

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIOLOGÍA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN



ANÁLISIS SOCIOCULTURAL DEL CONOCIMIENTO Y DE LA COMUNICACIÓN
TRABAJO DE FIN DE MÁSTER

“La función del meme en una controversia sobre representación racial y cultural a propósito de las dos primeras producciones de Netflix en el Perú”

Por: Rodrigo Gozalo Bohl

Tutora: Eva Aladro Vico

Madrid, 05 de septiembre de 2022

RESUMEN:

El presente trabajo tiene por objetivo analizar la función de los memes en una controversia pública digital acerca de representación racial y cultural en el Perú. Los memes, signos y textos que configuran discursos, nos permiten conocer los modos de ver de públicos nuevos y diferentes. Por el modo en que circulan en la esfera pública digital tienen un impacto significativo sobre los temas que reciben atención como parte del debate. Sin embargo, a la vez que amplían el alcance de los discursos, merman también la capacidad crítica, reflexiva y de diálogo de individuos y grupos.

PALABRAS CLAVE: memes de Internet; redes sociales; esfera pública digital; controversia pública; mediatización.

ABSTRACT:

The following study analyses Internet meme's function in a public digital controversy about racial and cultural representation in Peru. Memes, signs and texts that configure discourses, allow us to access new and different public's perspectives. Because of how they circulate in the public digital sphere they can achieve a significant impact on the topics that receive people's attention as a part of the debate. Nonetheless, as they expand discourse reach, they also negatively affect critical and reflective thinking, as well as dialogue between individuals and groups.

KEYWORDS: Internet memes; social media; digital public sphere; public controversy; mediatization.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN	5
2. MARCO TEÓRICO	7
2.1. El meme: estado de la cuestión	7
2.1.1. Origen del término	8
2.1.2. Crítica a la perspectiva evolucionista	10
2.1.3. Era digital y aparición del meme de Internet: un cambio de perspectiva	7
2.1.4. Una propuesta teórica desde la semiótica y la comunicación	15
2.1.5. Estructura del meme	16
2.1.6. Aspectos adicionales	17
2.1.6.1. Intertextualidad, bricolaje y remediación	17
2.1.6.2. Prevalencia de lo visual	19
2.1.6.3. Uso del humor	21
2.2. Memes y cultura de participación: esfera pública en la web 2.0	22
2.2.1. Definición de esfera pública	22
2.2.2. Mediatización digital de la esfera pública	23
2.2.3. El meme en la esfera pública digital: la cultura de la participación	26
3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, OBJETIVOS E HIPÓTESIS DE TRABAJO	29
3.1. Planteamiento del problema	29
3.2. Objetivos	29
3.2.1. Objetivo general	29
3.2.2. Objetivos específicos	30
3.3. Hipótesis	30

4. METODOLOGÍA	32
4.1. Enfoque	32
4.2. Selección del corpus	34
4.3. Procedimiento de análisis	36
5. ANÁLISIS DE RESULTADOS	38
5.1. Genealogía de la controversia: actores, acontecimientos y memes	38
5.2. Funciones del meme en la controversia	53
5.3. Fin de la controversia: ¿Hubo algún cambio significativo?	57
5.4. Limitaciones del meme como herramienta participativa y peligros de una controversia pública digital	58
6. CONCLUSIONES	61
6.1. Limitaciones del estudio y recomendaciones para futuras investigaciones	63
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	65

1. INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN

Definir lo que es un meme es una tarea que puede parecer compleja y es que efectivamente se trata de un concepto problemático. Al ser un campo de investigación relativamente reciente, así como por su íntima relación con la naturaleza dinámica del Internet, las redes sociales y la tecnología digital, se caracteriza por marcadas diferencias respecto de lo que vendría a ser la definición de su objeto de estudio.

Paradójicamente, fuera del ámbito académico investigativo, esta falta de consenso no parece dificultar al individuo promedio el poder identificar que tal o cual estímulo es, sin lugar a duda, un meme. Algunos quizás se guíen por su formato más habitual, el de una imagen acompañada de texto; otros por su estética poco pulida, tipo pastiche; otros por sus referencias a personajes, acontecimientos o símbolos de la cultura mediática popular; o por su sentido del humor basado en parodias, burla, sarcasmo; o el medio a través del cual les llegó el meme: WhatsApp, Twitter, Instagram, etc.

Nuestro punto de partida para el presente trabajo será revisar las diferentes tradiciones que han querido definir lo que es un meme y escoger la que creemos es la mirada más apropiada para entender el fenómeno hoy en día y en el contexto específico de la esfera pública digital.

En cualquier caso, una característica en la que la mayoría de los teóricos parece converger tiene que ver con la circulación, alcance e influencia del meme. Gracias a las tecnologías y medios digitales, el meme, siempre y cuando logre enganchar cognitiva y emocionalmente con individuos y colectivos que lo soporten y promuevan, puede llegar a impactar en la sociedad de forma significativa.

El Internet y las redes sociales tienen un lugar importante aquí. Han influido en la forma en la que construimos la realidad y nos acercamos a una definición de lo común, en aquello que conocemos como esfera pública, sus controversias, sus debates, la manera como nos comunicamos, gestionamos problemas y los solucionamos dentro de ella. Estas tecnologías abren y facilitan la participación de muchas personas, ya no solo en forma de entes receptivos, como en el pasado, sino como productores de información.

En este contexto, el meme tiene una participación notable, difícil de ignorar, que resulta sumamente significativa para comprender la naturaleza y dinámica de la interacción y comunicación digital actual, en el contexto de controversias y debates de la esfera pública.

Para explorar estas cuestiones es que el presente trabajo atenderá a una controversia y debate público reciente, sucedido en el Perú, en la que el meme figuró como parte de la interacción y comunicación. El conflicto versó sobre representación racial y cultural respecto de dos producciones cinematográficas, una película y una serie, que Netflix trabajó con profesionales nacionales en este territorio. Estas fueron las dos primeras producciones de la compañía global en hacerse en este país.

La noticia generó revuelo y expectativa positiva en sus ciudadanos al inicio, pero pronto fue objeto de contundentes críticas y señalamientos en redes sociales, muchas de ellas en forma de memes, que incluso trascendieron este espacio para llegar a noticieros digitales locales e internacionales, así como abrir foros de discusión con profesionales del ámbito académico, literario y del entretenimiento.

Creemos que en este caso particular los memes dieron voz y audiencia a ideas y emociones que antes hubiesen sido silenciadas en espacios donde el control de la mirada hegemónica era mayor. Sin embargo, aunque el meme parece prometer una ampliación en la cobertura de discursos y sus públicos, también parece amenazar otras conductas necesarias para un diálogo adecuado.

Hoy en día los memes son objeto de muchas opiniones, son a la vez lo mejor y lo peor que le está pasando a la Internet y a las redes sociales. Creemos que es un aspecto del debate público digital que debemos atender desde una mirada académica para sopesar la opinión pública sobre ellos y pensar en posibles caminos de intervención que promuevan sus fortalezas y minimicen sus amenazas como acto comunicativo.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. El meme: estado de la cuestión

El meme es un concepto problemático. A simple vista pareciera que no. Por el contrario, debe ser algo muy sencillo de definir. Si, por ejemplo, decidiésemos hacer el siguiente ejercicio: dibujar un meme, el que venga a nuestra mente al leer u oír dicha palabra; posiblemente lleguemos a resultados muy similares. Como sucede al dibujar algo que nos es tan familiar y común como un perro o una mesa.

El meme se ha vuelto un fenómeno casi omnipresente en el imaginario social popular: lo usamos en el día a día para comunicarnos entre nosotros en espacios tan diversos como el familiar, amical, de pareja e incluso en el profesional. Los vemos en otros medios, no sólo en Internet, como en los noticiarios y programas de TV; y, ahora, son también interés de la producción de conocimiento por parte de disciplinas tan diversas como biología, ciencias evolucionistas, ciencias sociales y humanas.

Poco más de la mitad de la población mundial¹ —porción en la que está incluido, muy posiblemente, el lector promedio de este trabajo— tiene acceso a Internet. Además, casi todos lo hacen desde su *smartphone*², desde donde visitan redes sociales como Instagram, Facebook, Twitter e Instagram, por nombrar algunas de las más populares. Estas redes son espacios virtuales donde el intercambio de estos elementos que llamamos memes entre personas se da de forma cada vez más habitual y normalizada.

Dada la familiaridad que posiblemente compartimos con el meme, el ejemplo de la Figura 1 seguramente corresponde con lo que el lector debe haberse imaginado como meme. Me refiero a la estructura base: imagen visual acompañada de texto.

Pese a esta familiaridad e imagen mental compartida, un recorrido histórico desde el origen generalmente aceptado del concepto meme hasta su situación actual entre los científicos e

¹ Alrededor de 60% según información del Banco Mundial:
<https://datos.bancomundial.org/indicador/IT.NET.USER.ZS?end=2020&start=1960&view=chart>

² Según el informe realizado por We Are Social y Hootsuite: <https://marketing4ecommerce.net/usuarios-de-internet-mundo/>

investigadores, demuestra lo complejo del fenómeno y las muchas diferencias ontológicas, epistemológicas y operacionales respecto de lo que puede llegar a ser realmente un meme.

Figura 1³

Ejemplo de meme típico



Aunque no vamos a resolver con este trabajo esta complicada e intrincada empresa, sí buscaremos ilustrar brevemente estas diferencias para sobre ellas delimitar la orientación que hemos elegido en el presente trabajo.

2.1.1. Origen del término

De manera generalizada, se le suele atribuir el acuñamiento del término al científico Richard Dawkins, quien lo menciona y define por vez primera en su libro *El Gen Egoísta* (1976/1990). Sin embargo, existen referencias anteriores similares, también en el contexto del estudio de la cultura desde una perspectiva evolucionista. Por ejemplo, el término *Die Mneme* fue sugerido por el sociólogo austriaco Ewald Hering en 1870, el cual luego, en 1907, sería usado por el biólogo alemán Richard Semon como título de su libro (Baños, 2020; Shifman, 2013).

