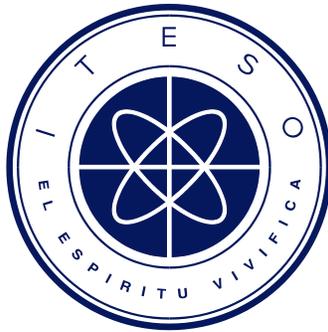


INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

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

Departamento de Estudios Socioculturales

MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN DE LA CIENCIA Y LA CULTURA



TESIS:

LAS CONDICIONES DE REPLICACIÓN SOCIOCULTURAL EN MEMES DE INTERNET: MEMES LITERARIOS

Presenta: Lic. Luis Alfredo Trejo Torres

Asesor: Mtro. Víctor Hugo Ábrego Molina

San Pedro Tlaquepaque, Jalisco. 02 de mayo de 2019.

TABLA DE CONTENIDO

<i>CAPÍTULO 1. REPLICANTES</i>	4
1.1 GÉNESIS	5
1.2 GENES, MEMES Y REDES	9
1.3 MEMES DE LITERATURA: UN PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	18
<i>CAPÍTULO 2. MEMES EN INTERNET: ESTADO DE LA CUESTIÓN</i>	20
2.1 REPLICANTES EN INTERNET	21
2.2.1 NUEVOS ALFABETISMOS	21
2.1.2 EL MEME COMO SIGNO	25
2.1.3 EL MEME COMO HUMOR E IDENTIDAD COMUNITARIA	26
2.1.4 EL MEME COMO RESISTENCIA	31
2.1.5 EL MEME COMO MEZCLA	32
2.1.6 MEMES EN LA EDUCACIÓN.....	34
2.1.7 EL MEME COMO FOLCLOR.....	37
2.1.8 REPLICACIONES Y DIFUSIONES	38
2.1.9 MEMES COMO GÉNEROS.....	44
2.2 COMUNIDADES Y REDES DE SOCIALIZACIÓN EN LÍNEA	46
2.2.1 IDENTIDAD CULTURAL	46
2.2.2 FACEBOOK PARA EDUCACIÓN Y TRABAJO COLABORATIVO	48
2.2.3 TIPOLOGÍAS	49
2.3 REFLEXIONES DERIVADAS DEL ESTADO DEL ARTE	52
<i>CAPÍTULO 3. EL MUNDO EN UN BIT: MARCO TEÓRICO</i>	54
3.1 MEMES COMO ESPACIO DE CULTURA	54
3.2 MEMES COMO ESPACIO DE PODER	60
3.3 MEMES COMO RELAJO: LA CREACIÓN DE UN INTERSTICIO	64
3.4 MEMES COMO LUGAR DE COMUNICACIÓN	69
3.5 DAWKINS EN LA WEB 2.0	73
<i>CAPÍTULO 4. ANDAMIOS: HACIA UNA METODOLOGÍA</i>	78
4.1 LA MIRADA DIRIGIDA: UN CORPUS Y UNA MUESTRA	78
4.2 TRATAMIENTO DE LOS DATOS	88
4.3 ANÁLISIS DE LOS DATOS	89
4.3.1 ANÁLISIS CUANTITATIVO AL EXTERIOR DEL MEME	91
4.3.2 ANÁLISIS CUALITATIVO AL INTERIOR DEL MEME	95
4.4 DE LOS MEDIOS A LOS FINES	100
<i>CAPÍTULO 5. MEME COMO PROCESO</i>	101
5.1 ABREVADEROS	101
5.1.1 INSTITUCIONES	101
5.1.2 INTERSTICIOS	106

5.1.3 CULTURA POP COMO CONTEXTO.....	108
5.2 TENSIONES.....	110
5.3 CÓDIGOS MEMÉTICOS.....	110
5.3.1 OPERACIONES.....	114
5.4 MEMES EN BUSCA DE AUTOR.....	118
5.2 EL MEME COMO MEDIO Y COMO FIN.....	118
<i>CAPÍTULO 6. DE MEMES A CONCLUSIONES.....</i>	<i>121</i>
<i>ANEXOS.....</i>	<i>123</i>
ANEXO 1. PUBLICACIONES CON MAYOR CONTEO DE COMENTARIOS.....	123
ANEXO 2. REFERENCIA GENERAL DE LOS MEMES DE LA MUESTRA.....	125
ANEXO 3. GRÁFICOS DE REGRESIÓN LINEAL.....	133
ANEXO 4. CATEGORÍAS DE CODIFICACIÓN ANALÍTICA.....	135
ANEXO 5. RELACIONES ENTRE CÓDIGOS ANALÍTICOS.....	139
<i>BIBLIOGRAFÍA.....</i>	<i>140</i>

CAPÍTULO 1. REPLICANTES

A partir de la exploración del estado de la cuestión, pero también a partir de la simple navegación en Internet, es posible discernir que los angloparlantes tienden a reconocer como meme a cualquier “fenómeno de Internet” (suceso o contenido de mucha popularidad en Internet, dentro de los cuales son destacadas las imágenes graciosas), aunque no así los hablantes del idioma español, para quienes *meme* remite casi exclusivamente a esta clase de imágenes graciosas, si bien se ha extendido su denominación como meme a videos y capturas de publicaciones (muchas veces de texto) en sitios de socialización en línea, sea en pantallas de teléfonos inteligentes o en una diversidad de dispositivos.

Esta última consideración puede invitar a pensar que en los contextos angloparlantes, donde el término *meme* es nativo, puede haber sucedido una especie de especialización, ya que la palabra 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), y luego a volverse una sinécdoque¹ de un tipo de contenidos particulares (imágenes graciosas), que desarrollaron características específicas (imágenes macro solas o en secuencia, por lo regular). Desde esta perspectiva, *meme* evoca un proceso de gran especialización, es decir, la palabra fungió como un meme ella misma, ya que se propagó, replicó, y mutó.

En todas estas posibles fases antes descritas, la palabra meme debió haberse extendido fuera de los contextos angloparlantes, alcanzando los sinuosos horizontes lingüísticos del mundo conectado a la WWW; sin embargo, en el caso del idioma español y de México, la notoriedad de la palabra y su uso no fue de mi conocimiento sino hasta el punto en que meme designaba un conjunto de caricaturas con pretensiones graciosas que ilustraban reacciones hacia diversos contenidos, en algún punto, esas caricaturas se fueron desvaneciendo, pero sin que las mismas consideraciones de gracia se asociaran con los contenidos, y se fueron incorporando con más formalidad elementos de imágenes macro.

¹ Figura del lenguaje que representa una sustitución y desplazamiento del sentido, del significado y el significante. Comúnmente se entiende como llamar el todo por el nombre de una parte, o llamar a una parte por el nombre del todo.

Según mi experiencia personal con los memes de Internet, el término pasó de esas sencillas caricaturas a las imágenes que aquellas referían, luego, a los contenidos que, aún sin ser precisamente imágenes, como *gifs*, videos, publicaciones de texto, *emojis*, o de otros tipos; siempre que fueran graciosas. Actualmente, encuentro lo que reconozco como *memes* (sin un estricto apego a bases teóricas Dawkinianas) 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 *stickers*.

Pienso que es posible que el término *meme* llegado al español, inseparable de las imágenes graciosas, haya comenzado a disolverse a consecuencia del creciente reconocimiento de los inasibles límites del ecosistema memético: video memes, memes temáticos, memes hechos de trozos de *Facebook*, de *Twitter*, de *Instagram*, de *Whatsapp* y otros chats, de videollamadas, de *selfies*, de títulos de publicaciones y páginas de Internet, y de cotidianidades cada vez más patentes. Meme ya no sólo se asocia con un tipo de imagen graciosa, sino con una actitud de exploración y publicación de lo que es gracioso, o relevante sobre cualquier cosa, y que se busca dar a conocer.

1.1 GÉNESIS

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 espacios de socialización en línea. Pensar en la plataforma de socialización en línea con mayor cantidad de usuarios globales es referirse a *Facebook*, la cual ofrece un gran número de herramientas para la gestión de páginas y grupos, a la vez que favorece su conexión con páginas y contenidos de otras plataformas. Asimismo, el interés personal desatado por mi formación literaria resulta un inevitable impulso para proveer de un foco temático particular a la exploración de estos espacios. De ahí que la investigación se desarrolle específicamente en la página en *Facebook* “*Memes Literarios*” que cuenta con un mayor número de seguidores que otras páginas de contenidos sobre literatura.

Me interesa entender las condiciones particulares que hacen de sitios como *Memes Literarios* un entorno social de intercambios y, a mi parecer, un sitio privilegiado para ver cómo se yuxtaponen condiciones socioculturales en la actualidad a través de los memes, que favorecen que un evento sea reapropiado en un abanico de marcos interpretativos diversos y,

en el caso de la literatura, no sólo las ficciones literarias, en un inacabable ir y venir de la producción social de sentido. Precisamente, para abordar las cuestiones contextuales que dan origen a mi trabajo, relataré cómo llegué a situarme en las inmediaciones del tema, y finalmente del problema que propongo como motivo de investigación.

Recordaba del periodo de mi instrucción universitaria en estudios de literatura la facilidad que, para los estudiosos de literatura, toda noticia relacionada con autores, premios o concursos internacionales y publicaciones laureadas era motivo de gran agitación y discusión generalizada. Sin embargo, el evento más cautivador que pude atestiguar fue, sin duda, el nombramiento del ganador o ganadora del premio nobel de literatura, cuya cobertura mediática era también, por mucho, la más amplia y diversa (tanto en medios impresos como en noticieros de radiodifusión y televisión) en relación directa con la disciplina literaria. De manera particular, recuerdo el debate acerca de lo acertada/errada decisión del otorgamiento del premio nobel de literatura a Bob Dylan: El día 13 de octubre de 2016, el comité del Premio Nobel anunció que Robert Allen Zimmerman, mejor conocido como 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).

Aparentemente, a consecuencia de lo inesperado del premio Nobel otorgado a Bob Dylan, se desató una gran conversación, no sólo entre estudiosos de literatura, sino en múltiples medios y foros, que cuestionó² la naturaleza de la literatura como arte y como disciplina (Sisario, 2016).

Memes Literarios es una comunidad en Facebook cuya actividad principal es la gestión de memes de literatura, es decir, imágenes modificadas por usuarios de Internet que mezclan referentes de –en este caso– literatura con situaciones, personajes o sucesos de la cultura pop, en coyunturas locales o globales, que generalmente se articulan con una intención de humor. Es de suponer que los usuarios de Memes Literarios deben tener al menos dos coincidencias, una es tener gusto por la literatura, y la otra es que deben de tener agrado por la producción

² 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).

y el consumo de memes. Debido a que el humor es un componente esencial de los memes y que la aproximación humorística a la literatura tradicionalmente sólo estaba reservada para ciertos géneros, la existencia de memes de literatura sugiere una apropiación alternativa de lo literario, pues tradicionalmente sólo las obras satíricas o las comedias invitaban de forma explícita a esa clase de recepción.

Al involucrarme en el estudio de Memes Literarios, poco a poco, fui examinando con más detenimiento lo que ocurría en el sitio, y familiarizándome con ciertas particularidades de la comunidad, hasta que finalmente decidí explorar a través de mediciones con herramientas de minería de datos la actividad en esa página de Internet respecto al evento particular del anuncio del premio nobel de 2016, que se había dado a conocer el día 13 de octubre de ese año. Los datos revelaron que la máxima actividad de la comunidad en todo el año 2016 coincidía con la fecha del 13 de octubre y los días posteriores al comunicado de la Academia Sueca; esto llevó a que empezara a interesarme por las condiciones sociales alrededor de un acontecimiento: mediáticas, institucionales, online, etc., que determinan la replicación cultural, es decir, la capacidad de los contenidos –por ejemplo, en Memes Literarios– de transmitirse de forma acelerada por múltiples plataformas que enlazan a millones de personas.

Ahora bien, aunque entiendo literatura como procesos de escritura y lectura, no puedo dejar de pensar que quienes visitan Memes Literarios, probablemente tienen gusto por las narraciones, que, de manera más general, sustentan imaginarios e historias en las más variados soportes y formatos, y en las que participa la literatura como una opción que emplea las palabras para su expresión. Pensar también en esas múltiples plataformas donde las personas nos encontramos enlazadas, generando, consumiendo, y participando de formas cualesquiera de estas narraciones, en tiempo real o en tiempos tremendamente breves, permite imaginar que debe haber ciertas modificaciones en las formas en que interactuamos con las instituciones consagradas por ciertas élites dominantes, es decir, aquellas que tradicionalmente producen contenidos culturales, como son el cine o la literatura, pero, ¿qué clase de intercambios hay entre productores tradicionales, consumidores tradicionales, consumidores nuevos y productores nuevos? Aún más, ¿qué condiciones rigen o caracterizan esos intercambios?

Probablemente, mencionar los memes de Internet implica pensar en una serie de aspectos como: brevedad, humor, fotografías, imágenes, viralidad o redes sociales, por ejemplo; precisamente, la idea común acerca de los “memes” gravita entre estos componentes; en la actualidad, al decir “meme”, con mucha certeza designamos una imagen o fotografía graciosa acerca de algún tema que hallamos en redes sociales y que posiblemente nos halla sido enviado debido a su enorme popularidad en línea. Aunque más tarde profundizaré en el concepto de meme como un dispositivo de comunicación, por el momento importa resaltar los memes de Internet con lo que parece ser su percepción generalizada, pero, ¿qué nos muestran los memes en el escenario de intercambios entre posiciones antes llamadas *nuevas* y *tradicionales*? Los memes son yuxtaposiciones que no sólo integran imágenes y texto, sino múltiples fuentes de significado, además de que exhiben una posibilidad de coproducción, donde un “yo usuario” que también participa en la creación de los contenidos que consumimos y transmitimos, y donde producimos significados que podemos plasmar e inscribir dentro de la dinámica interminable de la replicación cultural.

Siguiendo en la misma línea, pensar en la literatura como un ciclo entre lo verbal y lo escrito solamente, podría llevar a creer que los memes y la literatura no tienen forma clara de compaginar, no obstante, ver a la literatura como parte los sistemas de expresión y comunicación de narrativas (sistemas de producción social de sentido, donde se actualizan, modifican y se ponen en disputa los significados de la realidad) permite que los memes de Internet y cualesquiera otros medios o soportes vengan a colación para situarse en la escena. Así, pensar simultáneamente en la literatura y en los memes como dispositivos de comunicación invita a reflexionar las formas en que los horizontes entre disciplinas institucionalizadas como la literatura y prácticas cotidianas como la producción de memes se desvanecen para conjugarse en el hacer de los usuarios en una sola dinámica, algo que se puede atestiguar día con día en las comunidades virtuales de Internet, escenarios de producción y consumo de una multitud de narrativas, que no resultan solo literarias o dedicadas al entretenimiento, sino también políticas, educativas, de salud, de vidas cotidianas, etcétera.

Me interesa entender las condiciones particulares que hacen de sitios como *Memos Literarios* un entorno social de intercambios y un sitio privilegiado para ver cómo se yuxtaponen condiciones socioculturales actuales, a través de los memes, que favorecen que un evento

social cualquiera sea reapropiado no sólo a propósito de narrativas con acento en ficciones literarias, sino que parecen ser una forma de producción social de sentido en la era digital por derecho propio.

1.2 GENES, MEMES Y REDES

Las razones que justifican realizar esta investigación son varias y se derivan, inicialmente, de la continuidad de la presencia de los memes de Internet como una constante de cualquier evento ocurrido en los ámbitos dentro y fuera de Internet. Si bien los memes 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 mediatización³ patente) sin que se pongan a circular en la red memes referentes a ese evento.

En breve, cultura⁴ 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), quien señala que 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.

Es claro que una investigación sociocultural que pretenda ver la replicación (o la traducción) de contenidos y su trasfondo sociocultural podría no limitarse a memes de Internet, o incluso, tampoco tendría que basarse en Internet, sin embargo, como antes mencioné, la incidencia constante de los memes de Internet y su relación a través de referencias a eventos fuera y dentro de Internet permiten hacer un seguimiento puntual y cercano a las dinámicas —en apariencia— fragmentarias que componen los procesos de la cultura: en los memes no hay un centro (no lo es Memes Literarios) o instancia de donde los memes sean todos originarios; a

³ 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.

⁴ El abordaje de cultura lo realizo formalmente en el marco teórico, por lo que me limito aquí a mencionar brevemente cómo trabajo el concepto.

diferencia de contenidos como películas, canciones, producciones de televisión y radio, no hay un emisor único, originario y reconocible. Al tratar con memes es imposible pensar en derechos de autor, en censuras o contenciones efectivas, ya que tanto los memes como sus procesos de difusión son colectivos y reticulares.

Atisbar a las dinámicas de los memes permite pensar en la cultura y en 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 temas que han probado ser favorecidos por las condiciones socioculturales presentes, pues esto representaría que los usuarios han decidido que dichos temas merecen atención.

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.

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 Henry Jenkins, Joshua Greene y Sam Ford (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).

Viralidad, según Jenkins, Ford y Greene, conlleva una visión que no se distancia mucho de la premisa de los modelos de comunicación de Shannon (2001) o de Lasswell; que puede 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, reivindicán y negocian con él (Fuentes Navarro, 2008). Frente a la idea de viralización y lo pegajoso, queda la propuesta del trío Jenkins-Ford-Green: *spreadable media*, para referirse a aquellos objetos culturales que son fáciles de difundir 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.

A diferencia de los modelos de *viral media* y *stickiness*, el pensar en lo popular como algo que ha sido difundido por los usuarios, *spreadable media* busca enfatizar y poner 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 y metodológico 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 busco hacer notar que son los usuarios de Internet aquellos quienes generan la relevancia de los contenidos mediante su atención; desde el enfoque sociocultural de la comunicación, Guillermo Orozco Gómez aporta que, en la actualidad, la condición comunicacional consiste en una recentralización de lo comunicativo como dimensión prioritaria para entender las sociedades contemporáneas (2011: 388). 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 (las anidadas en Facebook, por lo menos). En un sentido amplio, Guillermo Orozco Gómez ve en la posibilidad de reacción y

acción de las audiencias la diferencia con los medios tradicionales, 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 otras clases de 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 fijan 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 Cruz (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 dan risa.

La “Súpercarretera de la información” fue una figura de lenguaje creada en 1992 (Fuentes, 2008: 185) para ilustrar la condición de Internet como sistema de intercambio de información cuyas posibilidades aún empezaban a comprenderse; como era de esperarse el término se popularizó –otro meme exitoso–. Considerar Internet una *súpercarretera* implicaba que llamarlo *carretera*, sugería 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.

Un autor que reflexiona las formas en que las dinámicas, que en apariencia⁵ son propias de Internet, modifican el paisaje de la vida cultural humana es Alessandro Baricco; en *Los*

⁵ Baricco (lo parafraseo) indica que la irrupción de Google en Internet bien puede considerarse un acto bárbaro: 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: 95-96).

Bárbaros. Ensayo sobre la mutación, menciona una serie de detalles que ilustran la forma en que “con la complicitad 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 universo lingüístico moderno, y consigue así darle un éxito comercial asombroso.” (2009: 52).

Baricco percibe que para los grupos que recién exploran ciertas instancias de la cultura – *bárbaros*, los conceptualiza, y no se trata simplemente de un peyorativo, sino de una condición de ser exterior a una práctica y a sus tradiciones– “cualquier cosa tiene sentido e importancia únicamente si consigue enmarcarse en una secuencia más amplia de experiencias” (2009: 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 atraviesen muchas instancias culturales, 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. Baricco advierte que en tales dinámicas los bárbaros se adueñan de prácticas institucionalizadas de producción social de sentido⁶ y las convierten en “sistemas de paso”: un esquema abierto a muchos individuos que dota de aceleración y enlaza la experiencia a una secuencia más amplia de experiencias.

Según la reflexión de Baricco, los bárbaros 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” (107), y es que “lo que en Google es un movimiento que persigue el *saber*, en el mundo real se convierte en el movimiento que busca *la experiencia*.” (113).

Se puede pensar que Baricco nos habla de esa atención que antes mencionaba yo como constante pretensión de las industrias mediáticas. La atención que reciben unos memes determinados puede ir estando definida por lo que aquellos memes tienen como trasfondo,

⁶ Baricco menciona casos específicos del vino, el fútbol, la música y la literatura.

así como –parafraseo a Baricco– las páginas de Internet son valoradas por Google según la cantidad de enlaces que dirigen a ellas (2009: 108).

Al respecto de 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 su modelo lineal de transmisión de información) y los nuevos medios (en que la comunicación es digital e interactiva); según una comparación que él hace de diversos especialistas, las nuevas formas de comunicación se diferencian de las tradicionales debido a 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) (2008: 78). Los puntos que según Scolari definen las nuevas formas de comunicar, parecen sospechosamente cercanos a la transformación bárbara que describía Baricco: la innovación tecnológica facilita que no haya un solo canal transmisor, sino que existan múltiples canales e interacciones; los textos se componen no para ser explorados en profundidad, sino para hacer exploraciones superficiales y aceleradas, accediendo desde varios puntos; los lenguajes y medios se amalgaman al tiempo que se simplifican.

Si se entiende Internet como *red de redes*, probablemente se le pueda ver también como el *sistema de paso de los sistemas de paso*. Al recordar el *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 en su sentido más restringido, como imagen humorística) lo convierten también en un sistema de paso por derecho propio. Así, este sistema de paso es empleado entonces por múltiples grupos de usuarios con intereses y dinámicas culturales propias, como la literatura, quienes al codificar referentes literarios en forma de memes, pueden estarlos dotando de una movilidad probablemente mayor a la de las obras literarias en sí mismas, ya que les permitirían acceder al sistema de paso de los sistemas de paso, impulsando un enorme potencial de replicación cultural para los memes de literatura, inicialmente definido por la relevancia que le otorgan los propios usuarios.

Nombrar *bárbaros* a los individuos que se suman a las diversas dinámicas culturales que explora Baricco –con la consabida aceleración de la realidad, mezcla de referentes *on/offline*,

y la mayor activación de las audiencias, que supone Internet—, conlleva inicialmente un cierto desdén; no es casual que este autor llame así a los advenedizos sino que, además, menciona lo común de que quienes forman parte de las estructuras establecidas, perciban con rechazo a quienes no las legitiman y las ignoran (2009: 54-58). 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. De entrada, leer literatura como recreación y como entretenimiento carece, para algunos, de una justificación práctica plena que la relacione con objetivos productivos en términos económicos, por ejemplo.

Pese a que han logrado transformar sistemas culturales completos en otros modelos comerciales exitosos, las búsquedas de experiencias que hacen los bárbaros de Baricco, dista 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 en su trabajo “Generación hipertextual de sentido y construcción de la presencia en Facebook. Escenarios emergentes” (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” (220). Ábrego alega que el ocio como experiencia escapa de y cuestiona la experiencia normada por las instituciones, constituyéndose así como un espacio de agenciamiento del sujeto.

Las navegaciones de los usuarios por Internet no se limitan a la revisión de correo electrónico, asuntos profesionales o de adscripción institucional. 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. Reguillo reconoce que las reconfiguraciones sociales, no solo se dan en los espacios consagrados por la modernidad, sin embargo, para Rossana Reguillo 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 ve en ellas trazas de una profunda renovación (2012: 140). 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.

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 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 en leer, en hacer memes y ver videos en YouTube, 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 humor propio 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, o sea, construir una postura desde donde catapultamos y damos a conocer, mediante el meme, un fragmento de nuestra subjetividad, de cómo nos adueñamos de nuestro tiempo libre, y abrimos la posibilidad de que alguien más participe de este proceso, y quizás, comparta ese significado a su vez.

