa, A. E. (2000) El lector alumno y los textos literarios. *Colección Pedagógica Universitaria*, 34, 31-53.
- Engeström, J. (1999). *Learning by Expanding. An Activity-Theoretical Approach to Developmental Research*. <http://lhc.ucsd.edu/MCA/Paper/Engestrom/expanding/toc.htm>
- El Comercio (14 de octubre, 2016) Esto son los memes sobre el Premio Nobel de Literatura que ganó Bob Dylan. <https://www.elcomercio.com/afull/memes-premionobel-literatura-bobdylan-musica.html>.
- Even-Zohar, I. (2005) Polysystem Theory (Revised). En *Papers in Culture Research*. Tel Aviv: Porter Chair of Semiotics. Recuperado de <https://pdfs.semanticscholar.org/e62e/90ad25fa4aab82dfed25665034ace5f2db0e.pdf>.
- Fairclough, N. (1992) *Discourse and Social Change*. Oxford: Polity Press.
- Feldman, D. C. (1984). The development and enforcement of group norms. *Academy of Management Review*, 9(1), 47–53.
- Felinto, E. (2008) Videotrash: o youtube e a cultura do spoof na Internet. *Galáxia*, 16, 33-42.
- Fernández Auzmendi, N. (2008) El canon literario: un debate abierto. *Per Abbat: boletín filológico de actualización académica y didáctica*, (7), pp. 61-82.
- Fernández Rei, M. (s. f.) Frida Kahlo, entre el dolor y la pasión. *Muy Historia*. [Página Web] (<https://www.muyhistoria.es/contemporanea/fotos/frida-kahlo-artista>) [28 octubre 2019]
- Fernández-García, N. (2017) Fake news: una oportunidad para la alfabetización mediática. *Nueva sociedad*, (269), pp. 66-77.
- Fiske, J. (1987) Los estudios culturales británicos y la televisión. En: Robert Allen (ed.), *Channels of discourse. Television and contemporary criticism*. North Carolina: University of North Carolina Press.
- Fiske, J. (1989). *Understanding Popular Culture*. London: Routledge.
- Fleck, L. (1981). *Genesis and development of a scientific fact*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Flick, U. (2004) *Introducción a la investigación cualitativa*. Madrid: Morata.
- Ford, S.; Greene, J.; Jenkins, H. (2013) *Spreadable media. Creating value & meaning in a networked culture*. New York: New York University Press.
- Formación en Red del Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado (s.f). Diferencias entre Derechos de autor y Copyright. [Página Web]. (http://formacion.intef.es/pluginfile.php/109297/mod_imscp/content/2/diferencias_entre_rechos_de_autor_y_copyright.html#) [15 octubre 2019]

- Foucault, M. (1972) *Archaeology of Knowledge*. New York: Pantheon Books.
- Foucault, M. (2002) Vigilar y castigar. Nacimiento de la prisión. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Foucault, M. (2007) Historia de la sexualidad. 1. La voluntad de saber. Buenos Aires, Madrid, México: Siglo XXI.
- Freyd, J. J. (1983). Shareability: The social psychology of epistemology. *Cognitive Science*, 7(3), 191-210.
- Frosh, P. y Pinchevski, A. (2014) Media witnessing and the ripeness of time. *Cultural Studies*, 28(4), 594-610.
- Fuentes Navarro, R. (2008) *La comunicación desde una perspectiva sociocultural: acercamientos y provocaciones 1997-2007*. Guadalajara: ITESO.
- Fundéu (16 de diciembre, 2015) troleo y troleo, con una sola ele, palabras correctas. [Publicación web] (<https://www.fundeu.es/recomendacion/troleo-troleo/>) [3 noviembre 2019]
- Gándara, H. (23 de agosto, 2017) El ya aceptado término “tren del meme”. Milenio. Recuperado de: <https://www.milenio.com/opinion/humberto-gandara/adoptaunmillennial/el-ya-aceptado-termino-tren-del-meme>.
- Gee, J. (1996) *Social Linguistics and Literacies: Ideology in Discourses*. New York: Taylor & Francis.
- Geertz, C. (1973). *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.
- GEOtutoriales. (21 junio, 2015). Cómo se relaciona el Coeficiente de Correlación de Pearson (r) y el Coeficiente de Determinación r Cuadrado (r²). *Gestión de Operaciones*. Recuperado de: <https://www.gestiondeoperaciones.net/estadistica/como-se-relaciona-el-coeficiente-de-correlacion-de-pearson-r-y-el-coeficiente-de-determinacion-r-cuadrado-r%C2%B2/>.
- Giddens, A. (1984) *The constitution of society: Outline of the theory of structuration*. Berkeley y Los Ángeles: University of California Press.
- Gillian, R. (2001) *Visual methodologies: An introduction to the interpretation of visual materials*.
- Giménez, G. (2007) *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*. Guadalajara: ITESO.
- Ginzburg, C. (1999) *El queso y los gusanos. El cosmos, según un molinero del siglo XVI*. Barcelona: Muchnik Editores.
- Gladwell, M. (2006) *The tipping point: How little things can make a big difference*. Boston: Little, Brown and Company.
- González, J. (2013) Grafos y genética de los acontecimientos: representando las relaciones entre eventos, comunicación no mediática, comunicación mediática y viralización. *Revista Nexus Comunicación*, (14).
- Granovetter, Mark. (1983) The Strength of Weak Ties, A Network Theory Revisited. *Sociological Theory*, 1, 201–33.