El tema central del libro de Dawkins trata de la evolución de las especies. Dawkins explica la evolución desde el punto de vista del gen, no el del individuo. Plantea que el gen es egoísta en tanto busca su propio beneficio que es replicarse a sí mismo, independientemente de lo que le

³ Fuente: <https://www.memegenerator.es/meme/32352641>

sucedan a la especie por ello (Dawkins, 1976/1990). Con este planteamiento pone en cuestión ideas como que los seres vivos se comportan en formas que son beneficiosas para la especie (Davison, 2012).

En el antepenúltimo capítulo del libro, Dawkins incorpora el concepto de meme. El capítulo se titula “Memes: Los nuevos replicadores” y allí el autor señala que la teoría evolucionista biológica es insuficiente para dar cuenta de los cambios en el contexto de la cultura: “para una comprensión de la evolución del hombre moderno, debemos empezar por descartar al gen como base única de nuestras ideas sobre la evolución” (Dawkins, 1976/1990: 271).

Dawkins quiere encontrar un principio, también replicador como el del gen, pero que pueda aplicarse a cualquier tipo de vida, así como a otros procesos evolutivos. Propone, pues, al meme como ese nuevo replicador. Este lleva en sí la idea de una unidad de transmisión cultural o unidad de imitación. Los memes son pequeñas unidades de cultura que se reproducen y transmiten por copia o imitación de individuo a individuo, similar a lo que sucede con los genes o los virus. Describen cualquier idea o comportamiento cultural: moda, lenguaje, religión, deportes, etc. (Dawkins, 1976/1990).

Notamos, pues, que este meme empieza a alejarse de la imagen mental que teníamos y representamos con el ejemplo de la Figura 1.

El meme se caracteriza por su estabilidad y penetración en el medio cultural. Su valor de supervivencia se lo otorga la fuerte atracción psicológica que genera, expresado también en las cualidades de longevidad (duración del meme en el tiempo), fecundidad (expansión en diferentes mentes, individuos) y fidelidad (similitud con el original) (Dawkins, 1976/1990). Estas son características significativas para la comprensión del fenómeno y lo demuestra el que hayan sido usadas por autores como L. Shifman y R. Milner, aunque cada uno plantee ciertas variaciones o ajustes con base en los aprendizajes de sus investigaciones, basados en tradiciones teóricas propias que no son la evolucionista.

Cabe señalar sobre la propiedad de fidelidad que esta ha sido sujeta a cuestionamientos por parte del mismo Dawkins, específicamente respecto cuán fiel puede ser realmente la información cultural en tanto siempre que pasa por un individuo nuevo se le introduce una ligera variación: “Debo admitir aquí que me encuentro en un terreno no muy firme” (Dawkins, 1976/1990: 275).

Este rasgo, que hace referencia a las variaciones sobre un patrón, encaja muy bien con la idea informacional del meme como pieza de un sistema sígnico en el que es necesario variar mínimamente la configuración existente si se quiere generar una nueva combinatoria informativa. Podemos encontrar esta misma idea en los conceptos de intertextualidad, dialogismo e hibridación trabajados por los autores Bajtin y Kristeva respecto de procesos culturales y comunicativos.

Finalmente, tenemos que el meme, al igual que el gen, es egoísta, es decir, evoluciona según lo que es ventajoso para sí mismo. Pese a esto, Dawkins (1976/1990: 282-283) advierte que el hombre, por su capacidad de previsión consciente, podrá salvar a la especie y a sí mismo de los “excesos egoístas de estos ciegos replicadores”.

2.1.2. Crítica a la perspectiva evolucionista

La teoría evolucionista lleva años expandiéndose a diferentes dominios del conocimiento como herramienta explicativa. La propuesta de Dawkins —zoólogo, además de teórico evolucionista— sobre la comprensión de la cultura es un ejemplo de ello. Gran parte de la literatura sobre memes también ha recibido esta influencia, así como de otras disciplinas relacionados como la biología evolucionista.

De acuerdo con Aunger (2000), estas disciplinas y sus esfuerzos teóricos para explicar la cultura ignoran su real complejidad. No le sorprende que sea en las ciencias sociales, desde donde se ha estudiado de forma más significativa la cultura, que se encuentre el principal freno a aceptarlas.

La propuesta de comprensión del meme desde estas disciplinas, según Aunger (2002: 3) lo concibe como una “entidad hipotética funcional”. Hipotética en tanto su existencia no ha sido confirmada aún y funcional porque permite a este grupo de teóricos explicar similitudes observables en rasgos culturales. Aunger cree que, aunque la lógica evolucionista pueda parecer atractiva, hay mucho trabajo pendiente a nivel teórico y, sobre todo, respecto de tener una definición precisa del objeto de estudio. El uso que se le habría dado al término con estos pendientes lleva a Aunger a calificar tal comportamiento como irresponsable.

Además de la incapacidad de la teoría para explicar el proceso cultural en toda su complejidad y la falta de investigación posterior, el término sigue sin recibir un consenso por parte de la comunidad investigativa (Shifman, 2013). Según la autora existen cuatro grandes críticas:

ambigüedad y falta de consenso respecto del término; pretensión reduccionista, materialista e infectiva de la analogía entre naturaleza y cultura; debates sobre agencia humana y control mental; y, por último, no aporta valor agregado en tanto no ofrece herramientas ni hallazgos significativos en contraste con disciplinas sociales tradicionales como la antropología o la lingüística (Shifman, 2013: 364).

Otros autores como Henry Jenkins (2014) critican la capacidad autónoma de réplica de la cultura, algo que le resulta determinista sobre todo en un momento de la historia de la humanidad y la comunicación en el que la agencia y control sobre el contenido cultural es mayor que nunca.

La metáfora biológica y la disminución de la agencia de las personas dificultó la apropiación del estudio de este tema por parte de la comunidad investigativa y académica (Shifman, 2013: 372), mermando con ello el impresionante crecimiento y popularidad inicial del término y su joven disciplina, la memética, y retrasando aún más la resolución de los pendientes que señaló Aunger (2000).

2.1.3. Era digital y aparición del meme de Internet: un cambio de perspectiva

En el contexto de la aparición y subsiguiente popularización del Internet a inicios del presente siglo, así como con la web 2.0 (redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, y otras), el término meme recupera un lugar en la conversación popular⁴.

De acuerdo con Marino (2020), esto sucede alrededor del inicio del nuevo milenio, mientras que Shifman (2013), con más exactitud refiere un incremento en 2008 en las búsquedas del término meme en *Google Trends*, comportamiento que encuentra relacionado a la viralización de videos como el *Gagnam Style*⁵, *Leave Britney Alone*⁶ o *La Caída de Edgar*⁷.

Hay que notar que con esta reaparición del término se refiere a algo distinto al meme del que hablamos previamente. Se trataría de algo muy particular a la revolución digital y que esta vez sí

⁴ Hay que advertir que el uso “vernacular” es más acotado del que se usa en la disciplina memética, incluso la que observa el fenómeno exclusivamente en Internet. Según autores como Knobel y Lankshear (2007:202; en Shifman, 2013) el uso coloquial se usa para describir puntualmente la rápida acogida y difusión de una idea particular presentada en forma de texto escrito, imagen, movida de lenguaje, o alguna otra unidad de cosa/algo cultural.

⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=CH1XGdu-hzQ>

⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=WqSTXuJeTks>

⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=b89CnP0Iq30>

correspondería con el ejemplo de la Figura 1. Aunque guarde cierta relación con la lógica del meme de Dawkins, se trata de un fenómeno completamente distinto. Podría tratarse de una evolución particular del fenómeno cultural, adaptado a un nuevo medio y, por tanto, bastante distinto a lo anterior.

Shifman (Jenkins, 2014) explica que una de las diferencias fundamentales entre el meme de Dawkins y el meme de Internet es que el primero deja de verse como un elemento singular, aislado, la unidad mínima de la cultura, para empezar a ser visto de manera colectiva.

Otros autores señalan que la idea de meme de Dawkins es más abstracta, opera en la mente, en lo conceptual; mientras que el meme de Internet, aunque también exista a ese nivel, se le reconoce más por su forma, su expresión, comúnmente visual o en video, animación o por su comportamiento manifiesto (Shifman, 2013).

Davison, uno de los primeros autores en distinguir al meme de Internet como un fenómeno separado, destaca la velocidad de transmisión del meme en comparación a la del gen y a la de cualquier otra forma de expresión que no sea vía online: “supera los límites de tiempo y espacio” (Davison, 2012). Shifman identifica esta diferencia y la complementa señalando la longevidad en la transmisión del meme de Dawkins. Añade también que en el meme de Internet se trata de un objeto concreto, video, foto, etc., en lugar de una idea abstracta y controversial (Shifman, 2013: 364).

En cuanto a las similitudes entre ambos, Shifman (Jenkins, 2014) dice que se trata de tres elementos: la transmisión de información de persona en persona —aunque no tarde en resaltar que la consecuencia de esto, y lo que distingue al meme de Internet, es que este se vuelva un acontecimiento social, colectivo, compartido—; que se reproduzcan por “re-empaquetado” o imitación —aunque, como hemos visto, Dawkins no sea muy preciso con este rasgo—, y que se difundan como resultado de procesos de competencia y selección. Sobre esta última similitud, añade que lo digital hoy nos permite tener un registro y observar procesos (cantidad de *likes*, por ejemplo, *retweets*, *shares*) y así tener trazabilidad de los movimientos y cambios.