Debido a que uno de los problemas de las teorías sobre la cultura ha sido tratar de definir como particular un proceso social total, llegados al 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 un momento 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.” (141), por ello es preciso, señala González, hacer

algún tipo de delimitación, ya que la naturaleza de los eventos condiciona que “No es posible una cobertura completa [...] de ningún evento porque son infinitos internamente” (142).

Para ejemplificar un evento mencionaré el anuncio del galardón del premio nobel de literatura de 2016, concedido a Robert Allen Zimmerman, (Bob Dylan). Pese a que se afirma en diversas publicaciones lo inesperado de que a un artista musical se le ofreciera un premio que tradicionalmente se concede a escritores, también algunas notas periodísticas que exploran el asunto a profundidad permiten conocer la lenta gestación de esa aparente irregularidad del nombramiento: se explica que desde 1996 hubo pretensiones para incentivar la consideración de la lírica de Dylan como una obra digna del nobel de literatura, asimismo se rememora que figuras como Bertrand Russell o Winston Churchill recibieron el mismo premio, también sin usualmente ser reconocidos como parte del mundo de la Literatura.⁷ De este modo el nobel recibido por Dylan se integra como un momento más en una larga cadena de acontecimientos donde no resulta exactamente un hecho sin precedentes.

Así, 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 un momento dado en que esas condiciones que tenían validez sobre el meme o grupos de memes específicos que serán estudiados como eventos.

Ya antes he presentado la visión de Alessandro Baricco, quien al hablar de los *bárbaros*, designa a aquellos individuos que no 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. Desde luego, como señala Rossana Reguillo, los bárbaros “irrumper en la sociedad del siglo xxi para trastocar los sentidos fosilizados, operación no exenta de violencia pero que en términos generales ocurre muy lejos de las ‘trincheras’ tradicionales” (Reguillo, 2012: 38). Al referirse a las trincheras tradicionales, Reguillo indica que los bárbaros, los nuevos argonautas del sentido

⁷ Véase las noticias de Navarro (2016) y Altares (2016).

no suelen recurrir o guiarse por las instituciones que antes regían y pautaban las formas de entender la realidad –lo que coincide con las intenciones de De Certeau 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–, por ejemplo: no se busca solamente escuchar a los cantantes que la radio propone, sino que se puede oír la música de cualquier tiempo y cualquier lugar, gracias a que Internet permite llevar a cabo esa clase de exploraciones.

1.3 MEMES DE LITERATURA: UN PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Richard Dawkins, quien aportó la idea de meme (1976) reconoció ciertos rasgos propios de estas entidades: fecundidad, longevidad y fidelidad en la replicación. Los rasgos eran tres aproximaciones para entender y analizar al meme, 1) desde su dimensión de popularidad o expansión en un momento dado, 2) su existencia temporal y 3) la variación de su forma al ser reproducido. Considerando el deseo de conocer el proceso de la replicación cultural, las tres vías de análisis sugeridas por Dawkins son las pautas principales a que me atengo, ya que para conocer su éxito (qué tan numeroso o reproducido) se halla un meme, busco explorar su fecundidad; el deseo de saber desde cuándo existe y cuándo ha dejado de ser mencionado, es buscar su longevidad; finalmente, para saber cuáles y cómo son sus variaciones, se trata con la fidelidad.

La pregunta que origina la investigación es: ¿Cuáles son y cómo operan las condiciones socioculturales en la replicación de Memes producidos y puestos en circulación por internautas en la página de Facebook, Memes Literarios? 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 social de condiciones socioculturales en que los sujetos, algunas veces, pueden llegar a desestabilizar los esquemas dominantes de apropiación de un discurso institucional.

Para esta investigación, el objetivo general consiste en identificar y analizar las condiciones socioculturales de replicación de contenidos producidos y puestos en circulación por usuarios de Internet en la página de Facebook, Memes Literarios. 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 Memes Literarios; por otro lado es necesario reconocer y entender, mediante el análisis de los rasgos del meme que

plantea Richard Dawkins en los contenidos que más replican los usuarios de Internet en Memes Literarios, las condiciones socioculturales que se involucran en sus procesos particulares de replicación.

Antes de finalizar esta sección conviene poner atención al concepto que aporta Sara Cannizzaro (2016) respecto a los memes y que se vincula fuertemente con la fidelidad: la traducción. La autora cuestiona que comúnmente se aprecia al aspecto de la fidelidad que mencionaba Richard Dawkins como algo que puede verse a través de la replicación, pero ella sugiere que más que replicarse, los contenidos van cambiando y siendo modificados de formas activas de una versión a otra entre sus múltiples transmisiones, por eso ella prefiere reconocer ese proceso como traducción.

CAPÍTULO 2. MEMES EN INTERNET: ESTADO DE LA CUESTIÓN

Para la construcción de un estado de la cuestión acerca de los Memes de Internet en Comunidades virtuales, procedí a explorar desde la bases de datos EBSCO, SAGE, SCIELO y REDALYC. Mi aproximación fue como se detalla a continuación: 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, asimismo, tuve el criterio de considerar 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, 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 probaron ser de utilidad.

Luego de constatar que la mayoría de mis resultados venían de EBSCO, decidí emprender una nueva búsqueda que escapara de los términos elegidos con anterioridad, y opté por buscar INTERNET MEMES asociado con los descriptores STUDY OF MEMES, y por otro lado SOCIAL MEDIA. Esta estrategia fue bastante útil pues aportó más resultados, de los cuales 12 fueron de utilidad.

Como resultado de las exploraciones bajo estos términos tuve un total de 471 resultados de los cuales 31 fueron pertinentes para mis intereses; distribuidos así: 124 artículos de EBSCO, 90 de SAGE, 246 de Redalyc y 43 de Scielo; de igual modo, obtuve 34 resultados útiles en las siguientes cantidades, respectivamente: 22, 5, 6 y 1; al excluir los resultados repetidos y las publicaciones que carecían de acceso libre, el número de publicaciones se redujo a 27. El resumen de mis indagaciones se puede resumir en la Tabla 1, donde presento las categorías exploradas.

TABLA 1. Registro del proceso de búsqueda y resultados obtenidos. Las partes en rojo señalan las búsquedas por artículo y sus correspondientes hallazgos pertinentes.

EBSCO 22	SAGE 4	REDALYC 6	SCIELO 1
	MEMES DE INTERNET		
MEME 44,710 [Título] MEME 1,812	MEME 306 [Título] MEME 15	MEME INTERNET MEME	MEMES 34 -1 MEMES DE INTERNET 0
[Título] INTERNET MEME 23 - 7	MEME & LITERATURE 497	(Revistas de Comunicación) MEME 246 - 6	MEME & LITERATURA 6 0
MEMES & LITERATURE 2,858	INTERNET MEME & LITERATURE 42 -3	MEME & LITERATURA 2492	
INTERNET MEMES & LITERATURE 4 -1 INTERNET MEMES & STUDY OF MEMES 31 - 6 INTERNET MEMES & SOCIAL MEDIA 49 - 6		MEME & LITERATURA & REDES SOCIALES 6514	
	COMUNIDADES VIRTUALES		
VIRTUAL COMMUNITIES OR ONLINE COMMUNITIES 7,802	VIRTUAL COMMUNITY 2,667		COMUNIDADES VIRTUALES 3 -0
VIRTUAL COMMUNITIES OR ONLINE COMMUNITIES & MEMES 16 0	[Título] VIRTUAL COMMUNITY 9-0		COMUNIDADES EN LÍNEA 0
VIRTUAL COMMUNITIES OR ONLINE COMMUNITIES & SOCIAL MEDIA 1,520			
VIRTUAL COMMUNITIES OR ONLINE COMMUNITIES & SOCIAL MEDIA & MEMES -2	VIRTUAL COMMUNITY & HUMOR 69		
VIRTUAL COMMUNITIES OR ONLINE COMMUNITIES & SOCIAL MEDIA & LITERATURE AND ART 3 0	VIRTUAL COMMUNITY & HUMOR 48 -1		

2.1 REPLICANTES EN INTERNET

2.2.1 NUEVOS ALFABETISMOS

En el estudio “A new literacies sampler”, Michele Knobel y Colin Lankshear (2007a) comparan ideas de alfabetismo –*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 la 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 sus procesos de comprensión.

La primera definición alternativa de alfabetismo que se emplea es la de Gee de 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, pero solamente 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 el discurso lo ve 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.

Para Knobel y Lankshear 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)” (como se cita en 2007a: 4). Los autores comentan también las ideas de Scribner y Cole, quienes ven el alfabetismo como prácticas socialmente organizadas que usan sistemas de símbolos y una tecnología para producirlos y diseminarlos; Brian Street, por su parte, define las prácticas de alfabetismo como formas particulares de pensar y hacer lecturas y escrituras en contextos culturales (Knobel & Lankshear 2007a:4).

Los autores afirman que, visto desde una perspectiva sociocultural, se puede entender como formas de alfabetismo las prácticas de usar (hacer y leer) blogs, fanfics, podcasts, vodcasts, 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*, 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 (Knobel & Lankshear 2007a: 6-8).

Los autores 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.

Considerando lo que Guillermo Orozco Gómez (2011) llama una *condición comunicacional contemporánea* –el empoderamiento de las audiencias frente a los medios tradicionales de comunicación, debido a las tecnologías disponibles en la actualidad– y lo que Carlos Scolari (2009) considera un *desfase* –las ventajas que ofrecen las nuevas textualidades que permiten salir de la linealidad de los textos convencionales–, se puede pensar en cierto consenso con la novedad de lo técnico y en el ethos de las formas en que el sentido se genera y se comprende socialmente, sin embargo, aunque la “novedad” designa un proceso de cambio sociohistórico que Knobel y Lankshear defienden/definen, parece a un tiempo posar una mirada de olvido o negligencia a tal dimensión social e histórica que, en cambio, la idea de *desfase* de Scolari busca tenerlo presente: la *novedad* existe como recuperación de atributos de la interacción humana que en momentos particulares de la evolución técnica nos fueron vedados por las mismas tecnologías que nos permiten comunicarnos, y aunque el análisis de Scolari presta particular atención al libro impreso o códice, este razonamiento fácilmente puede relacionarse con el teléfono convencional, el correo convencional y demás artefactos que Internet como herramienta y la Web 2.0 como entorno han vuelto obsoletos.

Me parece de gran relevancia la noción de alfabetización, empleada como acercamiento a los nuevos repertorios de comunicación que pueden ser empleados en la actualidad, una tendencia creciente, en tanto que permite observar un proceso de apropiación y diversificación continua de las formas simbólicas que nos permiten enunciar la realidad. Sospecho que esta clase de procesos son los que precisamente suceden cuando empleamos memes en su variedad de modos y formatos para dar a conocer algo o difundirlo entre las posibles vetas *online* y *offline*, cada vez que se comparte un meme se va consolidando más su naturalidad para comunicar e incluso presentar agendas temáticas particulares.

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 del estudio se hace sobre las imágenes macro, para analizar y demostrar sus rasgos así como su correlación con el marco de 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, que no solo requieren habilidades tradicionales de comprensión de lectura.

Procházka se apoya en las nociones de Knobel y Lankshear que definen los nuevos alfabetismos como nuevas formas reconocidas de generar, comunicar y negociar contenidos significantes a través textos codificados dentro de los contextos de participación en los Discursos; el concepto de Discursos se retoma de Gee, 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 el producto de nuevas tecnologías y sólo recientemente han sido desarrollados y se ha aceptado que tienen poder descriptivo y explicativo con 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 así como 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 y sus términos derivados, fidelidad, fecundidad y longevidad, sin embargo, el texto deriva a Davidson para llegar directamente al concepto de meme de Internet como partícula cultural símil 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, pues según Granovetter, 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 EL MEME COMO SIGNO

Entre los hallazgos de la exploración de investigaciones acerca de memes de Internet destacan el trabajo de Sara Cannizzaro (2016), quien 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 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*.

En su trabajo, Cannizzaro 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 “(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*.” (2016: 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 más importantes aportes de Canizzaro 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 tal clase de creaciones colectivas.

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, lo grotesco carnavalesco de Bajtin, 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 la 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, sin embargo, me parece que la autora examina muy brevemente la propuesta de Dawkins 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, que 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, 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.

Al respecto de las conclusiones de Zayas, si bien el humor puede considerarse una especie de sentido compartido, la capacidad de replicación de los memes implica que si un meme en particular presenta impedimentos –como el hecho de necesitar un tipo de conocimiento especial para poder acceder a su entendimiento–, probablemente ese meme no va a ser muy próspero, lo que Dawkins llamaría un meme no exitoso, y condenado al fracaso a menos de que el meme pueda, en alguna de sus transformaciones o traducciones, enmarcarse en una secuencia más amplia de experiencias (Baricco, 2009), por lo que si el humor no puede ser universal, por lo menos debe intentar serlo; en cuanto a la difusión masiva de los memes que señala Zayas, ella inicialmente declaraba que su estudio trataba de entender el humor en sitios de socialización integrados en red, y como habla de difundir los memes desde usuarios o en comunidades particulares, no hay tal difusión masiva, sino reticular –como la llamaría Scolari (2008)– debido a la forma de los contenidos que favorece su distribución –*spreadable media*, según Jenkins, Ford & Green (2013)–.

El trabajo de Procházka (2016) explora la capacidad cohesiva de 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 la estereotipación como 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 Carlos Díaz en su trabajo de 2013, quien considera que el meme de Internet es una unidad de información (idea, concepto o creencia) 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, 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, 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 maldibujadas 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 sátricas de las relaciones diplomáticas y geopolíticas entre las diversas naciones. Estas caricaturas originalmente aparecieron en la sección “internacional” de un tablero de imágenes germanoparlante en línea llamado Krautchan.

Procházka cita de Preece que una comunidad virtual consiste 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 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 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 de 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 diseña; 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 intragrupales, 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 un cultura globalizada, descrita como la simultaneidad de tendencias particularizantes y generalizantes a la vez – mediante el análisis de memes de Internet contruidos a propósito de la tensa situación del anime y manga 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 de Acompañamiento de la Juventud (*Green Dam Youth Escort*, en inglés). La creación del software, relata la autora, causó una gran desaprobación por los fanáticos de esas producciones japonesas y llevó a la creación de la Green Dam Girl, un personaje al estilo del manga pero configurado como representación del software de censura.

Saito explica que *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: 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 (2017: 147).

Es curioso que con todo y las implicaciones políticas y de agencia de los usuarios que involucra Green Dam Girl, se reconozca el humor como elemento consustitutivo de los memes, sin que por ello la función política se vea disminuida. A partir de esto podemos establecer asociaciones con los otros estudios hasta este momento comentados y notar la continuidad de la necesidad del humor, o más bien el potencial que el humor dota a un contenido para situarse en aquello que antes llamé *proceso de meme*.

2.1.5 EL MEME COMO MEZCLA

Una trabajo que explora las formas de difusión y creación cultural es el artículo de Xu, Park, Kim, & 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, así como los de Burgess y Green, 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: 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, 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.

Como ya he señalado, la noción de viralidad y meme que observan Xu, Park, Kim, & Park es apenas un desdoblamiento de la teoría original del meme de Richard Dawkins y, a mi parecer, la visión centrada en los contenidos y remezclas parece restar importancia a su puesta en circulación que se entendía como de persona a persona; no es de sorprender entonces, que se hable de la influencia de los contenidos en los usuarios y de la relevancia que aún tienen los medios masivos tradicionales. La particular directriz del ecosistema memético no es otra que la difusión, y aunque hay cierto reconocimiento de la creatividad de los remezcladores, la intención de predecir el éxito de la difusión de un contenido simplifica la comunicación, entendida como difusión, a una mera transmisión de contenidos.

2.1.6 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 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 aciertos de esta investigación es la realización de un estado del arte, pese a que algunos de sus referentes estudiados provienen desde momentos en que Internet no era de uso común en partes del mundo como México –del año 1996, por ejemplo, sin considerar las aún presentes brechas tecnológicas hacia 2015, año en que se publica el trabajo–, además que hay un constante elogio de las capacidades de Internet para albergar y motivar la transmisión de memes cuando que muchos referentes que dan sentido a los memes han sido dados a conocer por medios de comunicación externos a Internet, como la televisión o el cine, y parece no tomarse en cuenta el papel de estos otros medios en los procesos comunicativos que involucran a los memes. Afirma Arango Pinto 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”.

No obstante, adoptar la idea de *desincorporación* –posibilidad de tomar aspectos de una cultura hegemónica y usarlos de manera subversiva– de John Fiske en un intento de aportarle

al estudio un enfoque sociocultural, al momento de analizar las posibilidades pedagógicas de los memes, el autor no deja la misma mirada que examina el estado del arte, valorando las capacidades de Internet y limitando 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; la visión del autor pasa por alto el principio de desincorporación y, como si buscara fundamentar algo como una incorporación, menciona la necesidad de competencias específicas e instrucción para la generación de memes, algo que contrasta mucho con la pretendida desincorporación; además, sugiere que los memes *hechos en clase* sean construidos de modo que no lastimen susceptibilidades ni burlen directamente a otros individuos, algo que, irónicamente, puede verse como un tipo de censura.

En su trabajo “Online Memes, Affinities and Cultural Production”, Michele Knobel y Colin Lankshear (2007b) buscan 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 alfabetismo en “A new literacies sampler” (2007a); sin embargo, es en este capítulo donde presentan su concepción de memes de Internet: ellos respetan los postulados de Richard Dawkins 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 & Lankshear 2007b: 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, su criterio fue que hubiera la posibilidad de rastrearlos mediante informes de prensa o registros en enciclopedias de Internet, la no inclusión de sitios cuyo 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 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 el intercambio de conocimiento que se distribuye y está disperso en muchas personas” (como se cita en Knobel & Lankshear 2007b: 207).

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 la 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.

Aunque la pretensión del estudio de Knobel & Lankshear era mayúscula, los criterios establecidos para localizar los memes para analizar fueron muy pertinentes en tanto que no pretendían designar cómo reconocer un meme, sino valerse del reconocimiento antes dado a los discursos particulares que luego ellos llegarían a establecer como su muestra, el criterio de recurrir a la prensa es algo a lo que Julián González (2014) reconoce amplia validez, siempre que se considere que la acción de los medios de comunicación es potenciada por el grueso de los individuos que no participan directamente en ella, sino que generan comunicaciones donde los medios no se ven involucrados directamente. Desde la perspectiva de mi trabajo, los hallazgos de estos autores viene a ser una confirmación de la pertinencia del estudio que realizo, ya que lo que se reconoce en Memes Literarios como memes no son cualquier clase de contenido, sino imágenes con yuxtaposiciones anómalas e inesperadas donde se suelen referir aspectos de cultura popular cifrada en códigos de humor; es decir, el

tipo de contenido que idealmente puede volverse un *proceso-de-meme* según Knobel y Lankshear, alcanzando una popularidad y una gran difusión en su replicación – convirtiéndose en lo que González (2014) llama un *evento viral*, un evento que ha sido ampliamente difundido en diversos contextos y goza de reconocimiento–.

2.1.7 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 que precisamente porque los efectos, o los significados que transmite n 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 (2017: 20).

La relevancia de los memes es una noción importante para McNeill, 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; ella afirma que, pese a la existencia de un sinnúmero de memes con temas *frívolos*, hay otros que abordan complejos problemas sociales (21).

El valor de la consideración de los memes como forma de folclor innegable pues enmarca el fenómeno en una secuencia de continuidad del desarrollo de la cultura que, podría decirse, es la apuesta de Dawkins al sugerir la existencia de esas moléculas de cultura, símiles de los genes, ya que el uso de multimedia y las posibilidades reticulares de las redes informáticas que al día de hoy nos conectan, abren paso a otras formas, modernas en cuanto a sustento técnico, pero comunes a los procesos culturales de cualquier época.

2.1.8 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 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 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 texto⁸ 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 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 en torno a las prácticas culturales cotidianas que son una esfera significativa tanto para reproducir como para cuestionar ideologías dominantes. Apoyado en Fiske, 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 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, el autor reconoce a los memes como una herramienta popular para el comentario de aspectos sociales, políticos, culturales y de consumos. Así, compartir memes se aprecia como una práctica social de redistribución de textos culturales que pueden reproducir y/o cuestionar ideologías dominantes, considerando que ideología, como lo señala Nowak citando a Grossberg, 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,

⁸ En un sentido amplio: un objeto cultural.

esto prueba las acertadas intuiciones de Benkler en su trabajo de 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 Nowak “una completamente nueva modalidad de experimentar los medios (y la cultura) para la que el término audiencia de repente se ha vuelto sorprendentemente inadecuado”.

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?, considerando 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 antes mencionado, se enlaza con el concepto de *multipliers* (referido al trabajo de McCracken de 2009), vistos como “aquellos que se apropian de cualquier tipo de producto y sobre él son capaces de construir un proceso cultural en el que el contenido inicial es solo el punto de partida” (Dafonte; Martínez, 2016: 510). Es a partir de los *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”.

El interés por la cualidad de compartibilidad la motiva la exploración de lo que los autores atribuyen a Watts, Peretti y Frumin en su trabajo de 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 (cuya acuñación se adjudica a Freyd en su publicación de 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 Jenkins *et al*, o McCracken. 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.

El trabajo de Mazambani, 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 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 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, para quien el meme es una especie de popular chiste que va ganando influencia mediante su transmisión en línea, y Shifman, quien ve en el meme una partícula de cultura popular que está sujeta a la manipulación, imitación y flujos de transmisión que le proporcionan 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 en su trabajo de 1996, donde se 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 Mazambani *et al* atribuyen a Heylighen: 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 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 en torno a la existencia de normas en los grupos, normas que según Postmes, Spears y Cihangir en su trabajo de 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 posts 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 un miembro de bajo estatus tiende 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. Esto podría verse como una especie de sugerencia para el trabajo que desarrollo en mi investigación.

El trabajo de Michelle Coscia (2017) titulado “Popularity spikes hurt future chances for viral propagation of protomemes”, y con el subtítulo “Once a meme gets popular, it will have to evolve to keep being popular”, somete a prueba precisamente la hipótesis de que un meme necesita cambiar su forma para mantenerse popular una vez que ha alcanzado la popularidad. El estudio Coscia 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, un 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.

2.1.9 MEMES COMO GÉNEROS

El artículo de Shifman (2014) 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 una gran multiplicidad de versiones de un meme se pueden conocer en muy poco tiempo.

Shifman toma de Orliowski y Yates 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 vernacular” señala la autora citando a Burgess, sino que ahora hay una verdaderamente visible cultura pública.

La mención de los géneros viene a colación cuando Shifman presenta los géneros que son el 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 operabilidad. 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 aquellas que no han sido intervenidas mediante programas informáticos de manipulación.

La orientación prospectiva es la consideración de que las imágenes que se toman 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, como la cualidad de no solo funcionar semánticamente sino como una función autónoma que se relaciona con las técnicas de manipulación simbólica, disseminación 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 amalgamiento de cultura participativa y fotografía digital.

2.2 COMUNIDADES Y REDES DE SOCIALIZACIÓN EN LÍNEA

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, 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 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 EUA, 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.

Hay un carácter determinista que puede notarse en la justificación psicológica del estudio, como generalización excesiva de los rasgos supuestamente culturales, además de que, precisamente un autor indio, Arjun Appadurai, invita a pensar en la actualidad del mundo en que vivimos como una fragmentación del espacio, pues para él, la continuidad de las afinidades 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 (2001).