Greta Thunberg, financiada por George Soros, y otras “fake news” sobre la militante sueca. (26 septiembre, 2019) *Clarín*. Recuperado de: https://www.clarin.com/mundo/greta-thunberg-financiada-george-soros-fake-news-militante-sueca_0_OtfRDS5U.html.

Grossberg, L. (1986). History, politics and postmodernism: Stuart Hall and cultural studies. *Journal of Communication Inquiry*, 10(2), 61–77.

Güell, P. (2008) ¿Qué se dice cuando se dice cultura? Notas sobre el nombre de un problema. *Revista de sociología*, (22).

Hall, S. (1997). The Work of Representation. En *Representation: Cultural Representations and Signifying Practises* (pp. 13-74). London: Sage.

Hall, S. (1999). Encoding, decoding. En During, S. (ed.). *The Cultural Studies Reader* (pp. 507–517). London & New York: Routledge.

Heylighen, F. (1996). Evolution of Memes on the Network: from chain-letters to the global brain. En Fischer, I. (Ed.), *Ars Electronica Catalogue*. Vienna/New York: Springer.

Heylighen, F. (1998, August). What makes a meme successful? Selection criteria for cultural evolution. Ponencia en el *15th International Congress on Cybernetics*, Congreso celebrado en Namur, Bélgica.

Hofstede, G. H. (1980) *Culture's consequences: international differences in work-related values*. Beverly Hills: Sage.

Infobae (27 mayo 2019) “Contra el machismo literario”, la carta que cuestiona la disparidad de género en los eventos culturales. [Página web] (<https://www.infobae.com/america/cultura-america/2019/05/27/contra-el-machismo-literario-la-carta-que-cuestiona-la-disparidad-de-genero-en-los-eventos-culturales/>) [31 octubre 2019]

Jenkins, H. (2008) *Convergence Culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Jenkins, H. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: media education for the 21st century*. Cambridge: The MIT Press.

Jensen, K. B. (2012): 11. The cultural contexts of media and communication, En *A handbook of Media and Communication Research. Qualitative and Quantitative Methodologies* (pp. 320-345). London & New York: Routledge.

Jurvetson, S. & Draper, T. (1997) Viral marketing: Viral marketing phenomenon explained. *DFJ Network News*.

Knobel, M., & Lankshear, C. (2007a) Sampling “the New” in New Literacies. *A new literacies sampler* (pp. 1-24). New York: Peter Lang.

Knobel, M., & Lankshear, C. (2007b) Online memes, affinities, and cultural production. *A new literacies sampler* (pp. 199-227). New York: Peter Lang.

Kozinets, R. V. (2015) Netnography. En *The International Encyclopedia of Digital Communication and Society*. JohnWiley & Sons, Inc.

Kress, G. (2003) *Literacy in the New Media Age*. London: Routledge.