Shifman (Jenkins, 2014) concluye que, aunque el término tenga sus problemas y no sea perfecto, aunque cargue con ese bagaje con esa tensión, logra encapsular y transmitir aspectos que al ser también característicos de la cultura digital dan mucho valor para el entendimiento del fenómeno. Finalmente, valora también de este término que los mismos usuarios de Internet lo hayan adoptado

con tanto entusiasmo. Quizás porque el redescubrimiento del término por parte de la comunidad de usuarios de Internet significó un factor motivante importante para la comunidad investigadora y su producción de conocimiento.

En vista de los aportes desde disciplinas no derivadas de la teoría evolucionista para la comprensión de que nos encontramos frente a un fenómeno distinto, quizás sea importante aproximarnos al meme desde otras miradas, las de disciplinas como las humanidades y las ciencias sociales.

Ahora, aunque la actualización del término en el contexto de la era digital parece haber aclarado el panorama conceptual, aún hace falta una definición precisa y consensuada según Davison (2012) entre los estudiosos del tema. Esto se evidencia en las diferentes definiciones que hay entre autores, cada una con un acento especial, pero sin que exista aún una denominación oficial o más o menos consensuada.

Davison (2012:122), uno de los autores referenciados como de los primeros en hablar del meme en el contexto del Internet, propone la siguiente: “Un meme de Internet es una pieza cultural, típicamente un chiste, que gana influencia a través de su transmisión online”.

Otros autores, posteriormente a la propuesta de Davison, han profundizado aún más en el fenómeno hasta arribar a otras definiciones, pero también propiedades, características, componentes, etc.

Shifman, por ejemplo, en una entrevista con Henry Jenkins (2014), quien es conocido por su concepto “transmedia”, define al meme como: (a) un grupo de ítems digitales que comparten contenido, forma y actitud —elementos que luego desarrollaremos en más detalle—; (b) que fueron creados con conocimiento o consciencia de otros, con lo cual hace referencia a su carácter intertextual; y (c) son circulados, imitados y transformados a través del Internet por múltiples usuarios, “creando como parte de este proceso una experiencia cultural compartida” (Shifman, 2013: 367).

Ella advierte que bajo su definición el meme no es considerado como un chiste (con lo cual observa la propuesta de Davison). Reconoce que, aunque muchos memes recurren al humor, otros pueden llegar a ser “mortalmente” serios (Jenkins, 2014).

Milner (2016), al igual que Shifman, pero haciendo de esto el pilar central de su propuesta, conceptualiza el meme desde su carácter colectivo. Habla de *memetics* como un conjunto de prácticas sociales, en lugar de enfocarse en textos individuales. Él quiere destacar que los memes son textos agregados, creados colectivamente, circulados y transformados por incontables participantes. Para este autor, el carácter intertextual del meme es algo que se ve acentuado por la ecología mediática contemporánea.

Eva Aladro (2022: 143) complementa a estos autores al relacionar el meme con la idea de un lenguaje digital. Estos son, pues, una expresión, canónica, de este tipo de lenguaje, uno que es “generativo y evolutivo, basado en operaciones estructurales y modulares de proyección, analogía, derivación y simbolización, en el que muchas de las formas culturales del siglo XX y XXI actúan como un diccionario o universo semántico” (2022: 144).

De ahí que principios como escalabilidad, modularidad, transcodificación, ilusionismo y variabilidad (Aladro, 2022: 144), que caracterizan al lenguaje digital y que se desprenden de su definición, sean también propios del meme y dan cuenta de su capacidad para generar y transmitir información cultural relevante.

El meme, entonces, así como cualquier otro lenguaje (en este caso un lenguaje digital), es también funcional, es decir, que es “capaz de integrar significaciones culturales, generar un sentido de pertenencia, y cumplir con las necesidades creativas que un lenguaje tiene respecto al entorno en el que surge, y ante las realidades con las que tiene que ponerse en relación” (Aladro, 2022: 145).

Finalmente, Meso-Ayerdi, et al. (2017: 673) los define como “producciones a través de las cuales la gente despliega su ingenio y creatividad, que encierran significados contextuales, se dirigen a otras personas y pueden ser interpretados por ellas”.

Estas son las propuestas de definición que nos servirán de guía conceptual para el presente trabajo.

Ahora, aunque ya insinuado en estas definiciones, queremos finalizar esta revisión conceptual con la revisión de la aportación particular de S. Cannizzaro y G. Marino, quienes sugieren utilizar una aproximación desde la semiótica y la comunicación para estudiar los memes. Veremos cómo este enfoque nos permitirá reunir las diferentes definiciones revisadas para ser el punto de partida definitivo para el análisis de caso propuesto como parte de nuestro trabajo.

2.1.4. Una propuesta teórica desde la semiótica y la comunicación

Los autores Deacon, Kalevi Kull y Erkki Kilpinen, según Marino (2020), afirman que la noción meme es un “doble débil” de la noción de “signo” al ser vaciada de su naturaleza triádica (representamen, objeto e interpretante de acuerdo con Charles S. Peirce); además de no servir a nivel heurístico y poder ser replicada solamente.

La propuesta que se hace desde la mirada de disciplinas como la socio-semiótica es ver al meme como un tipo de textos específicos que circulan en el discurso social. Figuran aquí autores como Floch, Landowski y Marrone (Marino, 2020).

Cannizzaro (2016), sobre la base de su conocimiento en biosemiótica, la tradición de Moscú y Tartu, así como la semiótica de C. S. Peirce, propone un acercamiento semiótico para el análisis de los memes de Internet que resulta sumamente interesante.

Al igual que autores como Shifman o Milner que ponen acento sobre el carácter complejo y colectivo de la cultura, Cannizzaro (2016: 571) señala que la información cultural no puede ser vista como una entidad discreta que pueda ser estudiada de forma aislada de su contexto o contextos, tal como lo plantea Lotman con su concepto de semiosfera o la biosemiótica y cibersemiótica al ver la información como un fenómeno sistémico-relacional, no atómico. La información entonces no se transmite de una mente a otra así sin más, sino que en ese proceso se implican creencias, actitudes, percepciones, la atención, relevancia e interpretación.

Cannizzaro habla incluso de traducción, lo cual abre el espacio a la creatividad involucrada en la producción de memes, un concepto similar al de intertextualidad. Dice que se trata de una construcción, no una transmisión (Cannizzaro, 2016: 574), similar a modelos de comunicación como los planteados por S. Hall en su modelo *coding/decoding* (1980) en tanto supone una asimetría entre quienes están involucrados en la lectura y creación de memes y, por ello, estos surgen a partir de la diferencia entre estructuras semióticas previas de los usuarios de Internet.

Finalmente, Cannizzaro recupera el concepto de hábito de C. S. Peirce para aplicarlo a la comprensión del proceso de cambio probabilístico del meme. El hábito no es algo fijo, sino una regla de procedimiento flexible de acuerdo con él, que contiene al mismo tiempo la estabilidad propia de la dirección sobre una meta de la terceridad (el aspecto invariable de la traducción); la compulsividad de la segundidad (el acto de traducción en sí) y el germen del caos de la primeridad

(un llamado al cambio impulsado por la asimetría en traducción) (Cannizzaro, 2016: 576). Ella plantea que esta mirada es mejor que una de causa-efecto, que sería como un *loop* cerrado, como lo que plantea la idea de la viralidad.

De esta manera, las rutas de significado que puede tomar un meme serían probables, jamás certeras. Con lo cual la autora concluye que el desarrollo de los memes de internet al final no es tan diferente al de cualquier instancia de la cultura.

2.1.5. Estructura del meme

Siguiendo la perspectiva semiótica y de la comunicación, el meme puede ser visto como un signo y como tal compuesto de representamen, objeto e interpretante.

Las propuestas de Shifman (2014) y Davison (2012) curiosamente coinciden con esta sin pretenderlo o hacerlo explícito en sus textos, revelando así la afinidad que habría entre estas disciplinas y perspectivas.

Frente a las tendencias que han marcado el inicio del estudio del meme en la biología evolucionista, es decir, la mentalista, la comportamental, y la inclusiva; Shifman (2013) resalta la importancia de ver al meme en varias dimensiones: contenido, forma y actitud o posición pragmática (*stance*). El contenido sería la idea o emoción que se pretende transmitir. La forma sería el aspecto del meme, si se trata de una imagen, de una imagen con texto, de un video, etc. Aquí interesa también su composición. Finalmente, la actitud sería la posición pragmática en relación con el objeto o idea a la que se hace referencia con el meme (Shifman, 2014)

La actitud, a su vez, se subdivide en estructuras de participación, es decir, quién o quiénes están autorizados para hacerlo; clave, *keying*, el tono y estilo de la comunicación; y las funciones comunicativas (subdivididas a su vez en referencial, emotiva, conativa, fática, metalingüística, y poética⁸). Esta perspectiva se desarrolla en base al trabajo de las disciplinas del discurso y estudios de media (*Media Studies*), de autores como Phillips, Goffman, Blum-Kulka et al., y Jakobson.

⁸ “La función referencial, orientada hacia el contexto, “el mundo exterior”; la emotiva, orientada hacia el emisor y sus emociones; la conativa, orientada hacia el receptor y los posibles caminos de acción (imperativos, por ejemplo); la fática, que sirve para establecer, prolongar o discontinuar la comunicación; la metalingüística, que es usada para establecer un acuerdo mutuo respecto del código (una definición, por ejemplo); y, finalmente, la poética, que se enfoca en lo estético o la belleza artística de la construcción del mensaje mismo” (Shifman, 2013: 367-368).

Davison (2012: 123), por su lado, considera que el meme cuenta con tres componentes: el ideal, el comportamiento y la manifestación. El ideal corresponde con la idea o mensaje que contiene el meme. El comportamiento es la reacción del individuo en función de esta idea/mensaje del meme. Finalmente, la manifestación se refiere al fenómeno externo y observable, resultado del efecto del meme. El autor sugiere diferenciar cuál de estos tres elementos es replicado y cuál adaptado. Mientras al menos uno de los tres sea transmitido el meme se habrá replicado, aunque mute o se adapte.