El estudio de Muralidharan, La Ferle, & Sung reconoce la repercusión de lo social en la construcción del individuo, pero parece ignorar que los individuos también construyen lo social en cadenas interminables de interacciones e intercambios simbólicos, por lo que del ir y venir que concatenan a los individuos como *cultura*, pone el acento en un solo movimiento; sin embargo, el estudio confiere también un sentido de localidad y particularidad a las interacciones, al apostar por formas específicas de apropiarse e interactuar no sólo entre pares, sino *con* la tecnología.

2.2.2 FACEBOOK PARA EDUCACIÓN Y TRABAJO COLABORATIVO

El interés del trabajo de Francesc Llorens Cerdà y Neus Capdeferro Planas (2011), gira en torno a las posibilidades que la plataforma 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 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. (Como se cita en Cerdà, F., & Planas, N., 2011: 200).

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 proporciona de forma nativa audio y video de forma bidireccional (Cerdà, F., & Planas, N., 2011: 202-204).

Si bien se puede argumentar que varios aspectos técnicos denunciados aquí han quedado rebasados por las capacidades actuales de la plataforma –y que el estudio fue publicado en 2011–, otros varios permanecen intactos y sólo mediante ciertas aplicaciones hermanadas se puede gozar de ellos, por lo que la petición de hacerlos *nativos*, sigue vigente.

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 existen exigencias de control de tiempo, organización de la información y flexibilidad con la gestión de actividades.

2.2.3 TIPOLOGÍAS

En el trabajo “Matriz metodológica para análisis de comunidades virtuales”, Antonieta Rocha y Alda Pereira (2017), se avocan a la construcción de una matriz que pueda usarse para analizar comunidades virtuales en general, sustentada en las ideas de Etienne Wenger 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, 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 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. Aquí puedo añadir a lo que Downes designa comunidad que hay una noción de sentido compartido, que es producido en colectividad a través de la comunicación.

El trabajo comprende estudio de casos según la metodología de Yin, 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, implicando que para

comprender debe dedicarse suficiente tiempo, aunque, para evitar asunciones erróneas, la función de la triangulación es vital.

Desde mi análisis inicial de Memes Literarios, empleando la matriz de estas autoras, pude notar la agudeza y lo completo de sus indagaciones en torno a una comunidad de práctica, ya que fuera de las interacciones en la página, las cuales planeé abordar de modos particulares, el uso de la matriz de análisis fue provechoso y me impulsó a reconocer de forma reflexiva cuestiones subyacentes en la comunidad explorada.

En el trabajo “Memes em weblogs: proposta de uma taxonomia”, Raquel da Cunha Recuero (2007) propone una taxonomía de memes de Internet basada en las ideas de Richard Dawkins, Susan Blackmore y autores como Heylighen, Bjarneskans, Gronnevik, y Sandberg 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 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 encuentran un ambiente propicio para los memes.

Derivado de las implicaciones teóricas que advierte Heylighen, 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 se apoyó en el estudio de Degenne y Forsé, así como en el de Scott, para determinar 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 lo que afirma Heylighen, 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.

En el caso de la primera observación que realicé en Memes Literarios, la taxonomía de da Cunha me resultó de utilidad para clasificar los memes que pude encontrar y empezar a reconocer las relaciones e implicaciones de ciertas formas de memes en las dinámicas socioculturales que operan en la página, por lo que creo poder aplicar directamente algunos de los elementos que este trabajo aporta.

2.3 REFLEXIONES DERIVADAS DEL ESTADO DEL ARTE

A partir de la revisión de la literatura disponible sobre memes de Internet, puede notarse que aún cuando muchos trabajos consideran las teorías y conceptos de la memética, pocos abordan los memes desde perspectivas de estudios culturales. Existen dos tendencias generales, una es la exploración de memes en su conjunto, con la 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 el de Shifman o el de Mazambani *et al* se permiten desplazarse en ambas direcciones, efectuando exploraciones situadas e incluyendo una perspectiva abierta que incorpore nociones de construcción social de realidad y sentido. Es con base en esta revisión de los trabajos dedicados al área de estudios centrada en los memes y sus entornos inmediatos que me percato de la importancia intrínseca

en la realización de mi investigación cuyo aporte se dibuja ya en las sugerencias que Mazambabi *et al* expresan a propósito de la reflexión de la replicación de contenidos *online*.

CAPÍTULO 3. EL MUNDO EN UN BIT: MARCO TEÓRICO

En este apartado expongo las directrices y el andamiaje teórico que ha de articular las prácticas involucradas en la realización de la presente investigación. Designaré las consideraciones, supuestos y preguntas guía, además de las formas en que se entretajan para dar sustento y cabida a nuestra propuesta respecto a los memes de Internet de contenidos Literarios. He organizado los apartados de modo que parten de experiencias o razonamientos que sitúan los memes y los otros componentes de nuestro estudio, en diálogo con los debates teóricos relevantes de tales situaciones.

3.1 MEMES COMO ESPACIO DE CULTURA

Originalmente, cuando presentó la idea de los memes como símiles de los genes, Richard Dawkins 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, en su propuesta, Dawkins se abstuvo de tratar de describir lo que para él sería la cultura, y simplemente apeló a ella en su forma más general posible a través de serie de sustantivos que iban ilustrando la continuidad de lo que para el autor podría intervenir 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, 2006: 190). La aparente indefinición de Dawkins puede ser tal vez más un acierto que una carencia en su 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* –por su dificultad de definición o las múltiples acepciones que entraña el uso del concepto– de la cultura, el trabajo de Raymond Williams es un referente común y relevante: para Williams, *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; en tercer término, *cultura* designa las obras y prácticas de actividad intelectual y especialmente las artísticas (1983: 90). Hablar de cultura según Williams resulta entonces una mezcla de las tres precisiones

anteriores, es decir, un *proceso social total* –un proceso global constituyente de la realidad mediante el cual los seres humanos definen y configuran sus vidas– (2000: 129), ya que la cultura comprende los objetos que se producen y los modos de hacerlos, incluyendo también las contradicciones desde las cuales se han desarrollado sus modos y objetos.

Cultura como un proceso social total implica una gran apertura hacia pensar en la totalidad integral de procesos que incluyen las distintas fases del desarrollo intelectual y estético de una sociedad, también los modos de estar y ser en el mundo, además de las prácticas y obras particulares que se han producido, 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 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– (2000: 129) para abordar el espacio de tensión donde, precisamente, podría pensarse en un desarrollo o evolución cultural que sobrepase a su contraparte genética. Más adelante retomo la noción de este espacio de evolución, en cuyo centro, para la visión de Williams y para otras que, aún distantes del marxismo, reconocen una cuestión de conflicto.

Otra aproximación importante sobre la cultura es la de Clifford Geertz, para quien este concepto se ve como una *jerarquía estratificada de estructuras significativas*, es decir, antes 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). Al respecto de lo que aporta Geertz, Gilberto Giménez acota que esta particular idea de cultura puede ser expresada como “el interjuego de las interpretaciones consolidadas o innovadoras que se hallan presentes en una determinada sociedad” (2007: 33).

La visión de Geertz enfoca la cultura como un gran marco de interpretación de la realidad, cuyos productos en realidad son aquellas interpretaciones (modos de hacer, objetos y prácticas, por ejemplo) ya existentes o *consolidadas* que entran en continua tensión y competencia con interpretaciones que antes no existían y son *innovadoras*; es de entenderse que aunque Geertz 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 una continuidad de este proceso de interpretaciones a una diversidad de escalas y velocidades (y podríamos pensar que a esto se refiere el señalamiento de Dawkins cuando habla del vertiginoso movimiento de lo cultural que supera a la evolución genética).

Por otro lado, Gilberto Giménez hace una serie de observaciones a la concepción de cultura de Geertz: 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, puesto que se halla en todo el espectro de acción humana.

La segunda observación de Giménez 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 según Geertz, conlleva inherentemente las finalidades y propósitos de quienes participan.

En tercera instancia, Giménez 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* (2007: 34-35). En este sentido, la idea de Geertz implica que, en la cultura humana como totalidad, hay demarcaciones o modos relativamente independientes entre sí, pero que observan principios fundamentales coincidentes en general.

Si Williams aportó que la hegemonía implica un juego de intereses imbuidos en el proceso social total, Geertz aquí señala 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 indica, no a 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.

Otro importante acercamiento al estudio de la cultura es el de John B. Thompson, quien parte de un análisis histórico en torno al debate sobre lo que es la cultura, él fundamenta su idea sobre el referente de la concepción antropológica simbólica de Geertz, y propone una visión que llama *estructural*. Para evitar la asociación con la corriente del estructuralismo, Thompson 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.” (1990: 198). Al hablar de los rasgos internos de las formas simbólicas, el autor 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 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

interacción de Pierre Bourdieu, 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.

Usar el concepto de *campo* le permite a Thompson 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 (1990: 212). 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 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. El autor 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 (1990: 213). La estructura social entonces viene a ser el conjunto general de campos con sus instituciones y sus reglas, espacios determinados por lo que Geertz 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 y que tienen posibilidad de perdurar.

Preguntar en este punto por las condiciones socioculturales involucradas en los memes de Internet presentes en Memes Literarios conlleva buscar y reconocer, según Geertz, las interpretaciones consolidadas y sus contrapartes, las interpretaciones innovadoras que inciden en la sociedad conformada en ese sitio; en términos de Thompson, se requiere determinar las asimetrías presentes en las relaciones y los referentes compartidos en el sitio. Sin embargo, ¿cuáles son las asimetrías estables, o cuáles son las interpretaciones consolidadas y las interpretaciones innovadoras en Memes Literarios? Inicialmente, se tiene

que la institución cultural preexistente a los memes de este sitio es la literatura, con sus propios marcos interpretativos consolidados; el espacio (o el momento) donde la literatura coexiste con los memes de Internet, pone en claro que éstos resultan más recientes y no reconocidos de facto como una institución, pero es innegable su carácter como “algo propio de Internet”, con las implicaciones del reconocimiento de que su existencia en la red de redes les posibilita una posición central en la actualidad respecto al sinfín de procesos sociales y culturales que se llevan a cabo en el espacio digital y aún fuera de éste.

El marco conceptual de Thompson –escenarios espacio-temporales, campos de interacción, instituciones sociales y estructura social– permite, según afirma él, captar los rasgos sociales de los contextos en los que actúan e interactúan los individuos, y aclara que esos rasgos no son solo el medio en el que ocurre la acción sino además son constitutivos de la acción. En este punto, se puede notar que Thompson se aproxima a la noción de agencia de Anthony Giddens al decir que los rasgos contextuales de la cultura no son solo restrictivos y limitativos, sino también productivos y facultativos (Thompson, 1990: 213).

Respecto a la agencia, Giddens 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” (1986: 9). Así, al reconocer las asimetrías estables e interpretaciones consolidadas o innovadoras en Memes Literarios, se 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 se perciben esos memes, en el entendido de que, por un lado, estos procesos se instituyen también como condiciones previas para las futuras replicaciones de memes de Internet, e igualmente, que es a través procesos previos similares 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 potencialmente muy difícil de rastrear.

El reconocimiento de las asimetrías en Memes Literarios debe permitir apreciar las tensiones entre la Literatura (como institución) y la apropiación de sus referentes, explicitada en los memes de Internet. ¿Están a la par las dos instancias, literatura y memes de Internet, en la confrontación que supone el meme como espacio de encuentro de la cultura pop y la cultura letrada? Si bien, la pregunta es obvia, la respuesta no lo es tanto; aunque la yuxtaposición e integración de elementos en el meme (contenidos, formas de interpretación y esquemas

culturales diversos) es algo evidente, no se puede afirmar a la ligera que ahí en su espacio de acción un elemento tenga primacía por encima de los otros, e incluso, de tenerla en un caso particular, sería arriesgado pensar que ese caso manifiesta la generalidad de los memes. Una hipótesis más precisa acerca del meme como espacio comunicacional-cultural tan vivo, cambiante y dinámico como las prácticas que le dan sustento, sería que tal vez el estado de tensión (entre los elementos que se yuxtaponen e integran en su interior) podría ser parte inherente de la naturaleza misma del meme, debido también al impulso de los patrones de comunicación que lo originan, por lo que sería esperable pensar que no existan primacías, o no de forma permanente, al menos.

Hace falta indagar precisamente el aspecto de tensión desde por lo menos dos instancias diferentes relacionadas con el meme: la primera sería al interior del meme, que para este caso sería visto como una especie de “captura” 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 asimetrías posibles de los memes de Internet es su entorno inmediato, donde esas *capturas* que son los memes se tornan sus flujos, es decir continuidades de procesos de creación, transmisión, difusión, apropiación, y re-creación, en un interminable ir y venir; desde luego, lo más cercano a la “fotografía” particular que representa un meme serían las posibles opiniones y acciones de quienes lo han percibido, por ejemplo, en una plataforma de socialización en línea. Se entiende que este enfoque de la exploración para comprender al meme como espacio de tensión comunicativa y, por consiguiente, de poder, también se deriva de la incapacidad de abarcar la totalidad del fenómeno comunicativo y los desplazamientos y modificaciones múltiples que ocurren con los memes.

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 a examinar el asunto del poder, que de forma general se asemeja a la agencia de Giddens, 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 (Thompson, 1990: 214).

Según Manuel Castells, 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 (2009: 33). Castells 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 (34); Michel Foucault también aprecia el poder como una situación social estratégica compleja (2007: 113) que es natural a cualquier relación. Para estos dos autores, el poder carece de una ubicación específica dentro de lo que Thompson llama estructura social, ya que en cualquier punto donde haya relaciones asimétricas es posible notar que se ejerza esa influencia que favorezca 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.

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 la posición, tal capacidad no sería conferida. Thompson explica (y tanto Foucault como Williams coinciden en) 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.

También Raymond Williams advierte que un sistema cultural determina rasgos *dominantes* (2000: 143) –en términos gramscianos de dominio, es decir, las formas directamente políticas y coercitivas en momentos de crisis; y de hegemonía, un complejo entrelazamiento de fuerzas políticas, sociales y culturales dominantes–. Los sistemas culturales también pueden poseer rasgos *residuales*, es decir, que han sido formados en el pasado, pero aún siguen vigentes (144), normalmente incorporados o asimilados en los dominantes, y rasgos *emergentes* –que surgen de instancias distintas a las dominantes, pues no son simples renovaciones de los rasgos, sino además son oposiciones y alternativas–, aquellas nuevas prácticas y valores, las nuevas relaciones y tipos de relaciones que se crean continuamente (145).

No debe ser una sorpresa que el tema de los rasgos dominantes, residuales y emergentes que expresa Raymond Williams resulte otra aproximación a los memes de Internet. Ya emití una primera reflexión acerca de la dominación en los memes al hablar de las asimetrías de Memes Literarios, sin embargo, queda pendiente situar las otras dos nociones en el espacio particular del sitio. Inicialmente, podemos pensar que lo residual en Memes Literarios lo constituyen los valores propios del campo de la literatura⁹ (que precede a la existencia de los memes de Internet), mientras que lo emergente es la materialización de una forma de 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 explica¹⁰, y que puede invitar a pensar la comunicación como un conjunto potencialmente infinito de sinapsis entre nodos reticulares finitos, es decir, un rizoma¹¹.

De acuerdo con Williams, 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 emplea Geertz (interpretaciones preexistentes e innovadoras), y por otro lado las que usan Castells y Foucault al referirse al poder (dominación y resistencia) como condiciones de la cultura que refieren a la cultura como un espacio de lucha entre facciones diversas. Así, como explica Thompson, en la estructura social, que aglutina los campos de interacción, se instauran modos predefinidos (pero definibles) de producir, usar y reproducir la cultura. Para la literatura, el esquema dominante no sólo está en pensar cómo se comunica la literatura, sino también en cómo y quién la produce, quién la distribuye, quién la avala, qué valor tiene 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.

Según Williams, ningún sistema social dominante verdaderamente incluye o agota toda la práctica, energía e intención humana. Sea que el autor se refiera a espacios, acciones,

⁹ Prueba de esto es la oposición que Teun A. Van Dijk (1987) presenta a la tradicional idea de comunicación literaria, misma que se expone, por ejemplo, en el trabajo de Ana Esther Eguinoa (2000).

¹⁰ Scolari reconoce como rasgos de los nuevos medios de comunicación las condiciones siguientes: 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) (2008: 78).

¹¹ La noción del rizoma plantea una estructura sin comienzo ni fin claramente definibles, sin ejes y en la que cada punto puede y debe estar conectado con otros (Deleuzze y Guatari, 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: 139).

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, 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.

Se puede apreciar *cultura* como un proceso social total que se puede descomponer en parcelas específicas que se pueden entender usando el concepto bourdiano de campo de interacción, con sus condiciones preexistentes, pero siempre redefinibles, según la agencia giddensiana. En la cultura, existen entonces espacios o situaciones donde las interacciones tienen un alto grado de control o de reglamentación, sea implícita o explícita, sin embargo, hay también espacios donde las estructuras de control se ven más relajadas o quedan como meras sugerencias, a estos espacios los hemos llamado intersticios, aunque también se pueden apreciar como periferias o exteriores.

Un teórico de la cultura quien percibe esas periferias o exteriores como tales es Itamar Even-Zohar, quien mediante su *teoría de los polisistemas* afirma que es de mucha utilidad sobreponerse a la visión de parcelas o 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 valor intrínseco más allá del que perciben quienes los ponen en práctica.

Según Even-Zohar, 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 (2005), 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.

Hay que considerar por un instante las asimetrías posibles que pueden surgir entre los sistemas del campo de la literatura, en el que, posiblemente, el centro sería ocupado por los sistemas editoriales y académicos que dictan cuáles son los cánones para reconocer productos literarios, cómo consumirlos y de qué modos producir sentido literario, sin que eso signifique una permanente coincidencia entre los sistemas editorial y académico en torno a cuál es una obra de *valor*; al mismo tiempo sería posible pensar en los memes de Internet de contenidos literarios como un sistema periférico a la literatura, donde todos los criterios para reconocer, consumir y producir sentido podrían diferir bastante al ser pasados por el tamiz del humor y las características generales de los cibertextos¹² que son comunes a Internet. Sospecho que la vitalidad (el desarrollo o la evolución, como los llamaba Dawkins) de los memes en la cultura se sustenta, para este caso, 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.

3.3 MEMES COMO RELAJO: LA CREACIÓN DE UN INTERSTICIO

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

- 1) Entender lo que es 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.

¹² El crítico Espen Aarseth (lo parafraseo) emplea el concepto de cibertexto para referirse a la organización mecánica del texto (en un sentido amplio) con un principio de producción calculada, dando por sentado que las complejidades del medio son parte integral del intercambio literario. La atención también se centra en el lector del texto, como una figura cuya actuación ocurre toda en un espacio mental, ya que durante el proceso cibertextual, el lector efectúa una secuencia semiótica, y su movimiento selectivo escapa de los varios conceptos que existen acerca de lectura, Aarseth adjetiva esta *lectura* como *ergódica*, término que propone a partir de las palabras griegas *ergon* y *hodos*, “trabajo” y “camino” (Aarseth, 1997: 1). Hablar de un cibertexto de Internet es, por tanto, referirse a “una máquina para la producción de una variedad de expresión” (1997: 2) generada desde los entornos y posibilidades que brinda Internet, justo como un meme.

- 2) 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, lo que no excluye, por ejemplo, la coexistencia de prácticas directamente influenciadas por la literatura y otra clase de prácticas fuera de la influencia directa de la literatura y sus valores, como serían las apropiaciones de referentes literarios que se aprecian en Memes Literarios.
- 3) 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 en la influencia literaria que 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.
- 4) 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 como sistema cultural, podríamos pensar que Memes Literarios se constituye como un espacio de influencia limitada, gracias a la apropiación de referentes literarios que se da en sus memes.

A estas áreas, puntos ciegos o forjados por el cese de las influencias (dominación, centralidad, hegemonía), las he llamado *intersticios*. 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 –*emergentes*, para Williams–. Desde luego, no puede esperarse una falta de relación total con las instancias 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., 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 (Sewell, 1992: 20-21). Lo interesante será 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.

En esta misma línea, Michel de Certeau –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– 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 verdaderamente entra en juego la expresión de la agencia. De Certeau parte de la capacidad de las personas sin jerarquías institucionales de *producir sentido*, esto es, de configurar la realidad–, él teoriza la apropiación 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 (1996: 40), sino que bien pueden rebasarlos, tergiversarlos y dejarlos atrás por completo.

La sospecha de que la vitalidad cultural de los memes estriba 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 estas renovaciones de las prácticas y los sentidos que entran en juego con la literatura.

Una cuestión más a considerar es que la importancia comunicacional de los memes podría estar exacerbada 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, como la literatura, 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 espacio propicio, para la expresión plena de la agencia. Sin embargo, conviene recordar el pensamiento de Williams, desde cuya perspectiva, ninguna dominación abarca el espectro total de la actividad, creatividad y posibilidades de la cultura humana, e incluso a de Certeau, para quien los *escamoteos*, 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 (De Certeau, 2000: 29); esto viene a significar que, probablemente, en vez de que los intersticios den cobijo a la agencia, sea la agencia misma la que promueva la existencia de los intersticios. Además, según Castells y Foucault, 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.

Así, tal vez convendría empezar a pensar en los memes de Internet como fenómenos que, por su naturaleza intersticial –según los términos construidos–, son propicios para la expresión relativamente libre de alternativas a “otras” instituciones cuyas posiciones dentro de la estructura social se establece de formas más rígidas o mediante accesos que siguen protocolos menos flexibles.

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: este autor define el relajo como una ruptura de la seriedad. 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 (1984: 18). 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 la respetamos y producimos una ruptura (es decir, una discontinuidad de la influencia de aquel valor) se podría estar generando una implícita invitación al desacato y a la reacción no pasiva ante aquel valor; 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.

Según de Certeau que el uso de los bienes y repertorios culturales no implica entonces 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. A estas nociones se suma Rossana Reguillo Cruz cuando enarbola el concepto de *estrategias del desencanto* (2000) 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” (2017: 42). Es decir, que el uso alternativo de los repertorios culturales puede ir motivado por desconfianza o la percepción de hostilidad en los modos sugeridos de uso de las formas simbólicas.

En términos de Castells, 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, implica que el relajo surgido genera por lo menos de forma temporal una condición o un espacio intersticial 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.

Un ejemplo contundente de la ruptura de la seriedad sería 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” (2003: 59), el medio para la expresión del arte dadaísta eran “materiales heteróclitos, triviales, pobres, y de desecho para lograr un intrincamiento completo de registros entre el arte y la vida” (59). Lavaniegos 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.

Podemos 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 las *imágenes de humor* es en Internet, y es ahí donde necesitamos observar los trazos también inscritos de las acciones y reacciones alternativas a los valores dominantes de la cultura, donde se gestan algunas de las nuevas formas de pensar y hacer la sociedad y la cultura.

El desplazamiento de los referentes literarios de los memes en Memes Literarios podría ser visto tan osado como los *readymade* dadaístas, con su acto de designación que saca al objeto trivial de su contexto habitual (la cultura pop) y lo dispone a un revestimiento polisémico de inéditas codificaciones y extrañamientos. No pretendemos aquí dibujar a los memes literarios como sitio insignia de las revoluciones artísticas del ciberespacio, pero sí vislumbrar cómo la discontinuidad que genera la ruptura de la seriedad podría suponer una marcada diferencia para las prácticas de la apropiación de literatura antes y después de los memes de literatura.