- Kristeva, J. (2001). *Semiótica I*. Madrid: Fundamentos.
- Lasswell, H. D. (1948) The structure and function of communication in society. *The communication of ideas*, 37, 215-228.
- Lavaniegos, M. (2003) ¿El Arte hoy? Un naufragio y el símbolo de lo arcaico. En Solares, B. y Flores Farfán, L. (coords.) *Mitogramas*. UNAM, Centro de Investigaciones Multidisciplinarias, Universidad Autónoma del Estado de Morelos, México: Los Reyes, pp. 57-80.
- Lissack, M. R. (2004) The Redefinition of Memes: Ascribing Meaning to an Empty Cliché. *Journal of Memetics - Evolutionary Models of Information Transmission*, 8 (1).
- Livingstone, S. (2009) Foreword: Coming to terms with mediatization. En K. Lundby (Ed.) *Mediatization: Concept, changes, consequences*, Pp. ix-xi. Nueva York: Peter Lang.
- Lluch i Crespo, G. (2006) Literatura infantil y juvenil y otras narrativas periféricas. B P. C. Cerrillo Torremocha, C. Cañamares Torrijos, & C. Sánchez Ortiz (Ed.), *Literatura infantil, nuevas lecturas y nuevos lectores: actas del V Seminario Internacional de "Lectura y Patrimonio"* (págs. 193-211) Cuenca: Universidad de Castilla-La Mancha.
- Lozano Rendón, J. C. (1996). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México: Alhambra.
- Maffesoli, M. (1988). *El tiempo de las tribus. El declive del individualismo en la sociedad de masas*. Barcelona: Icaria.
- Martí, M. (08 de abril de 2016) ¿Qué es el Web Scraping? Introducción y herramientas. *Sitelabs*. Recuperado de <https://sitelabs.es/web-scraping-introduccion-y-herramientas/>
- Martín-Barbero, J. (1987) *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Gili.
- Martineau, William H. (1972) A model of the social functions of humor. En Goldstein, J. H. y McGhee, P. E. (eds.) *The Psychology of Humor: Theoretical Perspectives and Empirical Issues* (pp. 101–125). New York: Academic Press.
- Mathieu, D. (2016). Users' encounter with normative discourses on Facebook: a three-pronged analysis of user agency as power structure, nexus, and reception. *Social Media+ Society*, 2(4).
- Mazambani, G., Carlson, M. A., Reysen, S. & Hempelmann, C. F. (2015) Impact of Status and Meme Content on the Spread of Memes in Virtual Communities. *Human Technology*, 11(2), 148-164.
- McCracken, G. (2009). "Consumers" or "Multipliers"? http://convergenceculture.org/htmlnews-letter/weeklyupdate_20090402.html
- McNeill, L. (2017) Lol and the world lols with you: memes as modern folklore. *Phi Kappa Phi Forum*. 4 (97), 18-21. National Forum: Phi Kappa Phi Journal.
- Memes Literarios (s. f.) Reglamento de Memes Literarios Grupo Oficial. [Archivo de texto] (https://drive.google.com/file/d/1fiwBkhUHVkl9d9Y_45Az6CN6WrUGSQm/view?usp=sharing) [20 octubre 2019]
- Mirzoeff, N. (2002) *The culture reader*. New York: Routledge.

- Mirzoeff, N. (2003) *Una introducción a la cultura visual*. Barcelona: Paidós.
- Mirzoeff, N. (2011a) *The right to look. A counterhistory of visibility*. Durham: Duke University Press.
- Mirzoeff, N. (2011b) The clash of visualizations: Counterinsurgency and climate change. *Social Research: An International Quarterly*, 78 (4), 1185-1210.
- Mirzoeff, N. (2016) *How to see the world: an introduction to images, from self-portraits to selfies, maps to movies, and more*. London: Hachette.
- Mitófago (03 octubre 2016) Razones por las que Frida Kahlo es una pésima y sobrevalorada artista. [Página web] (<https://mitofago.com.mx/razones-frida-kahlo-es-una-pesima-sobrevalorada-artista#comments>) [30 octubre 2019].
- Muralidharan, S., La Ferle, C., & Sung, Y. (2015) How Culture Influences the 'Social' in Social Media: Socializing and Advertising on Smartphones in India and the United States. *Cyberpsychology, Behavior & Social Networking*, 18 (6), 356-360.
- Murray, J. (1999). *Hamlet en la holocubieta. El futuro de la narrativa en el ciberespacio*. Barcelona: Paidós.
- Navarro, F. (13 de octubre de 2016) Bob Dylan, premio Nobel de Literatura 2016. *El País*. Recuperado de https://elpais.com/cultura/2016/10/13/actualidad/1476344926_683109.html.
- Nead, L. (1988) *Myths of Sexuality: Representations of Women in Victorian Britain*. Oxford: Basil Blackwell.
- NobelPrize.org. (13 de octubre de 2016) The Nobel Prize in Literature 2016. *The Nobel Prize*. Recuperado de: <https://www.nobelprize.org/prizes/literature/2016/summary/>.
- Nowak, J. (2016) Internet meme as meaningful discourse: Towards a theory of multiparticipant popular online content. *Central European Journal Of Communication*, 9 (1), 73-89.
- Olesen, M. (2009). *Survival of the mediated*. Copenhagen: University of Copenhagen, Faculty of Humanities.
- Orlikowski, W. J. y Yates, J. (1994) Genre repertoire: The structuring of communicative practices in organizations. *Administrative Science Quarterly*, 39, 541–574.
- Orozco Gómez, G. (2011) La condición comunicacional contemporánea. Desafíos latinoamericanos de la investigación de las interacciones en la sociedad red. *Estado del arte de los estudios de recepción de audiencias en América Latina*, Quito: CIESPAL.
- Parks, T. (2002). Tales told by the computer. *The New York Review of Books* 49 (16), págs. 49-51.
- Postmes, T., Spears, R., & Cihangir, S. (2001). Quality of decision making and group norms. *Journal of Personality and Social Psychology*, 80(6), 918–930.
- Preece, Jenny. (2000) *Online Communities: Designing Usability, Supporting Sociability*. New York: John Wiley.
- Procházka, O. (2014) Internet Memes – A New Literacy? *Ostrava Journal Of English Philology*, 6 (1), 53-74.