Como se puede intuir ya a este punto, los modelos de estos dos autores se corresponden con la estructura tripartita de C. S. Peirce como se puede ver en la Tabla 1.

Tabla 1

Correspondencia entre tres modelos teóricos acerca del signo y el meme

C. S. Peirce	L. Shifman	P. Davison
Representamen	Formato	Manifestación
Objeto	Contenido	Ideal
Interpretante	Actitud	Comportamiento

En todos estos casos, se conserva la estructura semiótica tripartita, así como la división sígnica entre forma y contenido, y el aspecto que relaciona al meme con la fenomenología de la comunicación social, donde existe siempre un aspecto tipificado o ideal y un aspecto pragmático.

2.1.6. Aspectos adicionales

2.1.6.1. Intertextualidad, bricolaje y remediación

Mucho se ha escrito sobre las características y propiedades del meme y del lenguaje digital, pero en esta oportunidad desarrollaremos solamente tres de ellas por su importancia para el análisis, su

presencia en diferentes perspectivas y porque creemos que las tres, aunque con nombres distintos, dan cuenta del mismo fenómeno desde ángulos, puntos de vista distintos.

El término intertextualidad fue acuñado, originalmente, por J. Kristeva, aunque su origen se remonta al trabajo de M. Bajtín. Kristeva lo define diciendo que “todo texto se construye como un mosaico de citas, todo texto es absorción y transformación de otro texto” (1997: 3). Bajtín, con el término “dialogismo” explica que todo lo que uno puede decir ya ha sido dicho antes.

No sorprende que esta sea una característica del meme si se tiene en cuenta que, como dice Shifman (2014), cada nueva creación, cada nuevo meme, siempre hace referencia a uno anterior, por ser conscientes uno del otro.

Estos *memetic media* —como los denomina Milner (2016), quien prefiere referirse a ellos de manera conjunta que de forma individual y aislada— son textos agregados, creados colectivamente, circulados y transformados por incontables participantes culturales a lo largo de vastos colectivos y redes, con lo cual adquieren la cualidad de ser densos.

En tanto creación colectiva, suponen “un proceso, un devenir de solapamientos, hibridaciones y ósmosis entre fragmentos textuales previos, lenguajes y perspectivas socio-semióticas” (Abril, 2007: 82). De ahí que para comprender sus implicancias para la conversación pública se deba atender a sus conexiones intertextuales, incluso cuando se estén evaluando textos individuales (Milner, 2016: 2).

Esta cualidad intertextual se la debe el meme a la forma en la que este está construido, a la técnica del collage o bricolaje, que “como lo define Lévi Strauss, es una superposición rudimentaria de elementos de diferente origen cultural, cuyo ensamblaje genera un sentido y canaliza una forma de relación que transforma el pensamiento convencional” (Aladro, 2022: 149). Mientras la intertextualidad pone el acento sobre la relación entre diferentes textos en tanto uno absorbe y transforma otro, el bricolaje lo pone sobre la técnica de elaboración. Vemos pues el parecido aquí entre ambos conceptos a la vez que la diferencia en el punto de vista.

Català (2005: 46), aunque sin hacer una referencia explícita a ninguno de estos dos términos, da cuenta de lo mismo al decir, sobre la imagen, que “[...] la simultaneidad de acontecimientos [...] es inherente: la imagen, incluso la imagen en movimiento, es capaz de presentar varias capas de acontecimientos a la vez sin prácticamente proponérselo”.

Finalmente, Rowan (2015: 18) habla de los memes como objetos-proceso: “Elementos abiertos que van mutando a través de micro-repeticiones y micro-diferencias. Cada versión de un meme modifica ligeramente la versión anterior, de manera que el meme es un conjunto de pluralidades y no una unidad cerrada”.

El meme digital, pues, es sujeto a interpretación y, por tanto, a variación. Puede ser perfectamente replicable, pero también maleable; ambas características gracias a la tecnología. Hay así una paradoja de la fidelidad de la forma en el meme de Internet (Davison, 2012), que como en la paradoja de la reproductibilidad técnica que señalaba Walter Benjamin hace décadas, produce una mayor perfección en la imitación mediante una mediación mucho más compleja. Davison, de este modo, zanja mejor el tema de la fidelidad del meme de lo que consiguió Dawkins.

Para finalizar, el último concepto por revisar es el de remediación, el cual ha sido trabajado extensamente por Bolter y Grusin (2000). Ellos se refieren, más que al meme o a la imagen en sí misma, al medio por el cual se construyen y comparten estos elementos visuales. Se trata de una característica definitoria de los nuevos medios digitales según estos autores. Estos han emergido de la cultura misma —en contraste con visiones apocalípticas en las que se les ve como agentes externos— para reconstruir otros medios en el proceso (Bolter & Grusin, 2000); añade Manovich (2005): tanto en el plano del contenido como en el de la forma.

Los medios digitales se han prestado de, pero además reformulado y reformateado, medios tanto actuales como antiguos como la página impresa, el cine y la televisión (Manovich, 2005) para ser lo que se conoce hoy.

Entonces tenemos que intertextualidad, bricolaje y remediación ponen la mirada sobre distintas facetas del mismo fenómeno. La primera lo hace sobre el contenido, la segunda sobre la estética y la tercera sobre el canal o el medio, pero las tres finalmente y de fondo atienden a las cualidades transformativa y generativa que son distintivas del lenguaje digital y del meme.

2.1.6.2. Prevalencia de lo visual

Hemos dicho que los memes pueden tener muchas formas. Pueden ser textos, sonidos y otras formas sensoriales (Milner, 2016). Sin embargo, los más populares suelen ser imágenes, solas o

en collage, complementadas por un texto, así como dibujos, fotos, *gifs* animados o incluso vídeos (Gómez-García, 2013 en Meso-Ayerdi et al., 2017: 674).

No es casualidad que estas sean las formas con más impacto en la actualidad. Mirzoeff (2003: 17) dice que “[...] la experiencia humana es más visual y está más visualizada que antes [...] No es una mera parte de la vida cotidiana, sino la vida cotidiana en sí misma”. A este fenómeno se le denomina visualidad: “la tendencia moderna a plasmar en imágenes o visualizar la existencia” (Mirzoeff, 2003: 23).

Nuestra relación con lo visual ha cambiado. El autor J. Fontcuberta escribe sobre lo que él denomina postfotografía y explica este fenómeno diciendo que “antes la fotografía era una escritura, mientras que ahora es un lenguaje” (Fontcuberta, 2016: 119).

Esto quiere decir que hoy prima el compartir y el intercambio como parte de un proceso conversacional, en gran parte influenciado por la industria del *smartphone*. Las imágenes se han convertido, así pues, “en nodos de interacción cultural y social, en herramientas de conversación y circulación” (Fontcuberta, 2016:120).

Por otro lado, las imágenes utilizan determinados modos de representación que nos convencen de su verosimilitud sobre lo que dicen y con ello acaban con nuestra desconfianza. Barthes llamó a esto el “efecto realidad” (Mirzoeff, 2003 en Serrano, 2008). “Muchas imágenes son así contempladas y consumidas como si fueran un reflejo de la realidad, aunque no quiere decir que realmente lo sean” (Serrano, 2008: 254).

No sólo hay una distancia entre lo real y la representación que es la imagen, “Berger (2002) dice que las imágenes funcionan no solo por lo que muestran, sino por el tipo de mirada a la que invitan, así como por la propuesta de relación que proponen con el sujeto que las mira (Serrano, 2008: 247). Las imágenes, además, nos dicen algo también por lo que esconden, lo que no se ve en ellas (Lynch, 2020).

Shifman enfatiza el impacto positivo de la visualidad y las imágenes (Jenkins, 2014): permiten mayor integración en la cultura popular y la política en tanto existen facilidades para hacer montajes y ediciones con ellas; tienen potencial polisémico en tanto abiertas y ausentes de una narrativa clara o explícita, por lo que abren múltiples lecturas; y, finalmente, posibilitan volver los

fenómenos en algo global por su facilidad de circulación en contraste con las palabras, solo les haría falta contexto lo cual frena su expansión.

2.1.6.3. Uso del humor

Según Cortazar, “la enorme mayoría de los memes son simples, de baja resolución, de poca sofisticación estética, pero profundamente anclados en los recursos de la cultura popular donde se mezcla el ingenio, la burla y la ironía, por lo que resultan ser satíricos al exagerar hechos de la realidad que desatan la risa cómplice del público (Cortázar, 2014: 205). Aunque no es una ley ni aplica a todos los ejemplos, es cierto que muchos memes utilizan el humor y la sátira.

Respecto de esto, Marino (2020: 50) dice que “el meme de Internet típico proporciona un ‘gancho sintáctico’ (una estructura, fórmula o plantilla modular) y un ‘gancho semántico’ (un elemento llamativo, un *punctum*, por lo general un ‘error’ superpuesto en un núcleo semántico básico)”. Algo similar al concepto de ruptura de la regularidad de Abril (2007: 145), con el que se refiere al quiebre de una expectativa a partir de algo imprevisible, anómalo, que suscita incertidumbre; lo que finalmente determina el enganche y cualidad humorística en una imagen.

De acuerdo con Aladro (2002), diferentes autores que han explorado este asunto como Bergson, Koestler, Freud o Pirandello, notan la comparecencia de al menos dos modos de comprender, producir, esquematizar o construir a partir de un medio cognitivo. Similar a lo que sucede con “la imagen poética creada por la metáfora, (en la que) los planos dobles o múltiples son el efecto buscado para permitir una visión de un asunto o tema más nueva, fresca o única” (Aladro, 2002: 318).