3.4 MEMES COMO LUGAR DE COMUNICACIÓN

A partir de la revisión sobre la cultura hecha anteriormente, se hace necesario aclarar el papel que juega la comunicación con respecto a la cultura, para ello nos remitimos a Klaus Bruhn Jensen (2012), quien reflexionando sobre las ideas de James Carey acerca de la comunicación (como una transmisión y como un ritual), sugirió que, si la comunicación es una actividad de corto plazo, la cultura es su resultado a largo plazo. La sorprendente sencillez y el atino de ese aforismo de Carey puede evidenciarse si se recuerda el acercamiento de Geertz a la cultura; desde sus ideas, estudiar la cultura es analizar las formas simbólicas que entran en juego en un sitio dado, a su vez, esas formas se refieren a los procesos sociales y de comunicación que producen significados, los articulan, y permiten interpretarlos.

Si bien gran parte de la historia y de los intereses en los estudios de comunicación se han centrado en los medios, Jesús Martín Barbero 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, 1987: 203).

Raúl Fuentes Navarro observa la comunicación como un proceso de producción social de sentido, lo que nos impulsa de vuelta a Williams y la noción de cultura como proceso social

total. También Thompson hablaba de la cultura en términos de intercambios e interacciones cuya moneda de cambio eran las formas simbólicas, y ya adelantaba componentes de la teoría de la estructuración de Anthony Giddens, para quien la capacidad de actuar produce, de forma reflexiva, las estructuras que moldean la acción y éstas a su vez dirigen la actuación humana; así el mundo social se produce mediante el actuar, como obra y como expresión.

La última reflexión invita a ir de nuevo sobre el guiño de Jensen: el mundo social se genera mediante la comunicación (que debe ser más terreno de dudas, debates y tensiones situadas que de certezas), y la cultura viene a ser 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 llamar 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.

Debido a que uno de los problemas de las teorías sobre la cultura ha sido tratar de definir como particular un proceso social total, llegados al 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 un momento 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.” (141), por ello es preciso, señala González, hacer algún tipo de delimitación, ya que la naturaleza de los eventos condiciona que “No es posible una cobertura completa [...] de ningún evento porque son infinitos internamente” (142).

Para ejemplificar un evento mencionaré el anuncio del galardón del premio nobel de literatura de 2016, concedido a Robert Allen Zimmerman, alias Bob Dylan. Pese a que se afirma en

diversas publicaciones lo inesperado de que a un artista musical se le ofreciera un premio que tradicionalmente se concede a escritores, también algunas notas periodísticas que exploran el asunto a profundidad permiten conocer la lenta gestación de esa aparente irregularidad del nombramiento: se explica que desde 1996 hubo pretensiones para incentivar la consideración de la lírica de Dylan como una obra digna del nobel de literatura, asimismo se rememora que figuras como Bertrand Russell o Winston Churchill recibieron el mismo premio, también sin usualmente ser reconocidos como parte del mundo de la Literatura.¹³ De este modo el nobel recibido por Dylan se integra como un momento más en una larga cadena de acontecimientos donde no resulta exactamente un hecho sin precedentes, y en el análisis propuesto se trata de un evento de referencia.

Algo interesante a considerar respecto a los eventos, 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, creador de los eventos multitudinarios y fugaces conocidos como *flash mobs*¹⁴, 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 (2009: 22-23). 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 él refiere como “efecto vagón” (30-31), 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. Lo interesante de los flash mobs de Wasik es la noción de que éstos son: en primera instancia inesperados (nanohistorias (5) en la cultura viral), son fugaces y su propósito es existir y propagarse lo más posible; el autor posteriormente habla de los flash mobs como memes, incluso citando a Richard Dawkins.

Para Wasik, las nanohistorias nacen y mueren, pero no representan fama vacía, sino significado. Eso podría verse equiparado con las nociones de Baricco respecto a los movimientos en superficie que los bárbaros generan para buscar sentido a través de sus

¹³ Véase las noticias de Navarro (2016) y Altares (2016).

¹⁴ Eventos en los que se dan acciones organizadas donde participa una multitud de personas en un lugar público, y que luego se dispersan rápidamente.

experiencias interconectadas. Aunque Wasik habla de muerte de las historias, podría pensarse que 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 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. 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 transmite 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 (2017: 20).

Así, 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, nos referimos a un momento dado en que esas condiciones que tenían validez sobre el meme o grupos de memes específicos que serán estudiados como eventos de referencia.

Ya antes he presentado la visión de Alessandro Baricco, quien al hablar de los *bárbaros*, designa a aquellos individuos que no 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. Desde luego, como señala Rossana Reguillo, los bárbaros “irrumper en la sociedad del siglo xxi para trastocar los sentidos fosilizados, operación no exenta de violencia pero que en términos generales ocurre muy lejos de las ‘trincheras’ tradicionales” (Reguillo, 2012: 38). Al referirse a las

trincheras tradicionales, Reguillo indica que los bárbaros, los 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 intenciones de De Certeau 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–, por ejemplo: no se busca solamente escuchar a los cantantes que la radio propone, sino que se puede oír la música de cualquier tiempo y cualquier lugar, gracias a que Internet permite llevar a cabo esa clase de exploraciones.

Los memes de Internet son, por su naturaleza, un tipo de *sistemas de paso* que involucran en una multiplicidad de dimensiones, acciones colectivas que van formulando y reformando la cultura. Estos espacios pueden ser vistos como intersticiales en más de un sentido, aunque si se enfoca su condición de lugar de la cultura, con seguridad habría varios teóricos contemporáneos dispuestos a afirmarlos como tales. Preguntar por la característica constante del humor es limitar la percepción de los memes a una de sus dimensiones, ya que aún cuando el humor es un rasgo en apariencia común, no es la única función que entra en juego incluso en los memes que parecen destinados a evocar risas. Volver a la imperdible noción de agencia, ese motor de los intersticios, implicaría en este punto recordar las tácticas, y los escamoteos de los que hablaba de Certeau.

El humor en los memes puede 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 relajo 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 al menos lo parece en Memes Literarios.

El humor en el relajo 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 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.

3.5 DAWKINS EN LA WEB 2.0

Cuando Richard Dawkins tuvo a bien especular 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. Pero, ¿cómo sería posible reconocer en memes de Internet (usualmente imágenes macro intervenidas con contenidos de humor) esas cualidades?

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 popularización a futuro. Entonces, para los memes de Internet se puede pensar la longevidad como la duración no del meme sino de sus efectos; en vez de preguntar cuánto tiempo ha existido un meme se debería cuestionar qué tanto han perdurado los efectos de un meme. ¿Y cómo conocer los efectos de un meme? Posiblemente a través del registro de sus referencias. Si un meme logra exitosamente volverse parte de la cultura se esperaría que ese sea entendido como portador de un significado particular al que se haría referencia en una situación determinada. Idealmente se puede saber que el meme aún es actual mientras no haya sido ampliamente sustituido por otro que cumpla esta función o que transmita aproximadamente ese mismo significado.

La **fecundidad** de un meme consiste, para Dawkins, en su 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, está siendo usado por la mayor cantidad posible de internautas. Para apreciar eso se podría 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 es para Dawkins el mantenimiento de la forma del meme, y esta característica explora sus variaciones o permanencia. Desde una consideración actual, pensar la fidelidad consistiría en reconocer si un meme particular se emplea sin modificaciones o si en cambio su uso común consiste en emplearlo como una especie de *plantilla* para dar un mensaje o un significado a partir de ciertas modificaciones. Desde luego, habría que considerar que el uso modificado del meme tendería a la variación pero también a la reproducción de los aspectos clave que refieran al uso, la forma o el significado del meme

“original” aunque se le cambie de contextos y de forma. El límite de la fidelidad es un poco difuso, pero sospecho que podría decirse que la forma de un meme termina donde comienza la de otro; el problema para explicar la cuestión de la fidelidad se daría realmente 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 significado que comparten los diversos memes integrados en tal fusión.

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 disociar objetiva y tajantemente esas características en un meme, debido a que son formas de verbo. Podría intentarse, como menciona Wasik, intentar hallar la fórmula mágica mediante ingeniería memética (2009: 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 (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.

Antes de aportar una última vía de análisis de los memes me permito una breve reflexión. Según Julián González sin el trabajo de lo que él llama *comunicación social no mediática*, una labor que se da

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: 148).

Es decir, 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 los llama González, “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 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 para abordar el *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, 2012: 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; emplearé la replicabilidad simplemente como una escala tentativa 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.

Como una nota final, pese a que la finalidad del acercamiento que planteo mediante replicabilidad no consiste en un mecanismo de predicción de la popularidad de un meme determinado, bien podría ser empleado de esa forma. A pesar de ello, no esperaré yo que tuviera mucha vigencia, ya que la imprevisibilidad de los eventos y su relevancia súbita va de la mano con la incapacidad de abarcar por un seguimiento definitivo, completo e inequívoco de lo que se verá como relevante entre las diversas agencias y necesidades de los internautas.

Resumiendo, 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 *divertidos* les aporta un valor extra que puede favorecer la identificación y la simpatía de quienes los ven.

Visto de esta forma, 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. El peso conjunto de *likes*, *shares*, *tags*, y cualquier clase de reacción/creación en el entorno digital 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 de forma autónoma, pero también en una estrecha y profunda interdependencia con todos los nodos de que se alimentan las mezclas posibles de un meme.

Considerando que ya existen iniciativas que entienden al meme como un elemento de folclor, podría haber 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.

Uno de los más memorables enunciados de Richard Dawkins 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” (1976: 199), es a partir de esto que se puede decir que si el significado lo brindamos nosotros, los internautas, sujetos de sentido, nos toca construir lo importante y negociar con los memes con que contamos para una expresión más acorde con nuestra identidad y realidad, que implica elegir sumarnos a lo popular de una conversación o de un tema. Después de todo, el meme de Internet no es sólo *relajo*, sino también participación en la literatura, en el humor, en la vida social y en la cultura humana, todas íntimamente ligadas.

CAPÍTULO 4. ANDAMIOS: HACIA UNA METODOLOGÍA

La metodología empleada en la investigación presente es mixta; esencialmente se basa en *netnografía* según la describe Robert Kozinets (2015), como una traslación de la etnografía y técnicas de investigación sociológica aplicada al ciberespacio, incluyendo una diversidad de técnicas de minería de datos. En el caso de este trabajo, se ha tenido especial énfasis en la minería, procesamiento y visualización de datos en línea, aunado a un análisis discursivo, basado en los trabajos de Fairclough (1992), Gee (1996); Kress (2003), con la metodología descrita por Knobel y Lankshear (2012), adaptada para la muestra de los memes seleccionados y el trazado de su estructura de grafos para conocer su genética de acontecimientos según lo que plantea Julián González (2014).

4.1 LA MIRADA DIRIGIDA: UN CORPUS Y UNA MUESTRA

Como la plataforma en que se halla Memes Literarios es Facebook, he empleado una herramienta de *scraping*¹⁵ llamada Netvizz, que permite acceder a datos de publicaciones y datos de respuestas a publicaciones. 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 y 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

¹⁵ Esencialmente, (lo parafraseo) 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).

como el número de comentarios y veces que la publicación es compartida, de igual modo se proporciona un enlace directo a ella.

picture	post_id	post_link	post_messag	post_publish	post_published_s	type	comment	engagement	likes_count_f	rea_ANC	rea_HAHA	rea_LOVE	rea_SAD	rea_THANKF	rea_WOW
https://	2525983	https://wv	Desde nuestri	2019-01-17T	17/01/19 22:22	photo	143	13484	1761	2	7356	398	11	0	28
https://	2525983	https://wv	CrV@ditto: Edi	2019-01-17T	17/01/19 19:39	photo	562	22749	3011	24	10164	167	1019	0	83
https://	2525983	https://wv	Memes litera	2019-01-17T	17/01/19 18:22	photo	39	534	129	0	206	71	0	0	3
https://	2525983	https://wv	@Mifune~	2019-01-17T	17/01/19 17:51	photo	48	1331	243	1	510	3	382	0	1

Ilustración 1. 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 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.

Como he declarado antes, 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.

Una vez que hube terminado el trabajo exploratorio del segundo curso de Metodología de Investigación del presente estudio y ya que había adquirido cierta destreza con las herramientas *Netvizz* y *Tableau Public*, indagué brevemente en Memes Literarios acerca de la fecha del anuncio del premio nobel en 2016, y por curiosidad, extraje datos de publicaciones durante todo ese año y logré identificar que el 13 de octubre de 2016, se registró la mayor cantidad de publicaciones en Memes Literarios (mayor número de publicaciones en un día). Había encontrado un registro de actividad máxima anual.

Fundamentado en el hallazgo, hice exploraciones con los mismos criterios, para los años inmediatos anterior y posterior: en 2015 el nobel fue anunciado el día 9 de octubre, pero las publicaciones en Memes Literarios no habían sido muchas ni se trataba de un máximo anual de actividad. La situación fue similar en 2017, cuya fecha clave fue el 11 de octubre, pero las 7 publicaciones o sus reacciones tampoco evidenciaban un máximo de actividad. 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, pero en

vez de buscar por número de publicaciones consideré que la atención de los usuarios era, en todo caso, lo que podría verse como la relevancia de un meme particular, por lo cual empecé a efectuar una búsqueda similar con enfoque en la cantidad de interacciones.

Aunque antes establecí la fecha del 13 de octubre de 2016 como origen de indagación de otros máximos de actividad similares, según el nuevo criterio, decidí hacer un barrido anual de todo 2016, para ir reconociendo 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 y que presentaran una medición alta en las estadísticas de interacciones dentro de la página. Así, procedí a examinar todo el año 2016 y hasta diciembre de 2018 (considerando que en 2018 hubo anuncio de cancelación del premio Nobel de este año) buscando las mediciones más altas de *engagement*, para relacionarlas con los temas que exploren, para ir constituyendo el corpus de mi indagación.

Aunque en un principio traté de volver operativo el criterio de la relevancia de los contenidos mediante la atención a cómo podrían estar rebasando las medidas típicas de interacciones estadísticamente determinables, pronto me di cuenta de que un contenido “viral” suele ser llamado así en razón de que escapa las previsiones de su comportamiento o su relevancia, por lo que el corpus de Memes Literarios sólo me iba a ayudar a determinar una muestra de memes con alta relevancia si les ponía atención a aquellas medidas máximas una vez más. 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 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*¹⁶, 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 la Ilustración 2.

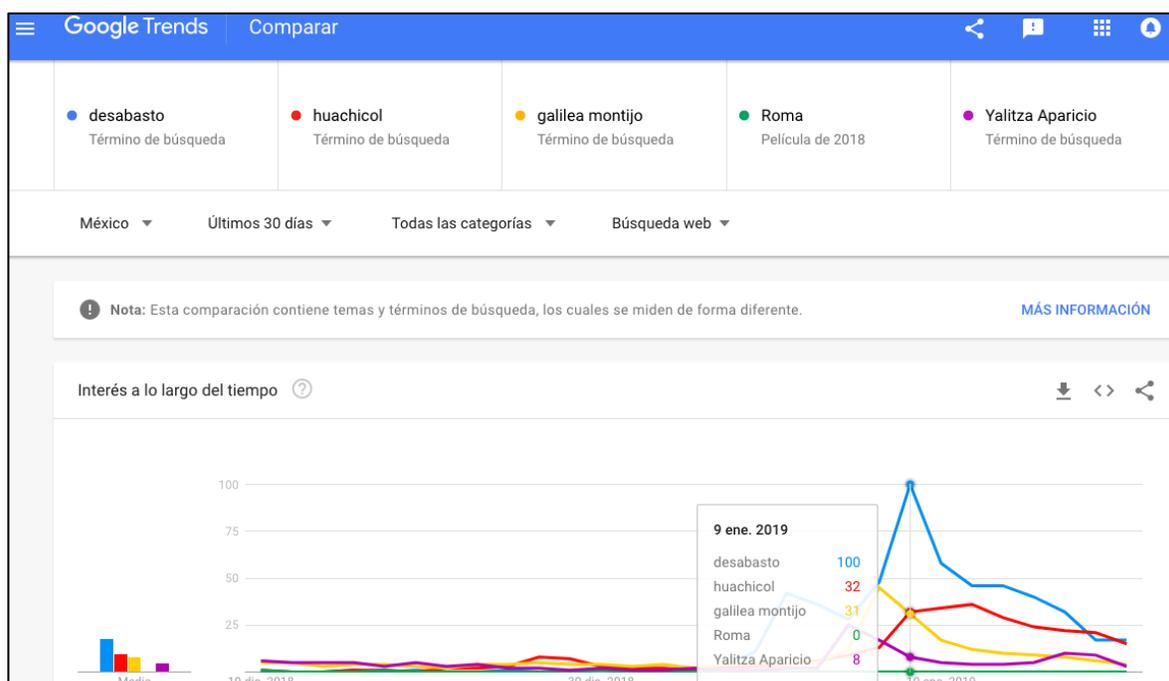


Ilustración 2. Tendencias en memes de fines de 2018 y principios de 2019.

<https://trends.google.com.mx/trends/explore?geo=MX&q=desabasto,huachicol,galilea%20montijo,%20Roma,%20Yalitza%20Aparicio>

Inicialmente busqué definir el rango intercuantílico (determinado mediante un diagrama llamado “de caja y bigotes”)¹⁷ que representa las tendencias generales según criterios

¹⁶ 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.

¹⁷ 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

estadísticos del comportamiento del número de interacciones de los usuarios de Internet en Memes Literarios, como se aprecia en la Ilustración 1. Esto se debe a que los memes que me interesa analizar son aquellos que han alcanzado una gran notoriedad, es decir, una gran relevancia, ya sea temporal o sostenida.

Al efectuar el cálculo, se obtuvo que una publicación requería¹⁸ un *engagement* de 8270 puntos para estar en el extremo superior del rango esperado, en promedio, y cualquier registro que rebase esa medida podría empezar a considerarse relevante, en términos estadísticos, por ser superior a la esperada (un meme *fecundo* en términos de R. Dawkins). Sin embargo, un análisis cercano a la gráfica de distribución de memes por *engagement* sugiere que hay una continuidad entre los puntajes, por lo que una publicación con 8285 puntos, por ejemplo, no sería realmente tan diferente de una de 8250. Considerando este segundo criterio, decidí guiarme por el reconocimiento de discontinuidades en los puntajes del *engagement* de las publicaciones: hallé un par de brechas importantes entre los puntajes de la gráfica, el primero de 26,479 a 28,906 puntos, y una segunda discontinuidad entre los 30,111 puntos y los 51,901. Las brechas pueden reconocerse en la parte superior de la Ilustración 3.

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.

¹⁸ 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.

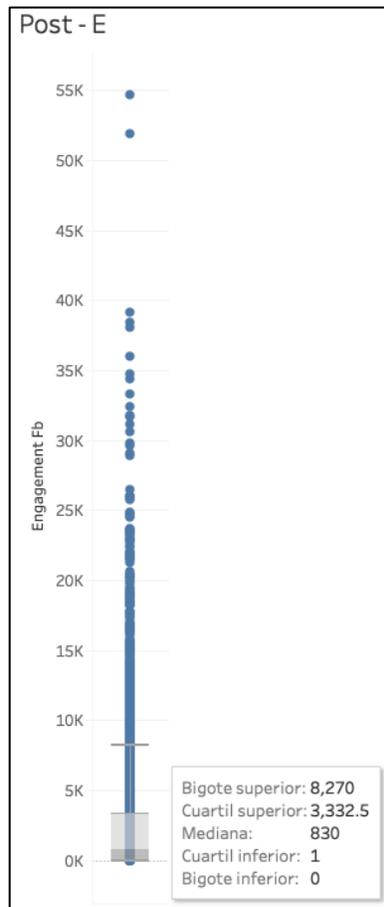


Ilustración 3. Diagrama de caja y bigotes para la selección de la muestra de publicaciones. El enlace de la imagen es: https://public.tableau.com/profile/luis.trejo4782#!/vizhome/MuestrasInv_ML/Post-E.

Empleé la primera brecha importante como criterio de selección, y la muestra, así definida la compusieron 18 elementos (publicaciones) en total, distribuidos en distintos momentos del periodo estudiado, esta selección la hice considerando que, según Richard Dawkins, todos los memes buscan volverse lo más populares posible. La selección, visible en la Ilustración 3, la constituyen publicaciones con los puntos de *engagement* más altos de los tres años.

Procedí a emplear otras formas de buscar la relevancia empleando criterios similares: un modo fue en considerar las fechas con la medida de *engagement* más alta y otro fue mediante el uso del número de comentarios por publicación. Esto iba derivado de mi intención de buscar una variedad de situaciones en las que la relevancia pudiera ser entendida como algo a veces inesperado, que rebasa o se separa de la conducta esperable de un sistema como Memes Literarios. Las publicaciones más relevantes eran aquellas que superaban y se

alejaban de las medidas pertinentes de constituido como lo esperado, o las continuidades numéricas que se manifestaron, así se buscaron aquellos que se hallan en discontinuidad.

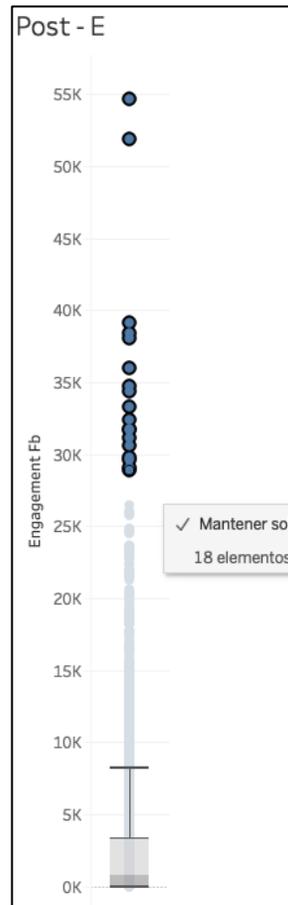


Ilustración 4. Como se aprecia en la imagen, las publicaciones de la muestra rebasan por mucho el último bigote (límite cuantílico) y se establecen luego de la primera brecha importante, por encima de los 27 mil puntos de engagement. https://public.tableau.com/profile/luis.trejo4782#!/vizhome/MuestrasInv_ML/Post-E

En ese momento decidí prestar atención particular a los comentarios, pensando ya que constituyen 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, como se aprecia en el Anexo 1, 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. Aquí en la ilustración 5 se puede apreciar lo mencionado.



Ilustración 5. Ejemplo de las publicaciones con mayor número de comentarios.

En la ilustración 6 puede verse que los comentarios se restringen a la participación en la dinámica propuesta por lo general y no cuestionan los sentidos 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 6. Ejemplo de los comentarios de la publicación en la ilustración 5.

Siguiendo los criterios expuestos, la muestra resultó ser no probabilística y el muestreo empleado fue a conveniencia, debido al rasgo de las altas medidas de *engagement* que me

interesaba identificar. La selección quedó constituida por 18 publicaciones con el *engagement* más alto en el periodo estudiado, la primera del 20 de enero de 2016 y la última del 17 de enero de 2019.

La referencia general donde incluso se muestran las ilustraciones de los memes, puede consultarse en el Anexo 2, donde se hayan ordenados de forma cronológica. La determinación de esa muestra corresponde 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 decirse que la selección de las 18 publicaciones 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.

Una nota final a este respecto es que 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 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.

En el periodo delimitado por las decisiones metodológicas que tomé, Memes Literarios hizo un total de 4020 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. Resulta interesante que hay, 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 se limita desde 2014 a un acervo de 5 elementos, uno 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 risible (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 (mayores a 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.