- Procházka, O. (2016) Cohesive aspects of humor in Internet memes on Facebook: A multimodal sociolinguistic analysis. *Ostrava Journal of English Philology*, 8 (1).
- Radcliffe, N. J. y Surry, P. D. (1994). Formal Memetic Algorithm. En Fogarty, T. (ed.). *Evolutionary Computing*. pp. 1-16. Berlin: Springer.
- Reguillo, R. (2000) *Estrategias del desencanto. Emergencia de culturas juveniles*. Bogotá: Norma.
- Reguillo, R. (2012) Navegaciones errantes. De músicas, jóvenes y redes: de Facebook a Youtube y viceversa. *Comunicación y Sociedad* (pp. 135-171) Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Reguillo, R. (2017) *Paisajes insurrectos: Jóvenes, redes y revueltas en el otoño civilizatorio*. Barcelona: Ned Ediciones.
- Reynaga, P. (2018) Imagen. En Ramírez Plascencia, J. (Coord). *Conceptos claves en Ciencias Sociales*. (pp. 291-310) Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Rheingold, H. (2000). *The virtual community: Homesteading on the electronic frontier*. Boston: MIT Press.
- Ríos Aguilar, A. (22 febrero 2016) LOS MEMES... sí, los que usas en redes sociales: ¿están protegidos! *Ríos Abogados. Boutique Legal especializada en Propiedad Intelectual, Derecho Corporativo, Derecho Informático y Litigio*. Recuperado el 27 de octubre de 2019 de: <https://www.riosabogados.com/propiedad-intelectual/los-memes-si-los-que-usas-en-redes-sociales-estan-protegidos-por-mtro-agustin-rios-aguilar/>.
- Rocha, A., y Pereira, A. (2017) Matriz metodológica para análisis de comunidades virtuales de práctica. *Revista Lusofona De Educação*, 36 (36), 81-97.
- Romeu, V. (2013) Epistemología para la planeación de la comunicación y definición de los siete problemas comunicativos. En Aguilar, A.; Castellanos, V. y Pérez Salazar, G. (eds.) *La producción del conocimiento en las ciencias de la comunicación y su incidencia social*, Saltillo: AMIC / UAdeC.
- Ruiz Marín, E. (2004) Ver a las mediaciones simplemente como unidades nos hace caer en un error: la fragmentación. Una propuesta metodológica para la investigación de las mediaciones. *Punto Cero*, 9, 64-68.
- Sahuquillo, M. y Galindo, J. (4 mayo 2018) El Nobel de Literatura no se dará este año tras el escándalo de abusos sexuales. *El País*. Recuperado de https://elpais.com/cultura/2018/05/04/actualidad/1525385007_439056.html.
- Saito, Asako P. (2017) Moe and Internet Memes: The Resistance and Accommodation of Japanese Popular Culture in China. *Cultural Studies Review*, 23 (1), 136-150.
- Scolari, C. (2008) *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- Scribner, S. y Cole, M. (1981) *The Psychology of Literacy*. Cambridge: Harvard University Press.
- Shannon, C. E. (2001) A mathematical theory of communication. *ACM SIGMOBILE Mobile Computing and Communications Review*, 5 (1), 3-55.