Podemos entender así el humor como “el abandono de un significado inicial y el distanciamiento de las convenciones que lo sostenían” (Aladro, 2002: 324). Esta distancia suele ser respecto de algo formalizado y ritualizado socialmente como por ejemplo un funeral, una ceremonia o protocolo de algún tipo (Aladro, 2002). Estos serán los planos dobles de los que hablamos en el párrafo anterior.

Este distanciamiento permite al individuo evocar una visión y percepción nueva de la realidad (Aladro, 2002: 322): “Una vez que el pensamiento acepta abandonar una regla de selección y sus

resultados típicos, para hacer un uso libérrimo de otra regla que se aplica por analogía, se genera un resultado anteriormente inexistente [...]”.

2.2. Memes y cultura de participación: esfera pública en la web 2.0

A continuación, revisaremos la definición de esfera pública y repasaremos brevemente algunas de sus propiedades principales. Luego, entenderemos las implicancias que tiene en ella los medios digitales, para finalmente terminar con algunas funciones del meme en este contexto de participación ciudadana.

2.2.1. Definición de esfera pública

La concepción clásica, la de Habermas, sobre la que muchos autores suelen partir para discutir el concepto, define la Esfera Pública como aquel espacio de comunicación entre la sociedad y las instituciones políticas, que las conecta y hace posible la democracia moderna (Peñamarín, 2016). Se trata de un espacio de deliberación de asuntos que conciernen a lo común y en el que los medios de comunicación participan e influyen de manera importante —aunque no necesariamente como árbitros (Habermas, 2002 en Alcácer -Guirao y Fouce, 2020).

La esfera pública es necesaria para que la ciudadanía “[...] pueda formarse opiniones y tener lugar las discusiones entre las diferentes perspectivas que pueden darse sobre los asuntos públicos; se hagan visibles las actuaciones de los representantes políticos y se pueda ejercer cierto control y crítica sobre ellas; puedan promoverse públicamente cambios e iniciativas sobre el mundo común” (Peñamarín, 2016: 36).

En un sentido más esencial, casi que vital, no podría existir la sociedad sin esfera pública (Peñamarín, 2016). La presencia de otros que ven lo que vemos y oyen lo que oímos nos asegura de la realidad del mundo y de nosotros mismos (Arendt, 2003: 60). El carácter plural de la esfera pública es en ese sentido imprescindible para que el ser humano pueda acceder a sí mismo y a la realidad (Peñamarín, 2016).

Así pues, la esfera pública es también “[...] el espacio formado por las inscripciones en la memoria o enciclopedia común, los dichos, imágenes, saberes de los que todos nos servimos para dar sentido

y a los que todos contribuimos con nuestras interpretaciones, actuaciones e intercambios cotidianos” (Peñarín, 2016: 37).

“Desde la visión habermasiana, el consenso es el principal logro de la esfera pública. Sin embargo, otros autores, como C. Lefort o C. Mouffe, sostienen que el conflicto es el fundamento de la democracia” (Peñarín, 2016).

Aunque nuestra posición se incline por la segunda mirada, en cualquiera de los dos casos, debemos admitir que, como señala Peñarín (2016: 42): “reconocimiento y reciprocidad son los valores clave del espacio público de diversidad. Son esos valores los que permiten articular colaboración y conflicto en la composición progresiva e interminable de un mundo común, el imperfecto equilibrio en que consiste la política”.

2.2.2. Mediatización digital de la esfera pública

La mediatización tiene que ver con “los cambios estructurales de largo plazo que involucran a los medios, a la cultura y a la sociedad” y que configuran “nuevas condiciones para la comunicación e interacción humanas” (Hjarvard, 2016: 33). Hepp (2020) se refiere a este fenómeno como una drástica transformación del dominio de lo social a la vez que ha sido saturado progresivamente por la tecnología de los medios de comunicación.

Con la aparición del Internet alrededor en los 90’s y las redes sociales en los 2000’s, este fenómeno ha adquirido otro nivel de complejidad y de atención por parte de los investigadores y de la sociedad en general. La esfera pública, “[...] ese espacio dominado primero por la prensa de élite, los salones y cafés burgueses del XVIII, y después y hasta recientemente por los medios llamados masivos, está pasando por la profunda transformación que los usos de los medios digitales y en red han producido en todos los ámbitos [...]” (Peñarín, 2016: 36).

Hepp denomina a esta nueva etapa de mediatización como mediatización profunda. Con ella todos los elementos de nuestro mundo social se encuentran intrincadamente relacionados con los medios digitales y sus infraestructuras de base (Couldry & Hepp, 2017 en Hepp, 2020).

Por poner un ejemplo relacionado con el presente trabajo, hablemos de las redes sociales. La lógica social de algunas de estas redes como Facebook o Twitter supone nuevas definiciones de popularidad, asentada en una lógica algorítmica, nuevas formas de presentarse uno mismo, desde

cómo tomar las fotos hasta como escribir una publicación, todo lo cual, en la mayoría de los casos, se rige por la lógica de las respectivas organizaciones que las supervisan, así como por sus relaciones con otros medios (Hepp, 2020).

Esto tiene un impacto importantísimo en la vida individual de las personas y en lo social, como señalan, por ejemplo, Aladro, Valbuena & Padilla (2012: 27), a propósito de las redes: “se han vuelto un factor vital en la incorporación de los jóvenes al mundo cultural, social y a la integración en universos simbólicos distantes con los que es posible establecer nuevas formas de contacto”. Por algo se les ha llamado significativamente: “la estructura social característica de la era de la información” (Couldry & Hepp, 2017 en Medina, 2020: 22). Su influencia e impacto no solo concierne la información, el aprendizaje, las relaciones, sino también “la reorganización del mundo laboral, sobre el ordenamiento espacial y sobre la movilización social” (Medina, 2020: 22).

danah boyd (2011) señala cuatro propiedades de lo digital (bits) que cumplen un rol significativo en la configuración de lo que ella llama públicos en red o *networked publics*⁹, colectivos que existen en determinada red social, comparten información e interactúan, públicos que han sido transformados por este tipo de media:

- **Persistencia:** las expresiones online son registradas y archivadas de forma automática. Sobre esto señala que textos y multimedia pueden facilitar esto, pero al ser consumido en un contexto distinto al producido, pierden su esencia.
- **Replicabilidad:** el contenido puede ser duplicado, lo cual dificulta diferenciar luego la diferencia entre la fuente y la alteración.
- **Escalabilidad:** el potencial de visibilidad que tiene el contenido en *networked publics* es grandísimo, sin embargo, una pequeña fracción recibe atención masiva. Se trata de la posibilidad de masificación, pero no de su garantía. Depende al final de lo que el colectivo decida amplificar, que muchas veces es lo gracioso, crudo, vergonzoso, malicioso y bizarro.

⁹ Es el término que usa boyd para referirse a los públicos que se encuentran dentro de redes en Internet, aunque reconoce que mientras las redes sociales sigan ganando adeptos la distinción entre *networked public* y públicos que no lo son, será más difícil de determinar.

- **Buscabilidad:** el contenido en los *networked publics* puede accederse a través de búsquedas.

Estas a su vez repercuten en nuevas dinámicas para los *networked publics*:

- **Audiencias invisibles:** no todas son visibles cuando una persona contribuye online, ni están copresentes. Sin información previa sobre las audiencias, se dificulta el planear un mensaje o comunicación o interacción, o hacer ajustes, de forma que resulte apropiado, interesante, relevante.
- **Contextos colapsados:** falta de límites espaciales, sociales y temporales dificulta mantener separados distintos contextos sociales, lo cual magnifica las complicaciones vistas en el punto anterior respecto de preparar y hacer ajustes.
- **La difuminación de fronteras entre lo público y privado:** sin control sobre el contexto, lo público y lo privado se vuelve una forma binaria obsoleta sin sentido, son escalados en nuevas formas y se dificulta mantenerlos distanciados.

¿Y cómo afectan estos cambios a la esfera pública? De acuerdo con Hepp (2020), hasta el año 1990, lo que este denomina debates mediados eran comparativamente más estables a diferencia de como son hoy en día. Esto se debe a que el *ensamble mediático*, es decir, la conformación de los participantes en el debate cambió fundamentalmente y, con ello, el balance de poder. Es decir, que los anteriores *gatekeepers* —como llama el autor a las grandes corporaciones de medios— cedieron inevitablemente ante la aparición de nuevos actores: políticos, empresarios y actores de la sociedad civil que empezaron a relacionarse de manera más directa con la información al cambiar por fuerza de las tecnologías las dinámicas de la comunicación, incluso la misma configuración del contenido de las noticias —hoy en día, en algunos casos, incluso, influenciada por *bots*.

Así como su impacto en el ensamble, Hepp (2020) también pone acento sobre cómo afecta lo humano, en temas como la configuración de familias a nivel local y transnacional, la conectividad social y la posibilidad de acción colectiva, entre otros temas.

Las redes sociales y la tecnología digital, pues, empoderan al individuo frente a la presión grupal e incluso crean una forma de sociabilidad que permita transformar el trabajo y estimular el cambio cultural (Welman, 2014 en Medina, 2020: 17).

2.2.3. El meme en la esfera pública digital: la cultura de la participación.

En este contexto de la esfera pública digital, que hemos descrito además de repasar sus implicancias, es que surge el meme. Tanto su expansión como su significación se la debe a este contexto, el mismo que propicia para él sus posibilidades de persistencia, replicabilidad, escalabilidad y buscabilidad (boyd, 2011).

Precisamente, Davison (2012: 120) señaló que las mismas características que hacen que un sistema sea generativo son las que lo dejan vulnerable para su explotación. Esto deviene, según el autor, en una división del Internet entre quienes valoran la creatividad por encima de la seguridad y quienes organizan su valoración en el sentido contrario. Aquel espacio del Internet en el que la creatividad supera a la seguridad lo describe como silvestre y salvaje, contrario a aquellos espacios controlados y seguros, análogos a lo que son las ciudades tal y como las conocemos. El primero corresponde con el hábitat natural de los memes de Internet. Los usuarios pueden crear libremente allí.