Como dato adicional, además del acervo de videos, imágenes, textos y demás publicaciones en las que interviene más de uno 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.

4.2 TRATAMIENTO DE LOS DATOS

Posterior a la determinación de la muestra (mediante lecturas preliminares del *engagement*) se realizó el ejercicio del análisis del discurso, sustentado en tres ejes de análisis: el sistema referencial o de ideas presente, el sistema contextual o interpersonal empleado, y el sistema ideológico o de visión del mundo del que se presenta evidencia (Knobel y Lankshear, 2012: 207), fue contrastado con los comentarios de cada publicación para identificar si los resultados obtenidos apuntan a una percepción común (es decir, compartida, según lo expresado por los usuarios de Memes Literarios en los comentarios) sobre cada meme específico y se examinó también si resultaban admisibles entre las posibilidades de su interpretación. El marco de los comentarios permite establecer generalidades acerca de los valores que los usuarios reflejan en sus interacciones con las publicaciones específicas.

La función del análisis del discurso es ir poniendo en relieve las articulaciones entre las prácticas de comunicación que tienen lugar en los memes que se publican en Memes Literarios, por otro lado, la exploración de los memes y sus cruces con los días de mayor *engagement* permitirán reconocer las posibles relaciones con coyunturas sociales, y las temporalidades en que se enmarcan, las mediaciones en que se ven envueltos en los ejercicios de replicación particulares que suceden en esta comunidad.

Tabla 4. Ejes del análisis discursivo, basado en Knobel y Lankshear (2012)

Sistema referencial o de ideas	<u>El enfoque está en el significado del meme:</u> <ul style="list-style-type: none">• ¿Qué idea o información está comunicando el meme? ¿Cómo lo sabemos?• ¿Cómo se está comunicando esta información?• ¿Qué representa o significa este meme (dentro de este espacio, para ciertas personas, en este particular punto en el tiempo)? ¿Cómo lo sabemos?
Sistema contextual o interpersonal	<u>El enfoque está en las relaciones sociales:</u> <ul style="list-style-type: none">• ¿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?• ¿Qué nos dice este meme acerca de los tipos de contextos en los que este meme prueba ser replicable y difundirse rápido?• ¿Qué parece asumir este meme acerca de la verdad y el conocimiento dentro de este contexto particular?
Sistema ideológico o de visión del mundo	<u>El enfoque está en valores, creencias y visiones de mundo:</u> <ul style="list-style-type: none">• ¿Qué temas, ideas, posiciones profundos o mayores son comunicados por este meme?• ¿Qué nos dicen estos temas, ideas y posiciones acerca de diferentes grupos sociales?• ¿Qué nos dicen estos memes acerca del mundo o de una particular versión del mundo?

4.3 ANÁLISIS DE LOS DATOS

La muestra definida para este trabajo consiste en una selección de 18 publicaciones según sus altas medidas de *engagement*; en el siguiente apartado 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.

Con la muestra determinada, justificada e integrada se procedió a efectuar un análisis del discurso en términos de lo planteado 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: 213), al respecto de escenarios espacio-temporales, campos de interacción, instituciones sociales y estructura social.

El *engagement*, la medida empleada para la selección de la muestra, se compone por el conteo del número de interacciones en términos de que registra Facebook para tres rubros: las reacciones a una publicación, las veces que se comenta esa publicación y las veces que se comparte. La lista de los 18 memes y una breve descripción de ellos puede verse en la Tabla 1, la medida Participación es el nombre que he elegido para representar el *engagement*.

El ejercicio del análisis del discurso se contrasta con los comentarios *relevantes* de cada publicación, es decir, aquellos que Facebook coloca hasta el principio de la columna de comentarios y que se consideran destacados por la cantidad de respuestas (en comentarios) o el número de “me gusta” que reciben.

Los comentarios los considero en un apartado posterior a aquel donde hice el análisis del discurso, pues éste es inicialmente centrado sólo en la publicación (la imagen sola), en un acercamiento que he llamado *Al interior del meme*. Igualmente, tras el análisis del discurso, hay un segundo acercamiento llamado *Al exterior del meme* donde no dejo de considerar lo aportado por el análisis del discurso, sino que busco reconocer sus puntos de contacto con todo aquello que rodea al meme; el contexto específico son las publicaciones realizadas en Memes Literarios en la misma fecha, aunque también exploro sus relaciones con los comentarios destacados, las veces que se comparte, y el número de reacciones consideradas de forma separada en: agrado (*like*), enojo (*angry*), risa (*haha*), encanto (*love*), tristeza (*sad*),

asombro (*wow*), y gratitud (*grateful*), aunque esta última reacción sólo aparece disponible en el mes de mayo de cada año.

La función del análisis del discurso es ir poniendo en relieve las articulaciones entre las prácticas de comunicación que tienen lugar en los memes que se publican en Memes Literarios; por otro lado, la exploración de los memes y sus cruces con las fechas y eventos relacionados según sus días de publicación permitirán reconocer las posibles relaciones con movimientos sociales, y las temporalidades en que se enmarcan, las mediaciones en que se ven envueltos los ejercicios de replicación particulares que suceden en esta comunidad.

Tabla 5. Muestra de 18 memes en Memes Literarios (2016-2019).

Número de referencia	Fecha	Puntaje de Participación	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 Werver Tumorro comparados según Copa América.	neruda vs werver
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 emula a <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 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 pensaren el <i>crush</i> .	cerebro/leer/crush
12	18/MAR/2018	34,774	Filme <i>Orgullo y Prejuicio</i> , 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/ escritores
14	12/ENE/2018	29,102	Las chicas súper poderosas contra los fans de Nietzsche.	fans de nietzche
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/ ven a mi casa
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 hace el <i>10 years challenge</i> .	gray/10 years challenge
----	-------------	--------	---	-------------------------

En términos de la metodología mixta, el trabajo realizado tiene dos vertientes: una de ellas es la exploración hacia el interior de los memes mediante un análisis de contenido, y la otra vertiente, hacia el exterior, consiste en una exploración contextual que articula análisis estadísticos en la información de las bases de datos (para reconocer tanto los patrones usuales de las medidas registradas así como sus excepciones y alteraciones, que se perciben como indicadores de condiciones contextuales), además de la exploración de los aspectos ya contenidos en las bases de datos que aportan relevantes detalles del contexto de cada meme.

4.3.1 ANÁLISIS CUANTITATIVO AL EXTERIOR DEL MEME

Una cuestión importante para el análisis hacia el exterior del meme son los aspectos de corte cuantitativo, como el hecho de que la medida de participación (*engagement*) es una variable compuesta que conviene entender como representación de la suma de las reacciones (conteo de reacciones), los comentarios (número de veces que se comenta) y el alcance (número de veces que se comparte).

$$\text{PARTICIPACIÓN} = \text{REACCIONES} + \text{COMENTARIOS} + \text{ALCANCE}$$

El análisis de regresión simple expresa el coeficiente de relación (llamado R de Pearson) 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. Al tratar de identificar correlaciones en el corpus de las 4020 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 +0.21 (con ilustraciones disponibles para consulta en el Anexo 3), lo que indica una muy baja correlación entre variables, para las reacciones y el alcance, el coeficiente fue de +0.64, revelando que la variación en las medidas de las reacciones influye un 64% en la variación en las medidas del alcance. Esta correlación es posible entenderla del modo en que la he expuesto debido a 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.

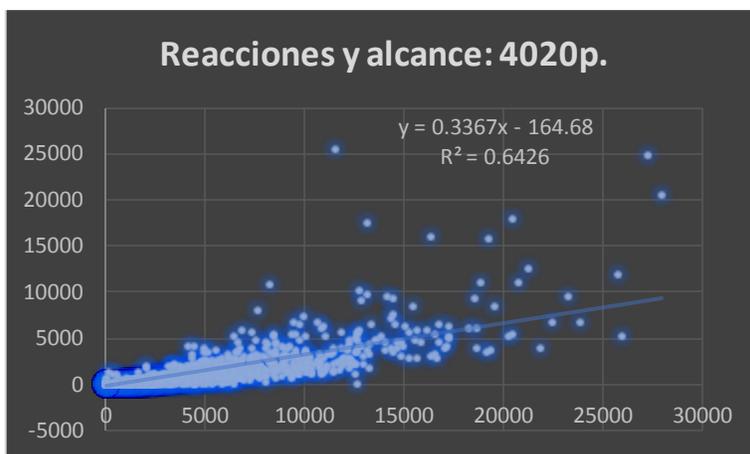


Gráfico 1. Regresión lineal de Reacciones y Alcance en el corpus de 4020 publicaciones.

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. La correlación no mostró cambios, sino un ligero incremento incluso, llegando a un coeficiente de +0.68 que se puede apreciar en el Gráfico 2.

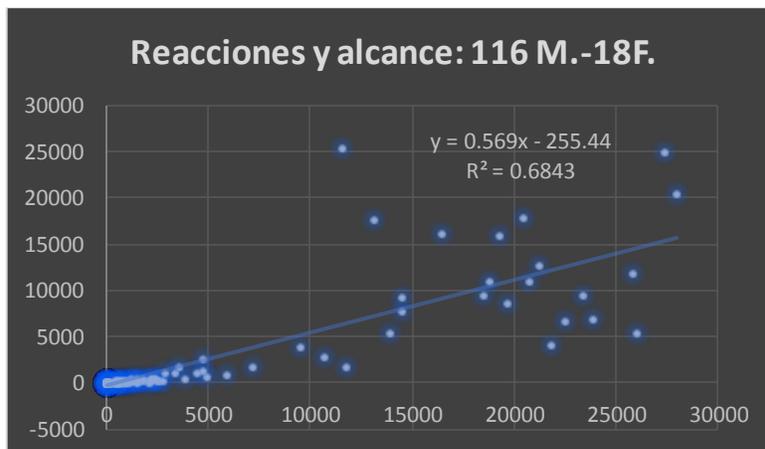


Gráfico 2. Regresión lineal de Reacciones y Alcance en publicaciones de contexto de la muestra.

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 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 3 (y también parcialmente en los Gráficos 1 y 2), los puntos con medidas elevadas son aquellos que constituyen la muestra.

El coeficiente determinado por al análisis de regresión lineal de la muestra no sólo resulta demasiado bajo, 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. Es decir, que los memes de la muestra tienen medidas atípicas (precisamente 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.

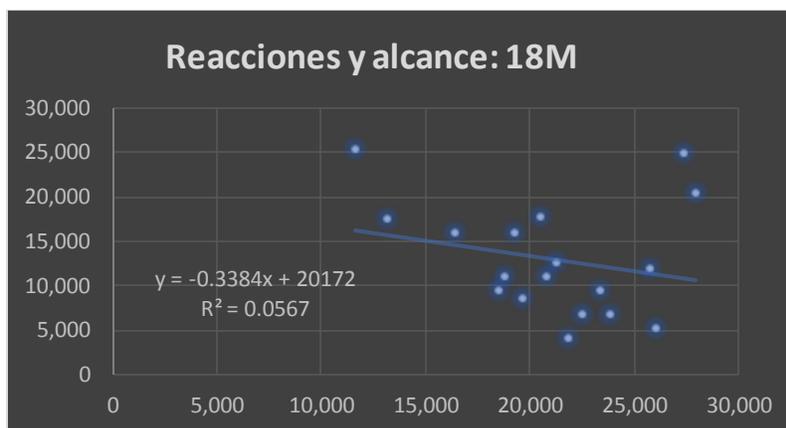


Gráfico 3. Regresión lineal de Reacciones y Alcance en las 18 publicaciones de la muestra.

Una correlación positiva implicaría que una medida alta de reacciones tenga a su vez un alto conteo en alcance, sin embargo, para la muestra, la tendencia es a la inversa. Al examinar la tabla 2, 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, ya que salvo en los casos de los memes 13 y 17, en la muestra la medida del alcance suele ser menor que la medida de reacciones.

Tabla 6. Medidas de Reacciones y Alcance en Memes de la muestra.					
#	Reacciones	Alcance	Comentarios	Fecha	Clave
1	20,756	11,008	631	20/ENE/2016	cortázar vs coelho
2	27,330	24,834	2,501	25/MAY/2016	plankton
3	22,479	6,694	592	19/JUN/2016	neruda vs werever
4	26,010	5,286	467	27/JUN/2016	zeus no embaraza
5	19,277	15,889	841	20/AGO/2016	el cuervo/ bolso
6	18,828	11,057	748	11/OCT/2016	amor de zeus
7	23,330	9,456	1,606	23/NOV/2016	mate / humanidades
8	25,762	11,898	420	25/DIC/2016	bonita reflexión
9	23,862	6,791	497	31/DIC/2016	gato negro poe
10	27,949	20,528	3,424	09/FEB/2017	dante/pasito perrón
11	18,532	9,402	1,653	22/FEB/2017	cerebro/leer/crush
12	21,266	12,618	890	18/MAR/2018	orgullo y prejuicio
13	11,599	25,451	1,341	16/MAY/2017	toy story/ escritores
14	21,848	4,007	3,247	12/ENE/2018	fans de nietzche
15	16,405	16,082	829	21/OCT/2018	acá entre nos...
16	20,490	17,864	757	12/ENE/2019	hamlet/ ven a mi casa
17	13,121	17,634	894	14/ENE/2019	"guerra de libros"
18	19,615	8,519	772	17/ENE/2019	gray/10 years challenge

Considerando que las Reacciones son el tipo de componente más importante de la Participación, conviene identificar que la reacción me gusta es 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 de +0.82, para la medida en que el Agrado influye en las Reacciones, e incluso al realizar la prueba de regresión lineal para estas dos variables en la muestra, el coeficiente es de +0.42, algo que aunque puede verse como bajo, todavía se halla cercano al 50% de influencia; ambos gráficos pueden consultarse en el Anexo 3.

La Tabla 7 exhibe las medidas que conforman individualmente la medida conjunta, expresadas en porcentajes, lo cual permite observar que salvo en cinco casos (10, 14, 16, 17 y 18) la medida de agrado conforma más del 50% de las reacciones.

Tabla 7. Porcentajes de medidas que conforman las reacciones.								
Número de Referencia	Agrado	Enojo	Risa	Encanto	Tristeza	Gratitud	Asombro	Reacciones
1	99.4%	0.0%	0.5%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	100%
2	86.8%	0.0%	11.3%	1.4%	0.4%	0.0%	0.1%	100%
3	76.0%	0.1%	18.8%	4.5%	0.4%	0.0%	0.2%	100%
4	78.9%	0.0%	19.5%	1.4%	0.0%	0.0%	0.1%	100%
5	69.5%	0.0%	21.8%	8.6%	0.0%	0.0%	0.1%	100%
6	58.2%	0.0%	38.0%	3.5%	0.1%	0.0%	0.1%	100%
7	60.3%	0.1%	36.1%	2.9%	0.5%	0.0%	0.2%	100%
8	65.6%	0.0%	26.3%	7.9%	0.0%	0.0%	0.2%	100%
9	56.8%	0.0%	37.8%	5.0%	0.1%	0.0%	0.2%	100%
10	42.7%	0.0%	54.3%	2.0%	0.5%	0.0%	0.4%	100%
11	54.7%	0.2%	36.5%	1.6%	6.8%	0.0%	0.1%	100%
12	62.7%	0.2%	26.7%	2.0%	8.2%	0.0%	0.2%	100%
13	60.0%	0.0%	18.7%	20.8%	0.1%	0.2%	0.2%	100%
14	28.4%	0.1%	66.3%	5.1%	0.1%	0.0%	0.1%	100%
15	58.4%	0.0%	0.2%	13.4%	0.2%	0.0%	27.6%	100%
16	16.6%	0.0%	78.4%	3.8%	0.3%	0.0%	0.9%	100%
17	20.7%	0.0%	69.1%	10.0%	0.1%	0.0%	0.1%	100%
18	22.8%	0.0%	64.4%	12.5%	0.0%	0.0%	0.3%	100%

Las anteriores observaciones permiten entender que la medida del Agrado (*like*) es por regla general el indicador más relevante de las reacciones y cuya influencia se extiende hasta la participación total también. Algo destacable de los cinco memes donde el Agrado es menor al 50% del total de reacciones, es que la reacción de Risa tiene la primacía en el aporte individual a la medida de Reacciones, esto es que para los memes 10, 14, 16, 17 y 18, los usuarios de Memes Literarios consideraron la reacción de Risa más destacada que la de Agrado, indicando que tales publicaciones probablemente les resultaron más graciosas que las otras.

Los aportes derivados de la fase cuantitativa no pueden ser plenamente expresados sin estar en su contexto cualitativo, por lo cual esta tabla será referida cuando sea conveniente.

4.3.2 ANÁLISIS CUALITATIVO AL INTERIOR DEL MEME

En la exploración hacia el interior, adjunto al análisis del discurso diseñé una matriz donde se concentran los principales preceptos teóricos que se entretajan en el marco teórico que he construido, a fin de ir desentrañando para el análisis del discurso de cada meme los puntos donde se evidencian las conexiones de éste con aspectos clave de la teoría a fin de reconocer tendencias generales, en términos teóricos, de los memes de la muestra y plantear

formalmente los ejes de análisis del trabajo, para establecer las pautas del capítulo o capítulos de análisis en la tesis (ilustraciones 4 y 5).

IMAGEN		MEME		MARCO TEÓRICO		
		# 2	<p>Descripción</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>	CULTURA	Instituciones sociales	Agencia
		Sistema ideológico o de visión del mundo. (El enfoque está en valores, creencias y visiones de mundo:)	<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>	1. El meme da una selección de escritores mexicanos destacados. Lo sabemos por el anuncio y la acción de enunciar a los escritores.		
		Sistema contextual o interpersonal. (El enfoque está en las relaciones sociales:)	<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>	2. La información se está comunicando de forma chusca, a partir del vocabulario y la referencia a la película animada Toy Story 3.		
		Sistema ideológico o de visión del mundo. (El enfoque está en valores, creencias y visiones de mundo:)	<p>¿Qué temas, ideas, posiciones profundos 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>	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.		
				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 solemnidad que implica su forma y sus pausas para presentar el "catálogo" de autores.		
				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.		
				3. El meme parece asumir que la narrativa de ficción tiene un valor inestimable, y que ofrece una verdad incuestionable.		
				1. Promueve la relevancia de los escritores mexicanos del siglo XX, y la superioridad de Juan Rulfo entre		
				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.		
				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.		

Ilustración 7. Ejemplo de análisis del discurso con matriz teórica adjunta.

MARCO TEÓRICO																
CULTURA			PODER			INTERSTICIOS			COMUNICACIÓN			WEB 2.0				
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	Sentido	Replicabilidad

Ilustración 8. Matriz teórica.

Como puede apreciarse en la ilustración 8, la matriz teórica propuesta refleja los postulados que sirven de sostén al Marco Teórico construido, cuyos ejes de análisis son aspectos relacionados con: cultura, poder, intersticios, comunicación y la web 2.0. La matriz elaborada tuvo la intención de servir para la derivación posterior de la codificación de análisis una vez que el análisis del discurso de cada meme (elementos de imagen) estuviera finalizado, para servir como sustento a las diversas categorías y conjuntos de códigos.

Tabla 8. Ejemplo de la codificación en la publicación 5.	
El meme evoca en una recurrida escena de una película 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 la rubia confronta, para lo que pide que le sostengan la bolsa (o cualquier accesorio) y hace una contestación que sigue la lógica del insulto o la situación, en este caso, versos al estilo El cuervo.	> REFERENCIA AL POEMA >TIPO DE DISCURSO MEMÉTICO CON REGLAS INTERNAS >REFERENCIA LITERARIA PUESTA EN CÓDIGO DE MEME/CULTURA POPULAR
La imagen es chusca e ingeniosa, pero a un tiempo, críptica. Exige tener noción de la obra de Poe y el tipo de adjetivación que lo caracteriza.	>NECESIDAD DE REFERENCIA LITERARIA >>NECESIDAD DE CONOCIMIENTO DEL MEME QUE LE DA ORIGEN
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.	El meme involucra al poema El Cuervo y al filme Y dónde están las rubias, 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, un efecto de sentido del que el tema en curso (El cuervo/la literatura) echa mano para decir lo mismo que otros discursos: replicar la escena de la película.

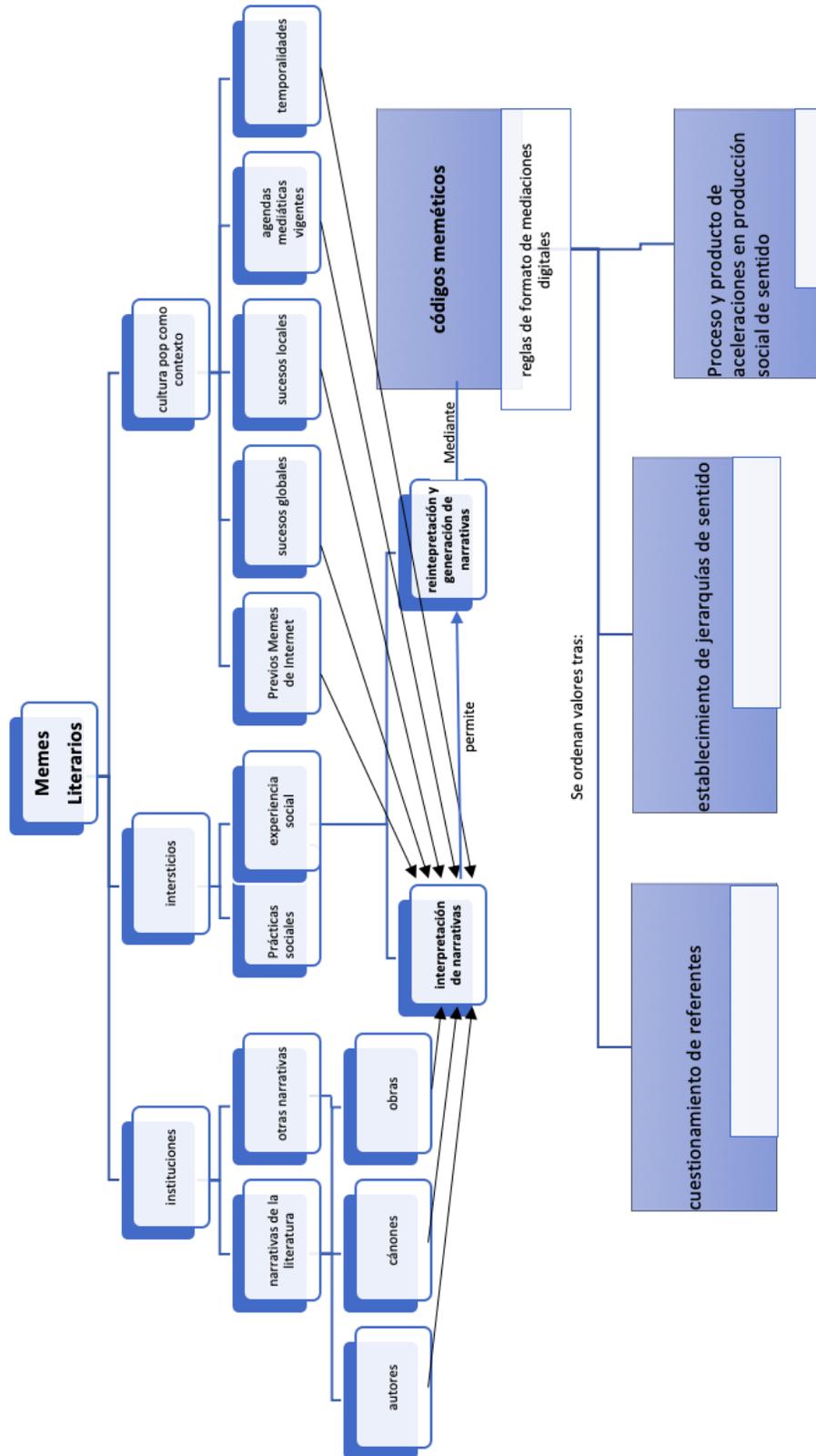
Una vez que se realizó esta clase de trabajo para cada publicación, los concentrados de la codificación se agregaron a una sola matriz que contenía todos los memes, para su comparación e identificación de códigos generales, como puede apreciarse en la tabla 9.