- Shklovski, V. (1978). El arte como artificio. T. Todorov (Comp.), *La teoría de la literatura de los formalistas rusos* (pp. 55-70). México: Siglo Veintiuno.
- Shifman, L. (2012). 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. (2014a). *Memes in Digital Culture*. Cambridge: MIT Press.
- Shifman, L. (2014b) The cultural logic of photo-based meme genres. *Journal of Visual Culture*, 13 (3), 340-358.
- Shifman, L. y Thelwall, M. (2009). Assessing global diffusion with Web Memetics: The spread and evolution of a popular joke. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 60 (12), 2567-2576.
- Situngkir, H. (2004) On Selfish Memes: culture as complex adaptive system. *Journal of Social Complexity*, 2 (1), 20-32.
- Skármeta, A. (1985) *Ardiente paciencia*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Solotarevsky, M. (1988) *Literatura Paraliteratura*. Puig, Borges, Donoso, Cortázar, Vargas Llosa. Gaithesburg: Hispamérica.
- Speel, H. C. (1995, June). Memetics: On a conceptual framework for cultural evolution. En *Einstein Meets Margritte*. Simposio llevado a cabo en la Universidad Libre de Bruselas, Bruselas.
- Sperber, D. (1996). *Explaining Culture: A Naturalistic Approach*. Oxford: Blackwell
- Stake, R. (1994) Case Studies. En Denzin, N. y Lincoln, Y. (eds.) *Handbook of qualitative research*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Street, B. (1984) *Literacy in Theory and Practice*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Tendencias de Búsqueda de Google. (Sin fecha) En *Wikipedia*. Recuperado de https://es.wikipedia.org/wiki/Tendencias_de_b%C3%BAsqueda_de_Google.
- Thompson, J. B. (1990) El concepto de cultura. En *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación en masas* (pp. 183-240). México: UAM Xochimilco.
- Todorov, T. (1976) The origin of genres. *New Literary History*, 8(1), 159–170.
- Van Dijk, T. A. (1987) La pragmática de la comunicación literaria. En Mayoral, J. A. (Comp.) *Pragmática de la comunicación literaria*. (Pp. 171-194) Madrid: Arco.
- Van Eperen, L. & Marincola, F. M. (2011) How scientists use social media to communicate their research. *Journal of Translational Medicine*, 9, 199.
- Villanueva, D. (2011). Novela y postliteratura. *La página* (93-94), 179-190.
- Walther, J. B. y Jang, J. W. (2012) Communication processes in participatory websites: editor's introduction. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 18 (1), 2-15.

- Wasik, B. (2009) *And then there's this: How stories live and die in viral culture*. New York: Penguin.
- Watts, D. J., Peretti, J. y Frumin, M. (2007). Viral marketing for the real world. Harvard Business School Pub. Recuperado el 23 de marzo de 2015 de http://thethingis.typepad.com/Viral_Marketing_for_the_Real_World.pdf
- Wenger, E. (1998) *Communities of practice: learning, meaning and identity*. New York: Cambridge University Press.
- Wiggins, B. E. y Bowers, G. B. (2015) Memes as genre: a structural analysis of the memescape. *New Media and Society*, 17 (11), 1886-1906.
- Wilkins, J. S. (1998). What's in a meme? *Journal of Memetics—Evolutionary Models of Information Transmission*, 2(1), 56–94.
- Williams, R. (2000) *Marxismo y Literatura*. (2ª ed.) Barcelona: Península.
- Wilson, E. O. (1998) *Consilience: The Unity of Knowledge*. New York: Alfred A. Knopf, Inc.
- Xu, W. W., Park, J. Y., Kim, J. Y., & Park, H. W. (2016). Networked Cultural Diffusion and Creation on Youtube: An Analysis of Youtube Memes. *Journal Of Broadcasting And Electronic Media*, 60 (1), 104.
- Yin, R. (2009) *Case Study Research – Design and Methods*. Thousand Oaks: Sage Publications Inc.
- Zayas, V. (2017) Humorismo como creación y fortalecimiento de los vínculos en la sociedad red: el caso de los memes sobre filósofos. *Revista De Comunicación*, 16 (1), 122-146.