Las propiedades del meme que revisamos antes favorecen su acceso al usuario, además de darles herramientas para crear. Tienen una estructura sencilla —los menos sofisticados y más comunes consisten en una imagen con un texto superpuesto, aunque no sean todos. No requieren, pues, las competencias de un diseñador gráfico profesional ni experto en esta materia. Existen incluso aplicativos en Internet de acceso gratuito donde se pueden crear.

Su estilo artesano —de tipo collage o bricolaje—, junto con su carácter intertextual y de remediación lo convierten en un recurso con potencial para ser comprendido fácilmente, activar reacciones emocionales y conductuales e influenciar actitudes, y, como resultado, ser difundidos y compartidos con otras personas, muchas veces sin mucha reflexión de por medio; algo que no sucede con estímulos de otra naturaleza, como con un artículo académico o periodístico, por ejemplo.

Meso-Ayerdi et al. (2017: 679) añaden “[...] el empleo del humor, junto con imágenes provocativas y la versatilidad del lenguaje iconográfico” como características que le otorgan su carácter contagioso e impulsan la acción de compartir, propagar y popularizar.

El usuario tiene entonces a su disposición una herramienta para producir textos verbovisuales que contengan las ideas, opiniones y emociones que quiere comunicar. Si bien nos queremos enfocar en participación en controversias públicas, Pérez (2017: 154) dice que sirven para todo en tanto “[...] son recursos expresivos, abiertos a la más amplia flexibilidad creativa de quienes los conciben. Es como preguntar para qué sirven las palabras o para qué sirve cualquier otro elemento capaz de dar lugar a un significado”.

¿Por qué se usan? ¿Qué gana quien lo crea? Shifman, en una entrevista sobre el tema con Jenkins (2014) considera que existen tres motivaciones en juego. Una tiene que ver con la economía de la atención, la que recibe el meme de la gente. Se trata del recurso más valioso en la era de la información, incluso más que la información misma. La segunda razón tiene que ver con el individualismo en red (o *networked individualism*, término de Barry Wellman y otros). Se trata de expresar la propia individualidad, que se está alfabetizado en lo digital, que se es único y creativo, a la vez que se refiere a lo común, a la propia afiliación con una comunidad. Finalmente, la motivación cultural que sugiere que el meme es una continuación de las normas enraizadas en la historia de los géneros de la cultura popular y de fans (la entrevistada recomienda aquí la lectura de *Textual Poachers* de Henry Jenkins).

Shifman (Jenkins, 2014) dice también que la difusión de los memes no viene de un poder misterioso en estos sino por la red de significados y estructuras que las personas construyen alrededor de estos.

De ahí que el meme se considere en esencia participativo: involucra la participación de una comunidad. Y aunque puedan ser iniciados en el impulso creativo de un solo individuo en algunos casos, necesitan del colectivo para surgir. Mirzoeff (2016), en su análisis del meme y caso político *We Are The 99%*, dice que su creación requirió de un esfuerzo consciente y de la discusión intensiva entre activistas y profesionales. Por ello, si se quiere que un meme funcione y tenga alcance se requiere de la existencia de una red preexistente.

Shifman (Jenkins, 2014) nos dice que los memes son puentes poderosos entre lo personal y lo político. En este movimiento al que hemos hecho referencia, las personas se tomaron una foto con

un texto escrito a mano que reflejaba alguna historia personal vinculada con el malestar político y económico producto de la crisis de ese entonces. A partir de un primer estímulo, varios crearon el propio (repetición y variación). Lo personal pasó a ser colectivo y político.

Al ser espacios para lo colectivo, los memes contienen diferentes miradas, puntos de vista. Milner (2016: 6) lo define como conversaciones polivocales.

Así como sucede con cualquier texto por su carácter intertextual, las imágenes —que como hemos visto es un componente de muchos memes— contienen no solo un punto de vista, sino varios, al menos dos: “[...] están impregnadas de punto de vista; de un doble punto de vista, si se quiere, puesto que contienen por lo menos una mirada y además son ellas mismas miradas indefectiblemente [...] el resultado de una observación es el producto de una disputa a muchos niveles.” (Català, 2005: 30).

Y así como interesa lo que vemos, también lo que no se ve. Al reflejar determinados imaginarios, las imágenes dejan de lado otros. Lo mismo sucede con lo que se dice, lo que se escribe, y lo que no (Lynch, 2020).

Esta dinámica y tensión entre lo que está y lo que no, así como la conversación entre diferentes miradas y puntos de vista, según Rowan (2015: 70), “permite que las perspectivas de los debates se amplíen y nuevos agentes participen en las conversaciones”. Abre así el espacio a voces o miradas antes ocultas: “[...] los memes favorecen el empoderamiento ciudadano y contribuyen a crear esferas de participación en las que agentes que hasta ahora habían estado excluidos de ciertos debates pueden encontrar una voz.” (Rowan, 2015: 71).

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, OBJETIVOS Y HIPÓTESIS DE TRABAJO

3.1. Planteamiento del problema

En un contexto como el que hemos descrito anteriormente, en el que la esfera pública, ya mediatizada, se reconfigura a partir del atravesamiento de lo digital, específicamente de la llamada web 2.0, y propicia así el nacimiento de los memes como canon expresivo y comunicativo, nos preguntamos: ¿pueden ser estos útiles para analizar y comprender una controversia pública?, específicamente, ¿para identificar a sus actores y cómo están siendo percibidos, las posiciones, argumentos e ideas en conflicto, la lógica del enfrentamiento, las demandas de las partes, etc.?

Nos preguntamos también a qué se debe la elección del meme como vehículo de ideas y emociones cuando existen otras formas de comunicarse y expresarse en el contexto de la esfera pública digital. Quisiéramos saber, entonces, cuál o cuáles son sus funciones distintivas, el aporte particular que otorga a sus usuarios; y si esto significa algún tipo de *tradeoff*¹⁰, es decir, algo que se pierda o se descuide en la práctica.

3.2. Objetivos

3.2.1. Objetivo general

El presente trabajo tiene como objetivo analizar el empleo de memes por parte de la comunidad de usuarios de Instagram en el contexto de una controversia pública sobre representación racial y cultural a partir de dos producciones de Netflix realizadas en el Perú. Nos interesa con este trabajo identificar las estructuras de significado y relaciones que se encuentran organizando lo social (Gordo, 2008: 213), es decir, la organización de la realidad que evidencia la discusión memética en la esfera pública digital: imaginarios sociales y culturales de una población respecto de la controversia y problemática particular que es de interés para el presente documento.

¹⁰ Nos referimos a su segunda acepción como la pérdida de una cosa a cambio de adquirir otra: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/trade-off>

3.2.1. Objetivos específicos

Como objetivos específicos, tenemos, en primer lugar, identificar la función o funciones distintivas del meme a partir del análisis de sus efectos en el desarrollo de la controversia. Este objetivo se desprende del general en tanto que la narrativa de la realidad que construyen los memes, la que pretendemos conocer vía ellos, refleja múltiples puntos de vista. No se trata, pues, de una realidad “real” ni única —algo inalcanzable o inexistente, al menos desde las ciencias sociales sobre las que se soporta este trabajo—; sino de múltiples realidades, que se proyectan a través de los memes respondiendo a una intención y a un propósito, sea este individual o colectivo, y en ese sentido cumple una función dentro del proceso comunicativo que es el desarrollo de una controversia en la esfera pública.

En segundo lugar, queremos entender qué descuida o qué pierde el meme. Si el meme ha ganado un espacio significativo en la esfera pública digital es porque cumple ciertas funciones que son valiosas para los involucrados. Pese a esto, sabemos que ninguna estrategia de comunicación es del todo perfecta. ¿Hay algo que advertir y/o alertar respecto del uso y efecto de los memes dentro de una controversia?

3.3. Hipótesis

Los memes no solo nos permiten conocer los discursos que hacen parte de una controversia pública, sino que facilitan la puesta en escena de ideas, sentimientos, argumentos y posiciones que pueden encontrar impedido u obstaculizado su desvelamiento en otras esferas donde hay un mayor control e influencia sobre lo que se puede decir y lo que no, como lo es cierto de algunos medios tradicionales, por ejemplo, la TV, o inclusive dentro de determinados encuentros sociales no digitales, por ejemplo, una cena familiar.

En un contexto cultural como el peruano en el que las diferencias de clase y de raza atraviesan todo espacio de construcción de sentido, los memes, además de permitir a quienes ocupan posiciones marginales poner en cuestión lo establecido, ayuda a la consolidación virtual de puntos de vista, construir un sentido de comunidad, agrupar a aquellas personas que piensan y sienten afinidad, recibir fuerza y confianza, fragilizando progresivamente desequilibrios de poder y visibilizando individuos o colectivos sistemáticamente silenciados o ignorados.

Finalmente, aunque el meme tiene a su favor el que opera a una velocidad significativamente rápida, que puede condensar una gran cantidad de información, que es comprendido fácilmente, y que activa emociones y comportamientos con igual velocidad y efectividad en la mayoría de los casos; son estos mismos beneficios los que le restan en términos de posibilitar el diálogo con posiciones alternativas u opuestas de las que defiende, se fortalece con la división moral de la opinión pública (los buenos y los malos), el enfrentamiento emotivo de bandos que ve como objetivo la destrucción social, humillación y ridiculización del otro.