Tabla 9. Ejemplo del concentrado en la matriz general de las 18 publicaciones.			
# Ref.	CLAVE	proceso social total	Instituciones sociales
1	CORTÁZAR VS COELHO	Se negocia lo que es literatura (y sus calificadores) desde Facebook y sus lógicas, además de todos los otros entornos.	Las convenciones de los estudios de Literatura han aportado justificaciones sobre la calidad de una obra.
2	PLANKTON	Reproducción de patrones de experiencia personal: laboral, estudiantil, madurez y sentido de logro.	La universidad como formadora de profesionistas.
3	NERUDA VS WEREVER	El resultado deportivo legitima a un equipo.	El fútbol como territorio de negociación de sentido.
4	ZEUS NO EMBARAZA	Exponer el meme es poner en la mesa el tema de una cuestión de valores de la literatura griega a la luz de procesos sociales y culturales recientes.	Mitología como fuente de reflexión de la actualidad, inspiración y orígenes del canon literario occidental.

Con base en la comparación de los códigos anteriores, se identifican cinco categorías de análisis principales: 1. Coyunturas; 2. Cultura pop como 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 que han sido generados se integraron en un diagrama inicial que sirvió como base para el modelo 1 en la siguiente página. Las flechas sin dirección representan una relación estable y no necesariamente dependiente. Las flechas con dirección indican lo que parece ser el flujo común de interacciones y acciones según lo que se puede apreciar hasta el presente estado del análisis. Posterior al diagrama general ilustro brevemente cada una de las categorías anteriores.



Modelo 1. Proceso de meme en Memes Literarios.

4.4 DE LOS MEDIOS A LOS FINES

El diagrama propuesto supone respuesta a la pregunta de investigación, ya que afirma que en Memes Literarios intervienen identidades lectoras quienes se definen por sus lecturas, mismas que participan en discursos diversos, principalmente meméticos, nutriéndose del lenguaje de Internet, reproduciendo códigos meméticos a través de un medio llamado meme. Los códigos meméticos integran 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 literarias pueden hallarse en esquemas de primer grado o de segundo grado, donde antes hay otros discursos que directamente 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.

CAPÍTULO 5. MEME COMO PROCESO

Anteriormente me he referido al Modelo 1 como mapa del proceso de los memes en Memes Literarios, por lo que resulta necesario ofrecer todas las pruebas que permitan tomarlo verdaderamente como un acercamiento al cómo un meme es replicado y puesto en circulación bajo condiciones socioculturales específicas de una página de Facebook cuyos contenidos se asocian a la literatura.

5.1 ABREVADEROS

Dieciocho publicaciones son suficientes para permitir observar que los memes en Memes Literarios (como también los memes de casi cualquier otro sitio) se *alimentan* de dos clases de espacios con lógicas distintas para la producción de sentido: los institucionales, y los no institucionales. A un tiempo, los memes se hallan sujetos 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.

5.1.1 INSTITUCIONES

John B. Thompson reconocía las instituciones sociales como conjuntos específicos y relativamente estables de reglas y recursos (1990: 212) que integraban la estructura social. Lo que llamo espacio institucional se refiere a aquellas situaciones del proceso social total de la cultura que cuentan con el respaldo y la normatividad propia de tales conjuntos de reglas y recursos, donde existe cierto acomodo o jerarquía específica que permite a sus integrantes, prácticas y producciones poder establecer distancia y verse como unidad específica reconocible.

En memes literarios, reconozco la institución de la literatura como ente ineludible para las negociaciones de sentido que ahí suceden, sin embargo, la forma misma de los memes es motivo de que casi nunca sea esta institución la única referida en un producto específico; la mayoría de los memes constituye un cruce entre la institución literaria y otras instituciones, como el cine, la pintura, el fútbol, y los memes de Internet, por nombrar algunas.

A lo largo de este trabajo he referido de diversas formas a la literatura, sin embargo, conviene asentar de una forma clara qué entiendo por esa palabra. Es bastante posible que al yo decir

“literatura”, mi idea conceptual no sea precisamente la misma a la que los usuarios y administradores de memes literarios apelen en sus enunciaciones o en sus acciones, por lo tanto, debe entenderse esta idea personal mía como la que se aplica en este trabajo, aún cuando pueda presentar diferencias al compararse su uso por otras personas y en otros contextos.

Las instituciones que me interesa abordar son las que se manifiestan en Memes Literarios a través de sus narrativas como industrias culturales, cuyas cualidades permiten reconocer autores, cánones y obras como partes integrales de cada una.

5.1.1.1 LITERATURA

¿Qué es la literatura? La amplitud de este trabajo –sus propósitos, alcances, ambiciones e incluso la capacidad intelectual que lo sostiene– no llegaría, estoy seguro, a ser la suficiente para dar una respuesta enteramente satisfactoria a tal cuestión. Sin embargo, para efectos de esta indagación propondré una visión operativa sustentada en mis intuiciones. En un golpe de sensatez, invito a consultar lo inefable de “literatura” en el diccionario en línea¹⁹ de la Real Academia Española:

literatura

Del lat. *litteratūra*.

1. f. Arte de la expresión verbal.
2. f. Conjunto de las producciones literarias de una nación, de una época o de un género.
3. f. Conjunto de las obras que versan sobre una determinada materia.
4. f. Conjunto de conocimientos sobre literatura.
5. f. Tratado en que se exponen conocimientos sobre literatura.
6. f. coloq. palabrería.
7. f. Mús. Conjunto de obras musicales escritas para un determinado instrumento o grupo instrumental.
8. f. desus. Teoría de las composiciones literarias.

Mi formación – licenciatura en literatura – me dota de la intuición de que hablar de la literatura como “lectura” implica las acepciones uno y dos antes expuestas. Sin embargo, al referirme a literatura como algo que también es motivo de estudios académicos, pienso en las acepciones cuatro, cinco y ocho. Mi idea de una disciplina de la literatura (o disciplina literaria) combina estas cinco acepciones, pero definitivamente excluye las demás.

¹⁹ Búsqueda del vocablo “literatura”, <http://dle.rae.es/?id=NR70JFI>.

Para describir a la literatura como institución, es necesario nombrar sus componentes esenciales: entiendo como *obra literaria* una forma de arte verbal cuya producción es reconocible y categorizable según criterios varios, aunque siempre se trata de obras creadas para el entretenimiento; reconozco a los *estudios literarios* como un conjunto de percepciones, procedimientos y conocimientos, exterior a las obras literarias, pero surgido a partir del estudio formal de obras literarias, mismo que se halla organizado sistemáticamente y es consultable a través de tratados o publicaciones; los estudios literarios son el trabajo al que se dedica la *disciplina literaria*; ésta tiene una escasa relación con la escritura de obras literarias.

Una profundización de mis definiciones involucra la preponderancia de la forma verbal en la literatura, esto a su vez implica el uso de palabras, y aunque hay quienes hablan de literatura oral, me parece que la veta más explorada de la literatura por los estudios literarios es aquella donde lo verbal equivale a visible (o legible). Así, no deseo limitar la literatura a publicaciones, pero sí señalo como su principal medio el visual antes que el auditivo.

Cuando digo literatura, en este trabajo, me refiero a una institución social que se sustenta en la existencia de un corpus de obras escritas con fines de entretenimiento las cuales son producidas inicialmente por escritores; tales obras son susceptibles de ser reproducidas técnicamente a gran escala, además de difundirse entre la estructura social por la acción de industrias culturales como la industria editorial. El corpus de las obras escritas, impresas y multiplicadas por acción de las industrias culturales, es la base física o material que a su vez sustenta los tratados y saberes de la disciplina literaria, la cual en mayor o menor medida ofrece juicios de valor sobre los contenidos de las obras literarias producidas en cierto periodo de tiempo.

Las prácticas de escritura, en el caso de quienes hacen las obras, y las de lectura, en el caso de quienes tienen acceso e interés por (consumen) las obras, son indisociables de la literatura como institución.

Al hablar de las disciplinas como agentes sociales en conversación, o disputa por su relevancia específica, Robert T. Craig (2008) refiere que una disciplina se integra por: un contexto intelectual, un contexto institucional, y un contexto sociocultural (11). En una especie de símil a la idea de Craig, diré que la institución de la literatura tiene su sustento

intelectual en la disciplina literaria, su sustento material en la industria editorial, y sustento sociocultural, o por lo menos su integración a la conversación colectiva de saberes, se da principalmente mediante la práctica colectiva de la lectura.

5.1.1.2 OTRAS INSTITUCIONES

Cuando digo otras instituciones, me refiero no a que sean irrelevantes en el contexto de Memes Literarios, sino simplemente a la premisa de la página de que las representaciones más destacadas en sus memes han de ser aquellas provenientes de la literatura (como institución, se puede entender). Esto puede explicar por qué algunos memes parecen no tener directamente una referencia a una obra literaria, que probablemente sería la idea más general de literatura; en algunos memes, lo literario se atisba desde referencias a autores, o a la práctica de la lectura, incluso en algunos casos, a quienes leen obras literarias.

En cierta forma, las referencias más indirectas a la institución de la literatura son las que se dirigen hacia la disciplina literaria o los estudios literarios, algo que no debe ser sorprendente si se entiende esta veta de la institución como la una de las más inconexas con las obras literarias, las prácticas sociales de lectura e interpretación y sus interconexiones con otras instituciones y espacios no institucionales.

A continuación, expongo un par de ejemplos que ilustran cómo las referencias que los memes emplean cruzan límites institucionales de formas indiscriminadas, al tiempo que permiten notar las distintas clases de interacciones existentes entre unas y otras.

Tabla 9. Cruces institucionales.

Meme #3	Meme #7
 <p data-bbox="548 262 800 535">En este meme se aprecia el cruce entre futbol, (el torneo llamado Copa América) que funge de marco al cuadro que se genera, y la literatura aparece en forma de un par de obras.</p>	<p data-bbox="815 262 1149 283">Estudiantes de Letras y Sociales</p>  <p data-bbox="1166 262 1385 535">Este meme retrata a lectores de literatura, y también a quienes integran la disciplina literaria, a través de un punto de desconexión con otras instituciones.</p>

En el meme 3 hay una integración de elementos típicos de la institución del futbol, hay lo que parece ser un marcador con el resultado de un partido, mismo que se entiende como parte de un torneo deportivo, Copa América; en los dos sitios donde van los contendientes, se aprecian las portadas de dos libros, tales libros son la representación del elemento literario, cuya forma remite a las obras literarias. Las dos instituciones se identifican por separado, con dominios excluyentes, pero la disposición de los libros como contendientes, la integración en el marcador e incluso la posibilidad de interpretar la victoria del libro a la izquierda sobre el libro a la derecha, indican que se puede entender la institución de literatura en términos de su concordancia con la institución del futbol; los puntos de conexión que permiten ver un poco de una en la otra.

En el meme 7 se presenta una imagen extraída de la caricatura Los Simpson, con un letrero superior y un elemento insertado en medio; casi de forma irónica, ahí el libro no es una referencia a la literatura, o por lo menos no a la literatura como obras escritas de entretenimiento, sino que es el elemento extraño, ya que según el letrero, la imagen de la caricatura representa a estudiantes de letras y sociales, quienes se están formando para probablemente integrar el núcleo académico de la disciplina literaria, son lectores y posiblemente serán exégetas, expertos en literatura; aún así, es evidente que lo ilustrado sobre los integrantes de la institución literaria es su desconexión con las matemáticas, como un referente externo de otros dominios e instituciones. Aunque, la imagen es chusca, o pretende serlo, el libro que aparece no representa un aspecto relacionado directamente a la institución de la literatura, y aún más, puede servir como atisbo de la relación inconexa de la disciplina literaria con otras instituciones.

5.1.2 INTERSTICIOS

Anteriormente he llamado intersticios las áreas, puntos ciegos o forjados por el cese de las influencias de las instituciones; básicamente, la idea de los intersticios es la de los espacios exteriores a las instituciones. Aclaré también que la influencia de las instituciones no se pierde del todo en sus exteriores; sus reglas definitivamente tienden a ser menos tomadas en serio, pero sus recursos no dejan de ser valiosos.

Un punto fundamental respecto a los intersticios es que no son lugares propiamente dichos, sino situaciones o entornos generados por al menos dos posibilidades: una es que surjan por la falta de interés o de cercanía de una institución, es decir, que tal entorno o situación se halle, en términos de Even-Zohar (2005), en una posición periférica apartada de los sistemas culturales centrales; otra posibilidad es que, como el relajo de Jorge Portilla (1984), los intersticios pueden surgir por la deliberada intención de no asumir valores de una institución. De acuerdo con Raymond Williams (2000), ningún sistema social dominante verdaderamente incluye o agota toda la práctica, energía e intención humana; esto puede entenderse como que ninguna institución establecida dicta enteramente lo que sucede tanto a su interior como en su exterior. El concepto de intersticio pretende sustentarse precisamente en este aspecto, que reconoce la legitimidad de la producción social de sentido como algo no necesariamente dependiente de la acción de las instituciones sociales. Desde luego, esto no significa que completamente se pase por alto las influencias, recursos y reglas de las instituciones, sino que se puede optar por no recurrir a ningún conjunto particular de éstas, e incluso, a proponer nuevos conjuntos de recursos y reglas. En un intersticio los valores típicos de las instituciones o sus asociaciones tradicionales se reformulan y distorsionan, en términos de relajo (Portilla, 1984), la seriedad impuesta por la institución se suspende.

Los memes de Internet son intersticiales en el sentido de que no parten de reglas establecidas por otras instituciones, pero se auxilian mucho para sus contenidos y formatos en los recursos preexistentes de muchas instituciones, como las que antes he nombrado y aún otras más: cine, literatura, pintura, fotografía, música, etcétera. Otra perspectiva que contemplo está basada en la sugerencia que hace McNeill (2017) al enunciar a los memes como folclor contemporáneo e implica situarlos en la cotidianidad inmediata de las vivencias, experiencias y la producción cultural de todos los internautas posibles, es decir, si los memes son folclor,

y su relevancia es definitiva por ser de interés de los constituyentes de la sociedad, los memes de Internet son una forma, quizás inicial, de una institución nueva.

Tabla 10. Intersticios.	
Meme # 17	
	<p>En este meme se presenta a José Vasconcelos, una persona reconocida, entre varias otras cosas, por ser escritor y promotor de la educación; cuya mención de “libros” probablemente refiere el empeño de adquirir conocimientos mediante la educación.</p> <p>Hasta cierto punto, puede considerarse que la institución de la literatura adopta esa idea de progreso o de civilización, como erradicación de barbarie, a manera de justificación para su existencia, algo que exige cierta admiración o respeto para el soporte físico, el libro cual herramienta de progreso.</p> <p>Al tratarse de un meme de Internet publicado por los administradores de Memes Literarios, por principio bien puede pensarse que el meme adopta la frase de Vasconcelos en términos del significado tradicionalmente asociado a los libros como instrumentos de mejoramiento personal y quizás de formación de aptitudes humanas; sin embargo, la composición de la imagen en tres secciones, muestra los dos cuadros subsecuentes como una representación sarcástica, por usarse los libros como herramientas de desenfreno, diversión y cierta violencia en una “guerra” de libros.</p> <p>El motivo de lo humorístico en la secuencia de este meme es la variación del significado asociado a los libros hasta un punto opuesto.</p>

Revisar la imagen del meme 17 lleva a analizar la secuencia de los tres cuadros, donde el primero refiere a José Vasconcelos y la frase que instaura aparentemente el marco interpretativo de lo expuesto, algo que puede verse como referencia a la institución de la literatura; pero los dos últimos cuadros refieren a unas marionetas del programa televisivo 31 Minutos, cuya asociación con la institución literaria no es clara, y posiblemente, tampoco se pretende que exista tal clase de nexo. Esta última referencia no se acerca más que a la institución de la televisión, pero tampoco se trata de algo tan explícito, por lo que se puede pensar que el programa televisivo no refiere exactamente a la televisión como una institución, sino a una clase de instancia que es conocida por un gran número de individuos.

Es posible pensar que los intersticios constituyen una continuidad general de espacios o situaciones fuera de las áreas institucionales, incluso las zonas de transición entre unas y otras

instituciones; los intersticios apelan a las prácticas y también a la experiencia social de los individuos, de donde parten los procesos de interpretación, reinterpretación y la generación de narrativas propias como experiencias colectivas compartidas, que es justo donde se hacen los memes de Internet.

5.1.3 CULTURA POP COMO CONTEXTO

La teorización del intersticio se aproxima mucho a la propuesta de John Fiske (1987) al respecto de la cultura popular, sin embargo, en el Modelo 1 se plantea Cultura Pop como algo meramente contextual: en el entorno de los memes, la cultura pop (o popular) refiere ciertamente una situación intersticial, ya que se trata de constructos, prácticas y procesos que se hallan fuera de instituciones particulares, pero se ha diagramado por separado para efecto de abordar el proceso de meme como una especie de marco contextual.

Los memes son fenómenos intersticiales, incluso si surgen de instituciones, una institución que se permite subvertir sus valores a fin de ofrecer una historia graciosa no es algo tan extraño de ver en estos últimos años²⁰, aunque esto parece seguir la lógica propia de una era donde los memes de Internet son una constante en la experiencia de la WWW.

En el sentido antes propuesto, se aborda la cultura pop a partir de su función contextual, establecida a partir del precedente que, para un meme, suponen los memes de Internet previos, los sucesos globales y los sucesos locales, las agendas mediáticas vigentes y las diversas temporalidades que entran en juego.

Para ilustrar cómo la cultura pop funge de contexto general para un meme, me serviré del meme 18 de la muestra designada para el presente estudio de Memes Literarios.

²⁰ Prueba de esto es el artículo de Cady Lang (2018) en torno a la popularidad súbita de los memes de una granja museo en Inglaterra.

Tabla 11. Cultura pop como contexto.

<p>Meme #18</p> <p>#10YearsChallenge</p> 	<p>El meme incluye, además de la imagen publicada, el <i>hashtag</i>²¹ #10YearsChallenge. En este meme:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. el contexto lo establece el <i>hashtag</i>, que indica su relación con por lo menos dos tipos de memes previos, uno es el propio <i>10 Years Challenge</i>, y otro son los memes humorísticos inspirados en la referida tendencia²²; 2. se puede entender ese meme previo, el 10 Years Challenge, como un suceso global dada su ocurrencia casi sincrónica en múltiples países y regiones del mundo; 3. el suceso local son los memes humorísticos del tipo 10 Years Challenge, y la incorporación del tema Dorian Gray al meme, en Memes Literarios; 4. la agenda mediática vigente está en la cobertura que da a conocer la tendencia del <i>10 Years Challenge</i> y, en este caso, la acción misma de publicación en Memes Literarios; 5. la temporalidad a la que se ajusta este meme es fugaz como la tendencia misma, esto se puede atestiguar en la imagen inferior, tomada de <i>Google Trends</i>, que exhibe el interés a lo largo del tiempo de las búsquedas de “10 years challenge” en <i>Google</i>.
---	--

Se puede asumir que la tendencia o práctica de súbita popularidad llamada *Ten Years Challenge*, consistente en comparar fotos de uno mismo entre el año 2009 y 2019, es un meme de Internet.

Retomando lo antes dicho sobre las instituciones, la publicación del meme 18 no parece tener obvia referencia literaria más allá de que por ser publicada en Memes Literarios, permite pensar en la novela de Oscar Wilde; sin embargo, las imágenes empleadas remiten al filme El retrato de Dorian Gray, de 2009, dirigido por Oliver Parker, por lo que hay empleo de un recurso de la esfera de la institución del cine para referir a la institución de la literatura.

²¹ Es una forma de etiquetado digital para contenidos en redes de socialización en línea, empleando el símbolo de numeral (#) seguido de una o varias palabras concatenadas, esto permite señalar un tema sobre el que gira una conversación.

²² Se puede conocer más sobre el reto 10 Years Challenge aquí: <https://www.eltiempo.com/cultura/gente/que-es-el-10-years-challenge-el-nuevo-reto-que-se-toma-las-redes-314694> y se puede ver la tendencia de los memes de humor en torno al 10 Years Challenge aquí: <https://www.eluniversal.com.mx/espectaculos/los-mejores-memes-del-10-years-challenge>

5.2 TENSIONES

Hablar de tensiones en este punto es reconocer las negociaciones de sentidos que suceden entre las narrativas generadas por las instituciones, las narrativas intersticiales y las condiciones contextuales que establece la cultura popular, estas tensiones confrontaciones se perciben al interpretar las narrativas preexistentes, y también al reinterpretarlas o al generar nuevas narrativas.

La mención de tensiones remite a la idea de la vitalidad de una cultura que explicaba Itamar Even-Zohar (2005) al decir que si los repertorios canónicos (estándares normativos) de una cultura carecen de estimulación u oposición no-canónica fuerte, éstos llegan a *petrificarse* y resultan en limitación o generación de estereotipos de varios repertorios (2005), debido a lo anterior es que puede pensarse que una cultura con vitalidad debería tener condiciones constantes de tensión entre los valores de sus sistemas centrales y sus repertorios canónicos, versus los sistemas periféricos y sus repertorios no canónicos, donde la determinación de los estándares normativos no sea definitiva, sino que se halle en constante puja por establecer una definición.

5.3 CÓDIGOS MEMÉTICOS

Cuando menciono los códigos meméticos, designo las formas particulares que los memes adoptan, a sus aspectos formales que permiten establecer relaciones de significado y constituirlos como signos.

Conviene recordar que los aspectos formales de cada meme varían según sus tipos, y se derivan de la lógica misma que origina al meme. Ejemplificaré a qué me refiero con esto regresando al último meme empleado y ejemplos de memes de las páginas antes referidas en torno al *10 Years Challenge*.

Tabla 12. Códigos meméticos 1.



Ver más en Instagram



13,520 Me gusta
alexscott2

Baby teeth, A fringe and blonde 🧑 #10yearschallenge 😊

A la izquierda, se aprecia a la persona en 2009 y a la derecha se la ve en 2019. Por lo bajo de la publicación destaca, además de un mensaje, el *hashtag* del reto. Tomado de: <https://www.eltiempo.com/cultura/gente/que-es-el-10-years-challenge-el-nuevo-reto-que-se-toma-las-redes-314694>

2009

2019



Además del meme-tendencia, existieron también memes humorísticos al estilo del 10 Years Challenge, donde dos imágenes eran comparadas, incluso sin tratarse de personas: en el caso del meme situado abajo en este recuadro, se comparaba el precio de los combustibles en México, se carece del *hashtag*, pese a lo cual, la idea logra ser transmitida. La comparación indica el aumento en los precios del combustible, en vez del aspecto de una persona.

Esta imagen y las dos siguientes fueron tomadas de: <https://www.eluniversal.com.mx/espectaculos/los-mejores-memes-del-10-years-challenge>.