4. METODOLOGÍA

4.1. Enfoque

La metodología diseñada para este trabajo es esencialmente cualitativa. En particular, hemos decidido utilizar un enfoque socio-semiótico. Este enfoque o “visión sobre fenómenos culturales y formaciones discursivas” implica “una interpretación pragmática de los discursos simbólicos en los que se relacione siempre lo que el sistema de signos «dice» con lo que las prácticas sociales efectivas explican, en los marcos reales de acción de los sujetos” (Alonso, 1998/2003: 209). Nos interesa comprender la relación entre la sociedad y sus discursos, en tanto los produce y es a la vez producida por ellos (Bitonte, 2008: 63).

Abril (2007: 19) señala que esta perspectiva socio-semiótica coincide con lo que Benveniste llama el modo semántico, el cual “[...] concierne al proceso comunicativo, a la enunciación, al universo discursivo”. Nos importa también atender a los procesos de comunicación y lugares de enunciación que están implicados en un proceso de participación públicos como el que procederemos a analizar. Lugares en los que naturalmente surgen controversias porque ningún acto de comunicación es siempre un proceso fluido ni limpio, sino que, por el contrario, es, en la mayoría de los casos, “una traducción erizada de dificultades” (Lotman, 1979: 107). El “espacio de comunicación que conforma la esfera pública requiere la construcción de una escena, una forma de comunicación textual, simbólica, entre dos polos, un enunciador que trata de captar el interés y de afectar a un destinatario, ambos situados en sistemas de sentido particulares” (Peñamarín, 2016: 43).

Este enfoque es afín a la naturaleza del objeto de estudio. Habíamos señalado que el meme es un signo o un sistema de signos (Cannizzaro, 2016). Es también un texto en tanto este es “una señal material que se transforma en signo (o conjunto de signos) en el contexto de un acto de comunicación y en función de unos sujetos concretos” (Serrano, 2008: 251). El meme puede ser visto entonces como un texto y este, en relación con otros, conformará discursos, los cuales entenderemos como configuraciones espacio temporales de sentido (Verón, 1993 en Bitonte, 2008).

Además de esta afinidad con la conceptualización del meme, elegimos también esta perspectiva metodológica por considerar al contexto como constitutivo del sentido y al discurso (meme y

memes) como una práctica social, también coherente con nuestra teorización del fenómeno y revisión teórica.

Ambas premisas son consistentes con lo que hemos sugerido hasta el momento desde la revisión teórica, por ejemplo, con el estudio de la esfera pública y de las redes sociales o de la dinámica en Perú respecto de la raza y la clase social. No es posible, pues, comprender el meme, al igual que como sucede con el lenguaje, fuera de estos contextos sociales de uso y las condiciones sociohistóricas que lo posibilitan (Gordo, 2008: 217).

No es de nuestro interés analizar el meme de forma aislada o intentar descomponerlo en partes, sino más bien analizar un conjunto de memes, las relaciones entre ellos y su rol en un proceso comunicativo y contexto social, cultural e histórico específico como el que implica la participación dentro de la esfera pública:

[...] no es un análisis interno de textos, ni lingüístico, ni psicoanalítico, ni semiológico; no se busca con él encontrar cualquier tipo de estructura subyacente de la enunciación, ni una sintaxis combinatoria que organice unidades significantes elementales, sea en la expresión simbólica o en la clave de interpretación que sea. Más bien lo que se trata de realizar es la reconstrucción del sentido de los discursos en su situación —micro y macrosocial— de enunciación [...] encontrar un modelo de representación y de comprensión del texto concreto en su contexto social y en la historicidad de sus planteamientos, desde la reconstrucción de los intereses de los actores que están implicados en el discurso” (Alonso, 1998/2003: 274-275).

Si bien los memes pueden adoptar muchas formas, en su mayoría son de naturaleza lingüística y visual, por lo que nos referiremos a ellos siguiendo la terminología de Abril (2007) quien los denomina *textos verbovisuales*. Con este término, Abril da cuenta de la importancia de lo visual en la construcción de sentido en la sociedad contemporánea, tema que hemos abordado ya en el marco teórico con base en las ideas de autores como Mirzoeff (2003), Berger (2002 en Serrano, 2008) y Lynch (2020).

El abordaje analítico será el mismo: “[...] las imágenes también pueden ser abordadas como textos o como componentes de estos, que en sus relaciones con otros textos conforman discursos, que, a su vez, en sus relaciones estructuradas constituyen sistemas de discursos” (Serrano, 2008: 251). Lo mismo aplica para el estudio de las imágenes, con las que “se buscará indagar en torno a su sentido cultural e ideológico, teniendo en cuenta que la capacidad de significar de las imágenes

depende del desarrollo de códigos de interpretación que son socialmente construidos” (Serrano, 2008: 255).

Finalmente, dentro de la tradición socio-semiótica, con especificidad al análisis de material visual, Rose (2001 en Abril, 2007: 19) sugiere también una “metodología visual crítica”, como aquella “estrategia orientada a analizar el texto visual en términos de su significación cultural, las prácticas sociales y las relaciones de poder en que está involucrado”. Nos interesa este matiz de Rose sobre las relaciones de poder que es una de las preocupaciones clave también de este proyecto por las características del contexto cultural específico del caos elegido.

Se requiere para el análisis de imágenes:

[...] contextualizarlas en el seno de prácticas sociales concretas, donde su significado puede, también, ser negociado por quienes las están contemplando y/o consumiendo. Es, pues, necesario considerar con detenimiento las imágenes, pero también abordar el medio en el que se instalan, el contexto sociohistórico en el que se ubican, las formas de mirada que fomentan, el contexto social del visionado, las maneras de interpretar de los espectadores, los objetivos del visionado, la intencionalidad de quien patrocina, produce o crea las imágenes, así como la manera de mirar del mismo investigador (incorporando, de esta manera, la reflexividad en el análisis) (Serrano, 2008: 255).

En este último aspecto tenemos una limitación que es que la mirada del investigador prima. No hay campo, no hay entrevistas ni mirada de expertos adicionales a las del investigador.

4.2. Selección del corpus

[...] la investigación sociológica de los discursos no es el intento de acceder desde los usos del lenguaje hasta el esquema —la vía formalista—, sino principalmente recoger hechos de habla y constituir con ellos un corpus que adquiere sentido en relación con los usos principales que, desde las hipótesis de la investigación, orientan el discurso de los enunciantes. El corpus no es así un producto a desmigajar, sino la herramienta para determinar los diversos usos que se corresponden, sin ninguna duda, con los diversos grupos sociales diferenciados en la estructura social como significativos, y, a partir de la determinación de esos diversos usos, deducir el sistema de significaciones que operan como norma en ese grupo, considerando como norma la institución social del lenguaje [...]” (Alonso, 1998/2003: 307).

Desde una aproximación como la de la socio-semiótica, la elección de los discursos a analizar, así como la de los textos verbovisuales que los conforman, se realiza, generalmente “sobre la base del interés conceptual para sus estudios y en ningún caso se muestra una búsqueda de representatividad estadística” (Serrano, 2008: 261). No hemos utilizado, pues, un criterio numérico para la selección del corpus de esta investigación.

Aunque hubiésemos querido hacerlo de este modo, dada la naturaleza de este fenómeno digital, rastrear el origen de un meme en Internet, determinar su trazabilidad o recorrido por diferentes redes sociales y medios, sea como réplica idéntica o modificado, así como determinar su impacto social en términos de cantidad de “me gusta”, por ejemplo, —que será distinto dependiendo de la red en la que se los encuentre, además de dependiente de múltiples variables ajenas al solo agrado— es una tarea sumamente compleja, y finalmente innecesaria para los objetivos del presente trabajo.

Buscamos más bien lo que se conoce como *representatividad estructural*, que según Ibáñez (1994 en Serrano, 2008: 262) consiste en “saturar la estructura (lugares de la enunciación y de recepción de los discursos), de muestrear relaciones y no individuos. [...] buscando discursos a través de la localización de las posiciones diversas (insertas en relaciones de conflicto y contradicción) de emisión y recepción de dichos textos con imágenes.”

De ahí que sea “[...] frecuente llevar a cabo un estudio de unos pocos casos (incluso en ocasiones de un único caso) con el afán de ilustrar unos conceptos teóricos o a «la caza» y captura de los signos del poder, de la dominación o de las formas del disciplinamiento” (Serrano, 2008: 261). “[...] el analista no selecciona los textos porque hayan sido producidos por un individuo dado, sino porque su enunciación es el correlato de cierta posición en un contexto de producción institucional e ideológico específico” (Gordo, 2008: 217).

En línea con lo anterior, nuestro procedimiento de búsqueda de memes fue multi-fuente. Por un lado, recogimos los memes que circularon en medios de comunicación oficiales locales como los

diarios La República¹¹ y Trome¹²; así como el argentino Infobae¹³¹⁴, que nos llamó la atención por su vasta producción de artículos respecto de la controversia. También revisamos cuentas peruanas de memes en Instagram y utilizamos el buscador de Twitter para encontrar publicaciones relacionadas. Cuando alcanzamos un criterio de saturación, es decir, cuando empezamos a encontrarnos con los mismos memes, detuvimos la búsqueda. Luego las organizamos en función de los actores y de los puntos de vista. Revisamos también artículos en general sobre la película, críticas, reportajes en YouTube y material variado que nos diera luces sobre las opiniones de diferentes actores claves en el panorama.

4.3. Procedimiento de análisis

La estrategia de trabajo está compuesta por dos frentes.

El primero de ellos consiste en la reconstrucción de la controversia a manera de genealogía. Este ejercicio permitirá la identificación de sus principales actores y, más importante aún, la posición que ellos ocupan en el contexto específico de la sociedad y cultura peruana. Asimismo, se atenderá a los principales argumentos en enfrentamiento y tensión para buscar comprender la naturaleza del malentendido y cuál o cuáles son los territorios de sentido en disputa.