#10YearsChallenge

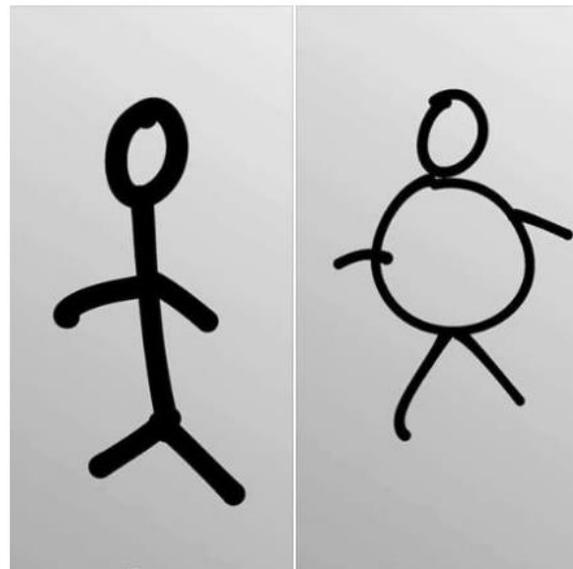
Dorian Gray



La lógica del 10 Years Challenge es precisamente comparar los cambios acontecidos en el aspecto de las personas entre 2009 y 2019 (momento del reto); formalmente eso requiere dos fotografías para efectuar la comparación, una de 2009 y una de 2019.

En el caso de una persona cualquiera, se espera que haya cambios notables, sin embargo, en el meme de Dorian Gray, se hace necesario escribir los años para marcar esa diferencia, dado que el personaje nunca cambia su aspecto, el meme contempla la posibilidad de que no se haya visto el filme tal vez, por lo que un letrero con el nombre de Gray sirve también para poder interpretar el chiste.

No tengo fotos, pero básicamente es esto...
#10YearsChallenge



En este otro meme, las imágenes comparadas carecen de señalamiento de años, pero las diferencias entre una y otra pueden verse como el transcurso de los 10 años.

	<p>Aquí sí se mantuvo el hashtag para indicar su inclusión en el reto. Aquí, la persona sugiere un aumento de peso.</p>
	<p>En este último meme no hay <i>hashtag</i>, y se carece también de un eje horizontal de comparación para las imágenes, es decir, no están una frente a la otra (algo que quizás pueda derivarse de sus siluetas horizontales), sino una encima de la otra; como las imágenes son idénticas, lo que permite verlas como emulando el formato del reto son las marcas que pretenden señalar los años, 2009 y 2019.</p> <p>En este caso, puede entenderse el sarcasmo de la imagen al sugerir que la lentitud en el servicio de salud pública es tal que han pasado diez años sin que nadie se mueva de su sitio.</p>

Al entender que en su mayoría las personas reconocen a los memes como imágenes, resulta evidente que las convenciones y reglas aplicables a los códigos meméticos suelen ser de orden visual para sustentar sus narrativas. En los memes arriba expuestos, la composición de un meme al estilo del *10 Years Challenge* requiere de dos imágenes contrapuestas y visibles, una frente a la otra; aparentemente, si hay distinción entre las imágenes, no se hace necesario especificar los años, y tampoco es requisito indispensable la inclusión del *hashtag*, debido a que los memes de humor sobre el *10 Years Challenge*, no participan en la conversación que implica el *hashtag*, sino que emplean el formato del reto para una propia narrativa humorística: estas claves o reglas formales aplican solamente para los memes al estilo del *10 Years Challenge*.

Tabla 13. Códigos meméticos 2.

<p>Meme # 5</p>	
<p>Cuando escuchas que un cuervo dice "Nunca más..."</p>  <p>Sostén mi viejo y raro libro de saberes olvidados y el busto de Palas Atenea...</p> <p>Hórrido cuervo vetusto y amenazador evadido de la ribera nocturna.</p>	<p>El meme evoca una probablemente muy conocida escena del filme dirigido por Keenen Ivory Wayans, <i>Y dónde están las rubias</i> (2004).</p> <p>La lógica de este tipo de meme funciona en la secuencia siguiente: hay un insulto o reto al que la rubia confronta, para lo que pide que le sostengan la bolsa (o cualquier accesorio) y hace una contestación que sigue la lógica del insulto o la situación, en este caso, versos al estilo <i>El cuervo</i>.</p> <p>La referencia a la institución de la literatura se observa en el lenguaje empleado, que emula los versos, temática y vocabulario en el poema <i>El cuervo</i>, de Edgar Allan Poe.</p>

Los códigos meméticos integran en plantillas (hechas comunmente según aspectos de la cultura popular) la referencias a obras y autores de la institución de la literatura. Sobra decir que el contenido creado no es algo reconocible como literatura, sino como un contenido memético, un meme; en los memes, las referencias literarias pueden hallarse en esquemas de primer grado, cuando directamente refieren a la obra o al autor, como en el meme 3, donde además del logotipo de Copa América se ven directamente las portadas y los nombres de los autores Pablo Neruda y Werverver Tumorro; sin embargo, una referencia también puede estar en un segundo grado de relación, como el meme 18 de Dorian Gray, o el meme 5 donde antes de ver plasmado algo de literatura hay otros discursos que directamente inciden sobre el meme, como el cine.

En los memes, la literatura se subordina a las lógicas expositivas del cine, de las tendencias, de los memes mismos. El meme como medio, está inserto además en una red de coyunturas que integran la localidad, la globalidad, el idioma, temas, eventos y temporalidades que se

mezclan de formas específicas para determinar que un meme en particular sea más popular que otros en un momento dado.

5.3.1 OPERACIONES

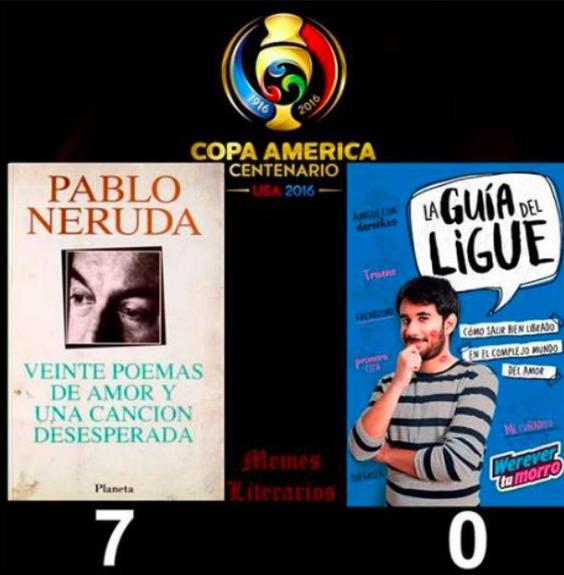
Las referencias que en los memes pueden verse respecto a los cánones literarios, por ejemplo, nunca son directas: no se afirma ni se niega categóricamente y directamente que una obra sea superior o inferior a otra, pero esto sí se refiere mediante distintos tipos de exposiciones, en los 18 memes de la muestra de Memes Literarios existen por lo menos tres ejemplos de esto, asimismo, hay cuatro memes que tratan sobre la lectura que, como ya he descrito, se percibe cual una práctica indisociable de la institución de la literatura. En estos seis casos se percibe un ordenamiento de valores tras procesos de cuestionamiento de referentes, y establecimiento de jerarquías de sentido.

Tabla 14. Operaciones 1.	
Meme #11	Meme #12
<p>CUANDO LEES DOS PÁGINAS DE UN LIBRO Y NO ENTIENDES NADA POR ANDAR PENSANDO EN TU CRUSH...</p>  <p>¿POR QUÉ ERES ASÍ?</p> <p>@Memes Literarios</p> <p>Aquí se refiere al meme <i>por qué eres así</i>, donde usualmente una figura humana se mira al espejo, y se hace esa pregunta, también se mezcla el pensar en el <i>crush</i> (el ser amado), antepuesto a la práctica de la lectura.</p> <p>En los memes 11 y 12, se establece la constante (que se ve también en otros memes fuera de los 18 de la muestra en Memes Literarios) referencia a la lectura, algo que se ve asociado en el meme 11, con un cerebro, que podría denotar intelectualidad.</p>	<p>Quando no entiendes lo que lees por estar pensando en tus problemas</p>  <p>Y tienes que volver a leer ese párrafo</p> <p>El meme 12 es similar al 11, pero se sustenta en otro tipo de meme donde alguien piensa en sus problemas y eso le impide hacer otras cosas.</p>

Meme #12	Meme #17
 <p data-bbox="240 823 799 976">El valor de la lectura como un bien, se cuestiona en el meme #15, ya que afirma que, si se entienden sus efectos como algo que hace mejores a las personas, los resultados visibles de alguien que lee no siempre son tales.</p> <p data-bbox="240 987 799 1167">En la lógica del valor de la lectura, esto representa una especie de contradicción en Memes Literarios, ya que se opone a otras publicaciones de las que se deduce que leer literatura tiene un valor inherente quizás incuestionable, pero que aquí se somete a juicio.</p>	 <p data-bbox="824 940 1383 1060">Un poco en la tónica del meme 12, el 17 cuestiona e ironiza la idea asociada a los libros, que se entiende como referencia también a la lectura y al valor que se le suele adjudicar a éstos.</p>

Al examinar lo que comunican estos cuatro memes, se demuestra que los dos primeros parecen fortalecer las jerarquías de sentido de lo asociado a la lectura, pero no sin asociarse con motivos de risa, es decir, implícitamente puede estar habiendo un distanciamiento por la ruptura de la seriedad (Portilla, 1984); sin embargo, en los últimos dos memes, se aprecia algo que ya se veía anunciado antes en el meme 17, de José Vasconcelos, donde la lectura es vista como un bien, y los libros herramientas del ascenso civilizatorio humano; al igual que en el meme 17 (y mucho más directamente), en el meme 15 los valores asociados a la lectura se ven cuestionados, y establecen nuevas jerarquías de sentido respecto a la idea de la lectura. A continuación presentaré otra clase de ejemplo donde también suceden las operaciones antes descritas de ordenamiento de valores tras el cuestionamiento de referentes y el establecimiento de jerarquías de sentido.

Tabla 15. Operaciones 2.

Meme #1	Meme #2
 <p data-bbox="240 709 776 947">El meme 1 emula el lenguaje de los vendedores en Facebook, quienes dan información sobre productos y servicios mediante el chat privado (<i>inbox</i>), al tiempo que establece a Julio Cortázar como un escritor cuyas obras no son productos para un consumo efímero como las publicaciones de estados en Facebook, frente a Paulo Coelho, quien afirma que las suyas sí lo son.</p> <p data-bbox="240 961 776 1136">Este meme propone a Cortázar como un autor superior a Coelho, cuya creación no es con fines de venta, y se puede ver como trascendental. El meme implica la existencia de por lo menos dos clases de literatura, una creada para venderse (como <i>best sellers</i>, tal vez) y otra caracterizada por su calidad.</p>	 <p data-bbox="808 844 1372 1115">En este meme, de forma similar al meme 1, se ponen frente a frente dos escritores, Pablo Neruda y Werverver Tumorro, a los cuales el marcador (con una gran diferencia de goles) clasifica como ganador y perdedor. El libro de Neruda se ve mejor posicionado que el de Tumorro según la valoración que supone el marcador deportivo, y se refieren cuestiones de fondo también sobre la calidad de las obras literarias.</p>
<p data-bbox="240 1157 386 1188">Meme #13</p>  <p data-bbox="240 1192 776 1514">Pon atención morra, te voy a enseñar a algunos de los escritores mexicanos más chipoccludos.</p> <p data-bbox="240 1520 776 1835">Él es Ignacio Manuel Altamirano, estaba más feo que una blasfemia, pero escribía re-bonito.</p>	 <p data-bbox="808 1192 1372 1514">Esta es Sor Juana Inés de la Cruz, una de las mentes más brillantes de la Colonia, pero la raza solo la reconoce por salir en los billetes de \$200.</p> <p data-bbox="808 1520 1372 1835">Ella es Elena Garro, se le considera una de las precursoras del Boom Latinoamericano, su pareja de un tiempo fue Octavio Paz, ese vato ganó un Nobel.</p>

 <p>Aquí está José Emilio Pacheco, a lo mejor escuchaste la rola de Café Tacvba basada en su obra, gracias a él muchos aprendimos a amar a las MILF.</p>	 <p>Y él es José Revueltas, neta que si hubiera vivido hoy en día no lo habrían bajado de chairó.</p>
 <p>Carlos Fuentes, su libro sobre la vida en Chilangolandia es uno de los referentes de la literatura nacional.</p>	 <p>¡Comala!</p>
 <p>¿Juan Nepomuceno Carlos Pérez Rulfo Vizcaíno?</p>	 <p>¿Qué haces aquí? ¿No deberías estar buscando rencores vivos y esos ecos viejos que resuenan por todo el pueblo?</p>
 <p>Este wey es la neta, sus cuentos son bien chingones y nos hizo a todos hermanos, porque todos somos hijos de Pedro Páramo.</p>	<p>El meme 13 presenta coincidencias y diferencias con las jerarquías convencionales de la literatura. Por un lado se ensalza la obra de Juan Rulfo, pero pasa desapercibido Octavio Paz, aún cuando se menciona la distinción recibida por éste en el premio nobel de literatura; de igual forma, se presenta a Paz como pareja temporal de la escritora Elena Garro, aunque convencionalmente ha sido al revés la presentación de esa pareja.</p> <p>El sentido general de este meme reconoce la calidad de ciertas obras literarias, pero no necesariamente según las formas tradicionales de juzgarla, donde las distinciones como el nobel son algo imperdible.</p>

La calidad de las obras literarias tradicionalmente se ha definido en términos de reconocimientos y el apego a cánones estéticos que las han establecido como referentes de otras tantas obras. Los memes 1 y 3 parecen no cuestionar sino más bien reafirmar estas ideas, aunque el meme 13 propone su propia idea de un canon, incluso desde la selección de autores que expone.

Esta clase de evidencias en los memes de Memes Literarios invita a pensar que no todos y cada uno de los memes desecha los valores de las referencias y marcos de sentido institucionales de donde se originan, sin embargo, sirven en algunos casos para revisar cuestiones de fondo sobre los supuestos que implican los valores propios de tales conjuntos culturales.

5.4 MEMES EN BUSCA DE AUTOR

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 intersticial colectiva que, a diferencia de las producciones institucionales, no respeta las categorías tradicionales de autor, canon, ni de obras.

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.

Además de carecer de autores, como se ha visto, los memes también carecen de formas acabadas, ya que cualquier persona con capacidad técnica y la intención de hacerlo, puede crearlos, modificarlos y ponerlos en circulación; los memes son obras abiertas, cuyas referencias pueden atravesar múltiples instituciones a la vez en diversas capas de significado, posiblemente, todas ellas imbricadas en cada una de sus replicaciones. Lo anterior implica que los memes tampoco tienen una normativa fija que diga hasta donde se puede llegar o cómo deben ser para ser memes exitosos, así, los memes no tienen autor específico, no son obras en el sentido típico del concepto y no suelen ajustarse a cánones estéticos o de otros típicos.

5.2 EL MEME COMO MEDIO Y COMO FIN

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 signos

debe cifrarse en una duración extendida, o longevidad, mediante narrativas recurrentes, o de largo alcance, pero también, en nanohistorias (Wasik, 2009), eventos inesperados y difíciles de reproducir, cuya lógica de expansión no se afianza en el tiempo, 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 signos mediante la renovación de formas en los memes que adoptan narrativas largas; a su vez, las nanohistorias son identificables por su cualidad de permanencia de forma.

Se podría entender la forma casi incambiable de los memes del *10 Years Challenge*, como ejemplo de una nanohistoria, versus la persistente presencia de los memes sobre lectura en Memes Literarios, como ejemplo de una narrativa larga.

Según lo que Alessandro Baricco (2009) 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 al tiempo que permiten efectuar tales desplazamientos en periodos muy breves en comparación con estándares tradicionales de tiempo, a estos dispositivos culturales que Baricco reconoce como preferidos de los bárbaros, les ha llamado *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.

Ya antes he expuesto ejemplos de memes en la muestra de Memes Literarios donde la cultura pop se ha concretado antes en un meme y ese meme ha servido de precedente para una nueva generación de memes. 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 uróboros, 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 es 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.

CAPÍTULO 6. DE MEMES A CONCLUSIONES

A lo largo de este trabajo se ha insistido en la condición de los memes como medio para la enunciación de casi cualquier cosa en la WWW. En el apartado anterior he afirmado además que la constitución de sí mismos como referentes para futuros códigos meméticos hace que también los memes sean un fin del proceso que los toma como medio para comunicar y producir sentido.

Reflexionar lo que supone el proceso inacabable de producir sentido mediante los memes conlleva a tomar conciencia de procesos germinales de mediatización, donde los memes (medios intersticiales de comunicación) empiezan a moldear históricamente las relaciones sociales y las prácticas cotidianas de los actores sociales que los emplean (Livingstone, 2009).

Reconocer las formas en que los memes condensan el sentido implica también reconocer el papel de las mediaciones que se dan a través de ellos: las articulaciones entre prácticas de comunicación y movimientos sociales, temporalidades y lógicas culturales que los integran; más que meras abstracciones teóricas, estos procesos dan cuenta de transformaciones profundas, de las incursiones bárbaras a las que como individuos nos hemos sumado, y de que entre miles de bromas, hemos plasmado realidades y sentidos que forjan los moldes de nuevos sentidos y nuevas realidades.

Entre los aportes de este trabajo, he tratado de dar cuenta de los procesos comunicativos acontecidos en los memes más populares que fueron publicados en los últimos tres años en este espacio, integrando el reconocimiento de sus contextos y contenidos específicos; reconozco la enunciación de los códigos meméticos y la síntesis de los memes como medios y fines de sus procesos de producción y comunicación, mismos que he empleado para explicar mi exploración de un espacio que parece verse y reconfigurarse dentro de sus mensajes, donde se ha podido ver indicios de reformas a la idea de la institución de la que éste parte para constituirse.

Ha sido un acierto el empleo del criterio de selección temática del espacio de indagación, pues explorar Memes Literarios desde una búsqueda centrada en sus procesos de comunicación me hizo dejar de lado mi interés personal por los contenidos para centrarme en los desplazamientos de sentido en la superficie de las referencias y formas simbólicas de

lo visual, atisbando en los procesos que instauran conversaciones a veces irrepetibles y efímeras, y otras tantas en permanencia.

Reconozco que los códigos meméticos no terminan en lo que es posible ver en Memes Literarios, sino que este sitio viene a ser una especie de remanso en el flujo incontrolable de los memes, donde de filtran memes de Internet de clases específicas, pero en otros espacios con mayor amplitud temática hay posibilidad de reconocer una gran variedad de formatos, lógicas, operaciones y desplazamientos e inversiones a nivel de cómo los signos se constituyen, a veces intercambiando drásticamente las posiciones entre significados y significantes.

La selección de la muestra según los criterios de memes exitosos supuso un límite insospechado para el trabajo, pues aunque considero válida la justificación que usé para seleccionar las 18 publicaciones con más interacciones registradas en Memes Literarios, su delimitación me impidió observar de forma cercana procesos generales que acontecen en la inmensa mayoría de los memes de Internet que ahí se publican, ya que el trabajo se avocó al estudio de los memes más inusuales en el sentido de sus altas medidas de los registros de interacción.

Algo curioso para considerar sobre Memes Literarios es que al inicio de mi trabajo, cuando apenas planteaba y planeaba la exploración aquí, la página contaba con cerca de 1.5 millones de usuarios, y en el transcurso de mi indagación, superó los 1.6 millones, situándose cerca de los 1.7 millones de usuarios; pese a tener ese número de seguidores, la publicación con mayor número de interacciones en el periodo muestreado rondó los 54 mil puntos de interacción total, lo que indica que sólo un porcentaje mínimo de los seguidores totales interactúa de forma alguna con las publicaciones.

Resulta una verdadera sorpresa pensar que los memes son expresiones humanas quizás motivadas por la mera posibilidad de su existencia, dadas las facilidades de manipulación de contenidos mediáticos y por el tedio de la experiencia de la cotidianidad y las rutinas, más que por casi cualquier otro motivo; sin embargo, tales comunicaciones, puestas en circulación adquieren sentidos insospechados, toman densidades subrepticias y aún evidencian interpretaciones que hacemos de nuestra cotidianidad que pueden ofrecer revelaciones asombrosas para otros, y con el tiempo, incluso para nosotros mismos.

ANEXOS

ANEXO 1. PUBLICACIONES CON MAYOR CONTEO 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/>

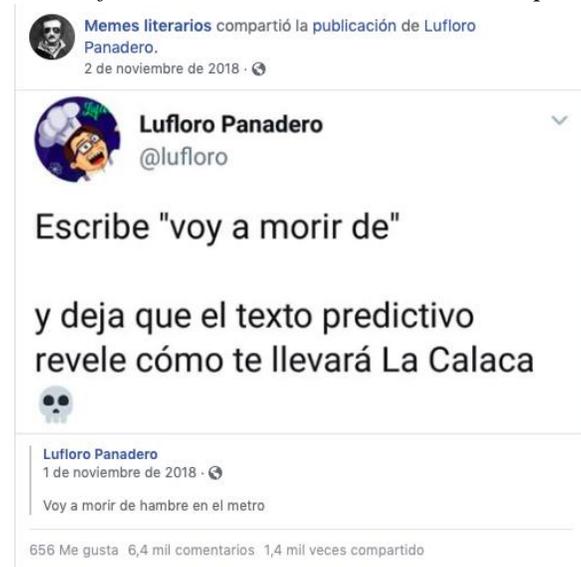
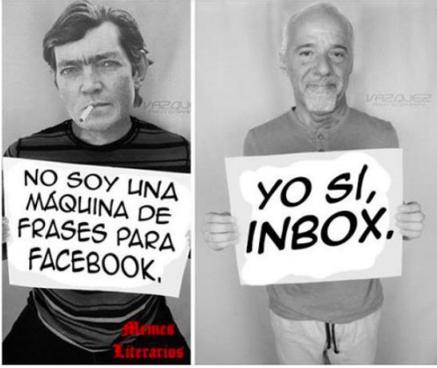


Ilustración 14. <https://www.facebook.com/252598331536125/posts/1754232258039384/>

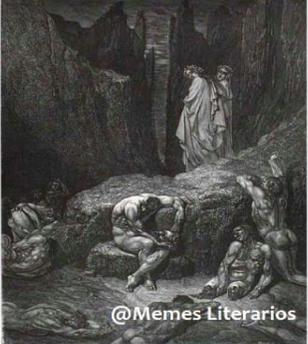
ANEXO 2. REFERENCIA GENERAL DE LOS MEMES DE LA MUESTRA

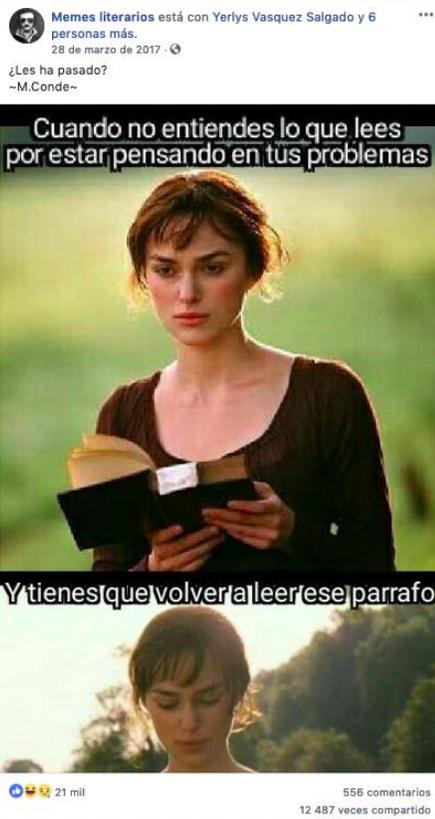
TABLA 15. REFERENCIA GENERAL PARA LAS PUBLICACIONES DE LA MUESTRA				
#	Fecha	Referencia	CLAVE	IMAGEN

1	20/enero/2016	Julio Cortázar versus Paulo Coelho como máquinas de frases para Facebook.	CORTÁZAR VS COELHO	 <p>Memes literarios está con Hugo Juz Gtz. 20 de enero de 2016 · 🌐</p> <p>Muchas gracias a Fer Zavala por su sugerencia 😊 -Primate-</p> <p>👍❤️👍 20 mil 367 comentarios 10 983 veces compartido</p>
2	25/mayo/2016	Plankton y la vida postestudiantil.	PLANKTON	 <p>Memes literarios está con Emmanuel Campos y 30 personas más. 25 de mayo de 2016 · 🌐</p> <p>-Primate-</p> <p>¡Felicidades!</p> <p>Estás a punto de graduarte, de lanzarte a la aventura máxima que es la vida como profesionista. Dinos, ¿qué planes tienes para el futuro?</p> <p>...No sé. Nunca pensé que llegaría tan lejos.</p> <p>👍❤️👍 27 mil 1216 comentarios 24 673 veces compartido</p>
3	19/junio/2016	Pablo Neruda versus Werver Tumorro comparados según Copa América.	NERUDA VS WEVER	 <p>Memes literarios está con Rangel Mijares Mario. 18 de junio de 2016 · 🌐</p> <p>-Primate-</p> <p>COPA AMÉRICA CENTENARIO USA 2016</p> <p>PABLO NERUDA VEINTE POEMAS DE AMOR Y UNA CANCIÓN DESESPERADA</p> <p>LA GUÍA DEL LIGUE COMO SABER BEBER LIBRADO EN EL COMPLEJO MUNDO DEL AMOR</p> <p>7 0</p> <p>👍❤️👍 22 mil 355 comentarios 6639 veces compartido</p>

4	27/junio/2016	Meme <i>Nick Young confundido</i> cuando Zeus no embaraza a nadie en una lectura de mitología griega.	ZEUS NO EMBARAZA	
5	20/agosto/2016	Meme <i>sostén mi bolso</i> que emula a <i>El Cuervo</i> de Poe.	EL CUERVO/ BOLSO	

6	11/octubre/2016	Nociones de amor de Zeus, Apolo y Eros.	AMOR DE ZEUS	 <p>Memes literarios está con Nicolás Ignacio Gallardo Beltrán y 6 personas más. 10 de octubre de 2016 · 🌐</p> <p>-Primate-</p> <p>El amor en la mitología griega.</p> <p>Apolo El amor no puede forzarse; no puedo obligarte a que me ames, así como no puedes obligarme a que deje de hacerlo.</p> <p>Eros Si tú supieses quién soy. Conténtate confiando en mi amor, que es tuyo para siempre.</p> <p>Zeus Oye, ¿Follamos?</p> <p>@Memes Literarios</p> <p>👍❤️🔥 19 mil 452 comentarios 13 946 veces compartido</p>
7	23/noviembre/2016	Meme de Los Simpson que ilustra relación de matemáticas y la humanidades.	MATE / HUMANIDADE S	 <p>Memes literarios está con Juan Carlos Castellanos y 15 personas más. 23 de noviembre de 2016 · 🌐</p> <p>-Sheridann-</p> <p>Estudiantes de Letras y Sociales</p> <p>MATEMATICA BASICA</p> <p>@Memes Literarios</p> <p>👍❤️🔥 23 mil 786 comentarios 9538 veces compartido</p>

8	25/diciembre/2016	Imagen de isaac newton constituida un meme de <i>bonita reflexión</i> .	BONITA REFLEXIÓN	<p>Memes literarios está con Claribel Milan y 7 personas más. 24 de diciembre de 2016 · 🌐</p> <p>-Sheridann-</p> <p>Ya que casi es Navidad, les dejo esta hermosa reflexión de Isaac Newton.</p>  <p>@Memes Literarios</p> <p>👍❤️👍 25 mil 234 comentarios 12 084 veces compartido</p>
9	31/diciembre/2016	Meme <i>poner en práctica lo que lees</i> : Billy y Mandy con <i>El gato negro</i> de Poe.	GATO NEGRO POE	<p>Memes literarios está con Edgar Eduardo Martínez Medel y 3 personas más. 15 de enero de 2017 · 🌐</p> <p>-M.Conde-</p> <p>Cuando te dicen que pongas en práctica lo que lees, pero sólo has leído "El gato negro"</p>  <p>memes literarios</p> <p>👍❤️👍 23 mil 270 comentarios 6856 veces compartido</p>
10	09/febrero/2017	Infierno de la divina comedia relacionado con el <i>pasito perrón</i> .	DANTE/PASITO PERRÓN	<p>Memes literarios está con Cainseth Phoenix y 8 personas más. 8 de febrero de 2017 · 🌐</p> <p>-Sheridann-</p> <p>Virgilio: La verdad es que fueron buenas personas, pero le dieron like al video del niño dios bailando el pasito perrón.</p>  <p>@Memes Literarios</p> <p>👍❤️👍 27 mil 1551 comentarios 20 510 veces compartido</p>

11	22/febrero/2017	Meme <i>por qué eres así</i> : un cerebro al espejo que lee sin entender por pensar en el <i>crush</i> .	CEREBRO/LEER/CRUSH	 <p>Memes literarios está con Claudia Ariely Rosas y 2 personas más. 21 de febrero de 2017 · 🌐</p> <p>-Sheridann-</p> <p>CUANDO LEES DOS PÁGINAS DE UN LIBRO Y NO ENTIENDES NADA POR ANDAR PENSANDO EN TU CRUSH...</p> <p>¿POR QUÉ ERES ASÍ?</p> <p>@Memes Literarios</p> <p>18 mil 681 comentarios 9345 veces compartido</p>
12	18/marzo/2018	Filme <i>Orgullo y Prejuicio</i> , una lectura interrumpida por pensar en problemas.	ORGULLO Y PREJUICIO	 <p>Memes literarios está con Yerlys Vasquez Salgado y 6 personas más. 28 de marzo de 2017 · 🌐</p> <p>¿Les ha pasado? ~M.Conde~</p> <p>Cuando no entiendes lo que lees por estar pensando en tus problemas</p> <p>Y tienes que volver a leer ese párrafo</p> <p>21 mil 556 comentarios 12 487 veces compartido</p>

13	16/mayo/2017	Meme de Toy Story <i>pon atención, te voy a enseñar</i> a los escritores mexicanos más chipoccludos.	TOY STORY/ ESCRITORES	 <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 chipoccludos.</p> <p>Escritores mexicanos</p> <p>12 fotos</p> <p>6,9 mil Me gusta · 775 comentarios · 25 mil veces compartido</p>
14	12/enero/2018	Las chicas súper poderosas versus los fans de Nietzsche.	FANS DE NIETZCHE	 <p>Memes literarios 11 de enero de 2018 · 🌐</p> <p>Meme compartido por una seguidora anónima</p> <p>-Psycho-</p> <p>Cuando tu amigo, el fan de Nietzsche, descuida su cuaderno.</p> <p>Christo te gusta</p>
15	21/octubre/2018	Vicente Fernández revela <i>acá entre nos...</i> leer no hace mejores a las personas.	ACÁ ENTRE NOS...	 <p>Memes literarios está con Ma Stela Mendez y 2 personas más. 21 de octubre de 2018 · 🌐</p> <p>-Jaromir-</p> <p>Acá entre nos, quiero que sepas la verdad:</p> <p>Leer no hace mejores a las personas. Hay quienes leen mucho y son patanes ególatras carentes de empatía</p> <p>16 mil · 437 comentarios · 16 008 veces compartido</p>

16	12/enero/2019	Meme <i>ven a mi casa</i> entre Hamlet y Ofelia.	HAMLET/ VEN A MI CASA	<p>Memes literarios está con Ivonne Bautista. 12 de enero</p> <p>Ofelia: ven a mi casa. Hamlet: no puedo, estoy escondiendo un cuerpo. Ofelia: no esta mi papá. Hamlet: ya sé.</p>  <p>20 mil 461 comentarios 17 908 veces compartido</p>
17	14/enero/2019	31 minutos ilustra con una <i>guerra de libros</i> una frase de José Vasconcelos.	"GUERRA DE LIBROS"	<p>Memes literarios está con Israel Castañeda y Angelica Cisneros. 14 de enero</p> <p>Crédito: Fuego Azul</p>  <p>13 mil 545 comentarios 18 152 veces compartido</p>

18	17/enero/2019	Dorian Gray hace el <i>10 years challenge</i> .	GRAY/10 YEARS CHALLENGE	
----	---------------	---	-------------------------	--

ANEXO 3. GRÁFICOS DE REGRESIÓN LINEAL

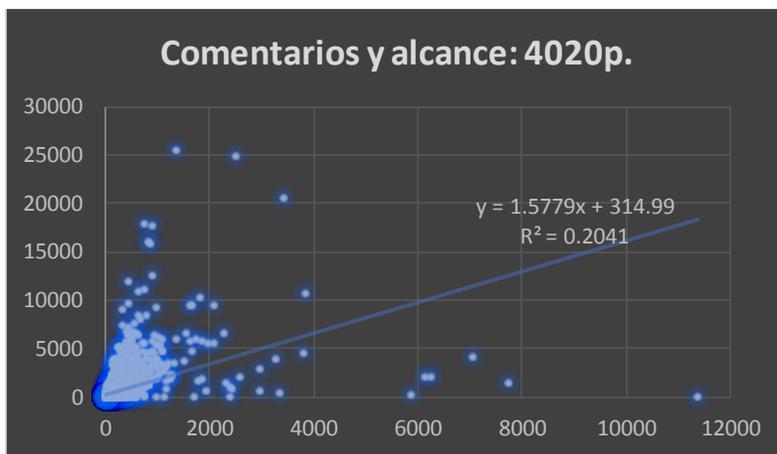


Gráfico 4. Correlación entre Comentarios y Alcance del corpus total, con 4020 publicaciones.



Gráfico 5. Correlación entre Reacciones y Comentarios del corpus total, con 4020 publicaciones.

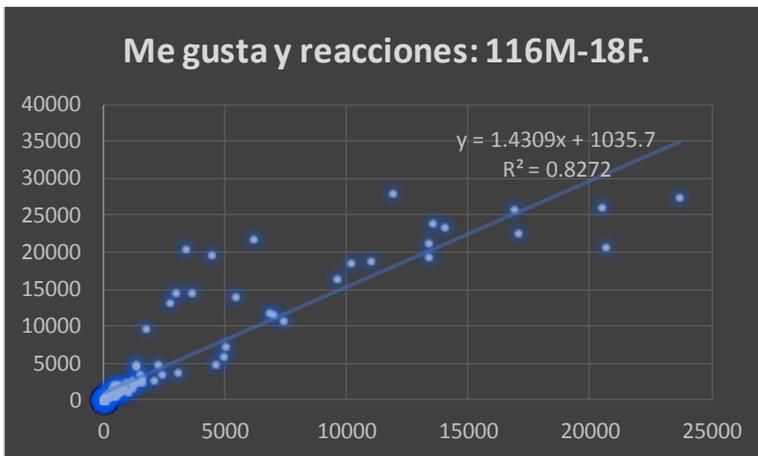


Gráfico 6. Correlación entre Me gusta y Reacciones del contexto de la muestra, con 116 publicaciones.



Gráfico 7. Correlación entre Me gusta y Reacciones en la muestra, con 18 publicaciones.

ANEXO 4. CATEGORÍAS DE CODIFICACIÓN ANALÍTICA

Tabla 10. Categorías resultantes de codificaciones analíticas.

Coyunturas (naranja)

Meme #2



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.

Meme #3



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.

Cultura pop como generadora de memes o picos de atención (azul)

Memes #5 y 18



Según *Google Trends*, en los últimos 5 años, 16 y 22 noviembre de 2014, sin embargo, el segundo periodo más alto de atención a esta búsqueda fue entre julio y octubre de 2016. Considerando que la película data del año 2004, su relevancia actualizada podría deberse a las tendencias de los memes surgidos de ella.

El meme #5 fue publicado el 19 de agosto de 2016, lo cual indica un enmarcamiento temporal situado dentro de la tendencia o el 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.



El meme #18 fue publicado el 17 de enero de 2019, inmerso en los días de mayor popularidad del *10 Years Challenge*, por lo cual podemos ver que su popularidad parte de la de esta dinámica social. La temporalidad del evento de referencia es muy situada, arraigada en el suceso de la práctica viral.

Refrendar, cuestionar o proponer cánones (rojo)

Esta función se aprecia en el meme #13, que 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 *chipocludo* se refiere *talentoso*.



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.

Meme #13





Este meme 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.

Meme #1



Tensiones con otros discursos además de la literatura (gris)

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.

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.

Las reacciones de este meme son principalmente de Agradación, lo que constituye el 99% de las reacciones, según la **Tabla 3**. 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 Werewer Tumorro.

Meme #4

CUANDO LLEVAS UN RATO LEYENDO MITOLOGÍA GRIEGA Y ZEUS NO ESTÁ EMBARAZANDO A NADIE...



@Memes Literarios

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.

Prácticas e identidad de sus lectores (verde)

Meme #11

CUANDO LEES DOS PÁGINAS DE UN LIBRO Y NO ENTIENDES NADA POR ANDAR PENSANDO EN TU CRUSH...



@Memes Literarios

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 #6

El amor en la mitología griega.



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.

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.

ANEXO 5. RELACIONES ENTRE CÓDIGOS ANALÍTICOS

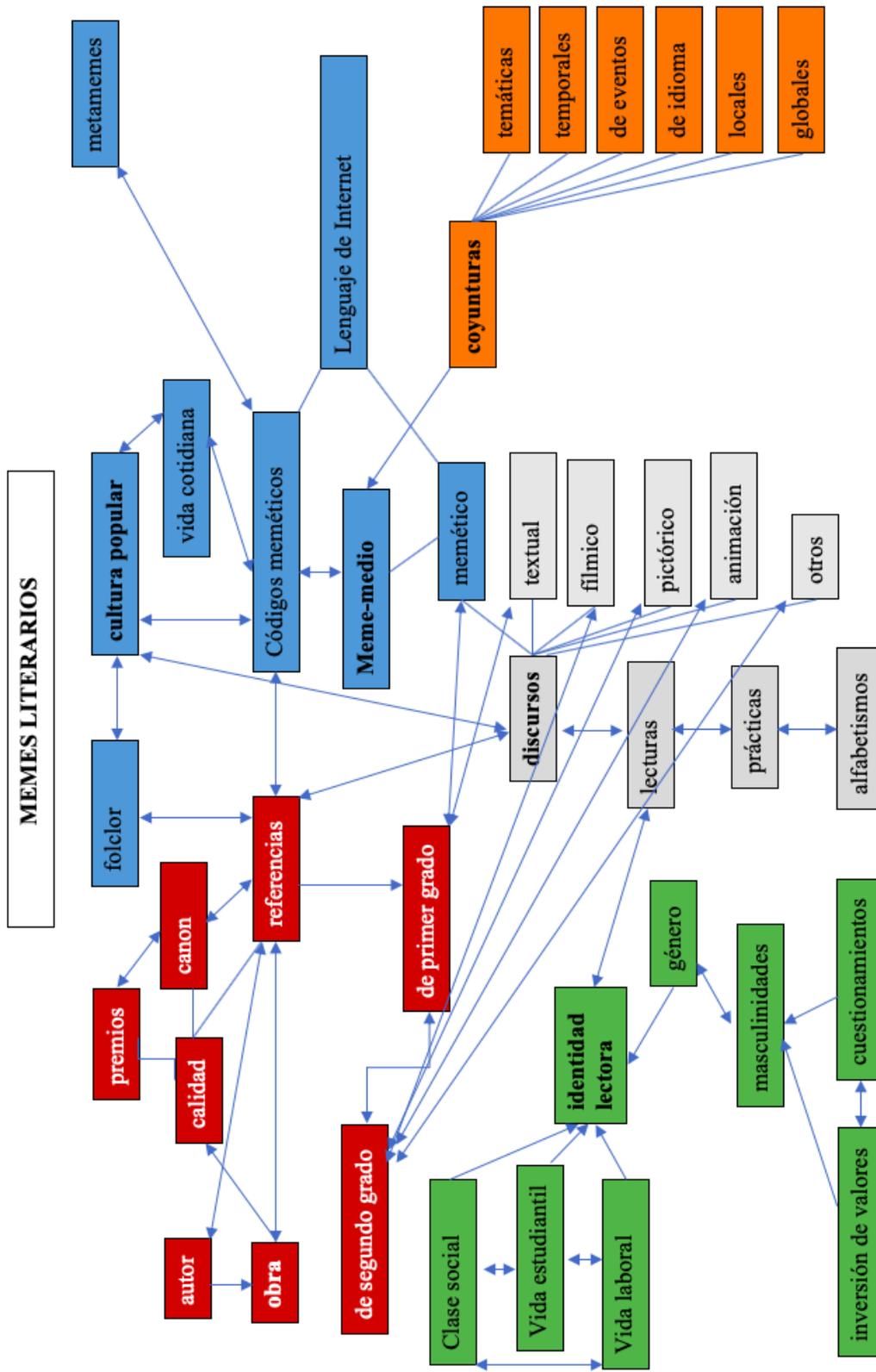


Diagrama 1. Integración de relaciones entre categorías analíticas de Memes Literarios.

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.
- Altares, G. (13 de octubre de 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 el 20 de julio de 2018.
- Altares, G. (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 el 20 julio de 2018.
- 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.
- Baricco, A. (2009). *Los bárbaros. Ensayo sobre la mutación*. España: Anagrama.
- Blackmore, S. (2000). *The meme machine* (Vol. 25). Oxford Paperbacks.
- 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.
- 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
- Castaño Díaz, C. M. (2013). Defining and characterizing the concept of Internet Meme. *Revista CES Psicología*, 6(2), 82-104.
- Cerdà, F., & Planas, N. (2011). Facebook's Potential for Collaborative e-Learning. *RUSC: Revista de universidad y sociedad del conocimiento*, 8(2), 197-210.

- Craig T. Robert. (2008) "Communication in the Conversation of Disciplines", *Russian Journal of Communication*, I (I), (Winter 2008), 7-23.
- Coscia, M. (2017). Popularity spikes hurt future chances for viral propagation of protomemes. *Communications of the ACM*, 61(1), 70-77.
- 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.(Junio de 2016). Del view al share: el papel de la comunicación viral en la transformación del ecosistema mediático. *Palabra Clave*, 19(2), 501-525. DOI: 10.5294/pacla.2016.19.2.7
- Dawkins, R. (1976). *The selfish gene*. UK: Oxford University Press.
- De Certeau, M. (2000). *La invención de lo cotidiano: I Artes de hacer*. México: Universidad Iberoamericana, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.
- Deleuze, G. & Guatarri, F. (1994). *Rizoma, introducción*. México: Ediciones Coyoacán.
- Eguinoa, A. E. (2000) El lector alumno y los textos literarios. *Colección Pedagógica Universitaria*, 34, 31-53.
- Even-Zohar, I. (2005). Polysystem Theory (Revised). En Even-Zohar, I. (2005). *Papers in Culture Research*. Tel Aviv: Porter Chair of Semiotics (Temporary electronic book).
- John Fiske (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.
- Giménez, G. (2007) *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*. Guadalajara: ITESO.
- Gladwell, M. (2006). *The tipping point: How little things can make a big difference*. Little, Brown.
- González, J. (2014). Grafos y genética de los acontecimientos: representando las relaciones entre eventos, comunicación no mediática, comunicación mediática y viralización. *Revista Nexus Comunicación*.
- Güell, P. (2008). ¿Qué se dice cuando se dice cultura? Notas sobre el nombre de un problema. *Revista de sociología*, (22).

- Jenkins, H.; Greene, J.; Ford, S. (2013) *Spreadable media. Creating value & meaning in a networked culture*. Nueva York: New York University Press.
- Jensen, K. B. (2012): 11. "The cultural contexts of media and communication", *A handbook of Media and Communication Research. Qualitative and Quantitative Methodologies. Second Edition*. London & New York: Routledge, pp. 320-345.
- Jurvetson, S. & Draper, T. (1997) Viral marketing: Viral marketing phenomenon explained. *DFJ Network News*.
- Knobel, M., & Lankshear, C. (2007). Online memes, affinities, and cultural production. *A new literacies sampler*, 29, 199-227.
- Knobel, M., & Lankshear, C. (2007a). Sampling "the New" in New Literacies. *A new literacies sampler*, 29, 1-24.
- Knobel, M., & Lankshear, C. (2007b). Online memes, affinities, and cultural production. *A new literacies sampler*, 29, 199-227.
- Kozinets, R. V. (2015). Netnography. En *The International Encyclopedia of Digital Communication and Society*. JohnWiley & Sons, Inc.
- Lang, C. (11 abril 2018) A farm museum's memes are going viral. Yes, a farm museum. Time. Recuperado de: <http://time.com/5236240/farm-museum-monterey-bay-aquarium-viral-memes/> el 29 de abril de 2019.
- 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.
- Livingstone, S. (2009). Foreword: Coming to terms with mediatization. En K. Lundby (Ed.) *Mediatization: Concept, changes, consequences*, Pp. ix-xi. Nueva York: Peter Lang.
- Martí, M. (08 de abril de 2016) Sitelabs. *Qué es el Web Scraping? Introducción y herramientas*. Recuperado de <https://sitelabs.es/web-scraping-introduccion-y-herramientas/>
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones*. Ediciones Gili, Barcelona.

- 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. doi:10.17011/ht/urn.201511113638
- McNeill, L. (2017). Lol and the world lols with you: memes as modern folklore. En *Phi Kappa Phi Forum*. 4(97), 18-21. National Forum: Phi Kappa Phi Journal.
- 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.
- 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, el 9 de noviembre de 2018.
- 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. doi:10.19195/1899-5101.9.1(16).5
- 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.
- Procházka, O. (2014). Internet Memes – A New Literacy?. *Ostrava Journal Of English Philology*, 6(1), 53-74.
- 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. En *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.

- Rocha, A., & Pereira, A. (2017). Matriz metodológica para análisis de comunidades virtuales de práctica. *Revista Lusofona De Educação*, 36(36), 81-97.
- 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 el 19 junio 2018.
- 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*. Editorial Gedisa.
- Shannon, C. E. (2001). A mathematical theory of communication. *ACM SIGMOBILE Mobile Computing and Communications Review*, 5(1), 3-55.
- Shifman, L. (2014). The cultural logic of photo-based meme genres. *Journal of Visual Culture*, 13(3), 340-358.
- Tendencias de Búsqueda de Google. (Sin fecha). En Wikipedia. Recuperado el 18 de enero de 2019 de https://es.wikipedia.org/wiki/Tendencias_de_b%C3%BAsqueda_de_Google.
- Thompson, John B. (1990): "El concepto de cultura", en *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación en masas*. México: UAM Xochimilco (1998), pp. 183-240.
- 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.
- Wasik, B. (2009). *And then there's this: How stories live and die in viral culture*. New York: Penguin.
- Williams, R. (2000) *Marxismo y Literatura*. (2ª ed.) Barcelona: Península.
- 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.

Zayas, V. A. (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.