Se prestará especial atención a como el color de la piel en el Perú tiene una relación importante con la posición social, y cómo es que los privilegios y poderes de tipo político y económico que vienen con ella definen también una mirada particular, la misma que da forma a cuerpos y subjetividades, así como da fuerza a una voz y voces que pueden interpelar, negar o silenciar a otras que resultan disidentes e incómodas.

¹¹ <https://larepublica.pe/cine-series/2022/02/19/stephanie-cayo-netflix-memes-divertidos-del-trailer-de-la-pelicula-hasta-que-nos-volvamos-a-encontrar-twitter-maxi-iglesias-tondero/>

¹² <https://trome.pe/espectaculos/celebridades/mtv-vmas-2022-blackpink-presento-pink-venom-en-performance-en-vivo-con-lisa-k-pop-video-fotos-usa-eeuu-estados-unidos-celebs-rmmn-noticia/>

¹³ No se trata de un diario orientado exclusivamente a territorio argentino. La mayor parte de su audiencia es internacional e hispanohablante. Además, como resultado de su estrategia de SEO, consiguen aparecer en los primeros lugares de búsqueda de Google y otros buscadores, lo cual explica por qué nos lo encontramos en toda búsqueda realizada para el presente trabajo y que justifica su inclusión como medio en este trabajo.

¹⁴ <https://www.infobae.com/americaperu/2022/02/19/netflix-la-nueva-pelicula-de-stephanie-cayo-lanzo-trailer-y-estos-son-los-memes-que-le-dedicaron-en-twitter/>

El segundo frente es el análisis de algunos de los textos verbovisuales o memes de Internet que circularon a través de las redes sociales y algunos medios informativos digitales oficiales y que compusieron la controversia en sí misma en tanto fueron el vehículo central para los diferentes argumentos, mensajes y sentimientos.

Nos interesará sobre todo atender a aquellos memes de Internet de carácter crítico, disidente, de protesta e inconformidad frente a lo hegemónico.

5. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Hemos organizado esta sección de la siguiente manera. Empezaremos por lo que hemos llamado genealogía¹⁵ de la controversia, subsección en la que repasaremos de forma cronológica lo que hemos identificado como los acontecimientos de mayor impacto social desde que inició la controversia hasta que llegó a su fin, a la vez que los comentaremos en términos de su relación con la base teórico-conceptual de este trabajo.

A lo largo de esta sección, además, repasaremos y discutiremos las diferentes posiciones enunciativas ocupadas dentro de la controversia por parte de sus actores clave. La revisión de los principales argumentos en enfrentamiento y tensión nos ayudará a comprender la naturaleza del malentendido, e identificar los territorios de sentido en disputa.

Revisaremos, también, los memes elegidos para identificar con ellos algunos de los principales argumentos, representaciones y modos de ver la controversia por parte de los usuarios de Internet. Haremos inferencias sobre quién o quiénes podrían ser estos usuarios desde la posición enunciativa identificada en estos memes.

Finalizaremos el análisis señalando las funciones que habría cumplido el meme dentro de la controversia, así como comentar ciertas hipótesis de advertencia respecto de los riesgos en este acto comunicativo.

5.1. Genealogía de la controversia: actores, acontecimientos y memes

En los primeros meses del año 2020 empezó a recibir cobertura mediática, local¹⁶ e internacional¹⁷, la noticia de que Netflix realizaría su primera película en el Perú.

La producción del filme estaría a cargo de Tondero, una compañía peruana con experiencia previa en varias películas con éxito de taquilla a nivel nacional. El guion y la dirección corresponderían

¹⁵ Usamos el término en su concepción *foucaultiana*: “una forma de hacer historia, cuya meta central es hacer presente la conformación de los saberes y de los discursos en los que no es forzoso destacar un sujeto que sea trascendente en los acontecimientos que se estudian (Barragán, 2012: 1).

¹⁶ Entrevista en video a Bruno Ascenzo, guionista y director de la primera película peruana para Netflix, en el programa #DILO del Diario El Comercio: <https://fb.watch/fcaarkngby/>.

¹⁷ Artículo de la revista Vogue México sobre Bruno Ascenzo y su participación en la película de Netflix, en el que también se mencionan a la productora peruana Tondero y a la actriz protagonista Stephanie Cayo: <https://www.vogue.mx/estilo-de-vida/articulo/quien-es-bruno-ascenzo-el-cineasta-peruano>.

a Bruno Ascenzo, actor, guionista y director peruano, quien no sólo habría trabajado con Tondero anteriormente, sino que tendría una buena relación profesional y de colaboración con sus gerentes. Finalmente, los protagonistas serían Stephanie Cayo, actriz peruana muy conocida a nivel nacional y con un alcance internacional en crecimiento, y Maxi Iglesias, actor español.

El anuncio generó mucha expectativa en la población peruana. Al ser Netflix la plataforma de *streaming* más vista en todo el mundo¹⁸, que esta mostrase interés en producir en su territorio con profesionales locales tuvo un efecto positivo a nivel del sentido de orgullo e identidad nacional de sus ciudadanos. Hacia finales del año siguiente se anunciaría otra producción, esta vez una serie basada en el jugador de fútbol de la selección nacional Paolo Guerrero.

Este entrelazamiento de miradas propias y ajenas, modos de ver distintos, desde dentro y fuera del territorio nacional, como es común en producciones de Netflix basadas en historias locales y pensadas para un mercado global¹⁹, dio lugar a una serie de acontecimientos significativos, discusiones y enfrentamientos tensos a diferentes niveles de la sociedad peruana, es decir, se produjo la controversia pública como tal.

De todo lo acontecido como parte de esta controversia, hemos identificado 4 momentos en particular que destacaron por su alcance mediático, es decir, por su cobertura en medios digitales oficiales, nacionales en mayor medida, pero también extranjeros; así como también por su relación con la producción de memes digitales, cuantiosos y significativos, que con su circulación en redes sociales e Internet sirvieron a diferentes fines dentro de la polémica.

Los presentaremos a continuación en el orden cronológico en que sucedieron.

Elección de un actor peruano considerado “blanco” para representar a un personaje “negro” en una serie de Netflix producida en el Perú.

Como habíamos anotado, a finales del año 2020, en el mes de noviembre, Netflix anuncia haber iniciado las grabaciones de una miniserie biográfica titulada *Contigo Capitán*, una historia

¹⁸ Aunque se trata de un mercado dinámico y que viene experimentando cambios importantes, Netflix sigue siendo líder a nivel mundial: <https://www.portafolio.co/tendencias/streaming-disney-netflix-y-amazon-prime-asi-esta-repartida-la-torta-en-el-mercado-mundial-561587>.

¹⁹ Otros ejemplos de esto, también controversiales en sus respectivos países han sido *Narcos* en Colombia y *El Juego Del Calamar* en Corea del Sur.

inspirada en Paolo Guerrero, un jugador de la selección nacional de fútbol aclamado local e internacionalmente.

Lo que pudo ser otra noticia más con efecto positivo en la población en tanto oportunidad para visibilizar al Perú en el extranjero, se valoró, por el contrario, de forma sumamente negativa. El actor elegido para interpretar al protagonista en la serie fue Nikko Ponce. De acuerdo con la crítica, el actor no tendría los rasgos del futbolista: el primero sería blanco y el segundo de origen afroamericano²⁰. La decisión de Netflix se parodió en las redes sociales a través de la simulación del reparto de otras historias peruanas con actores blancos.

Este fue la primera ocasión en la que la comunidad de Internet se manifestó negativamente hacia Netflix y el equipo peruano. El anuncio previo sobre la película de Stephanie Cayo, Bruno Ascenzo y Maxi Iglesias solo había recibido comentarios positivos hasta el momento, en parte porque no se tenía otra información más allá de que Netflix haría una película.

Ana Lucía Mosquera Rosado, una consultora e investigadora peruana especializada en comunicación intercultural y diversidad escribió en su cuenta de Twitter: *“En el Perú soñado para algunos, ese que borra su negritud cada vez que puede, los grumetes del Huáscar eran blancos y Nikko Ponce es Paolo Guerrero. No me digan que no hay un problema sistemático acá hace tiempo”*²¹.

Ana Lucía, al ir atrás en el tiempo, hasta finales del siglo XIX, y comparar la visibilidad de los grumetes afroamericanos en la Guerra del Pacífico entre Perú y Chile con la elección de Nikko en una serie de Netflix, señala no solo el carácter sistemático de esta problemática, sino su enquistamiento en las dinámicas sociales y culturales de este país.

El pronunciamiento de Ana Lucía se acompañó de la proliferación de diversos memes en los que se parodiaba la mirada extranjera de Netflix de la realidad cultural y racial del Perú. Estos circularon inicialmente por redes sociales para luego ser recopilados y compartidos por diferentes noticieros digitales.

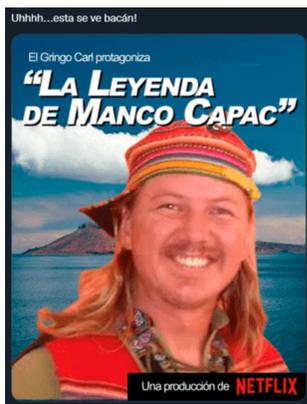
²⁰ Artículo en el diario online Infobae acerca de la reacción de los peruanos frente a la decisión de reparto para la serie *Contigo Capitán*: <https://www.infobae.com/america/peru/2021/11/06/netflix-los-memes-de-protesta-por-no-poner-actores-afrodescendientes-en-la-serie-de-paolo-guerrero/>

²¹ Hipervínculo al tweet: <https://twitter.com/AMosqueraRosado/status/1456340446427426822?s=20&t=44m2rH30SGismIbGXQ2XXw>

En la Figura 2 podemos ver un ejemplo de esto que a la vez es ilustrativo de lo que Abril (2007) llama ruptura de la regularidad. Lo que genera risa es el contraste entre la imagen de un personaje blanco y el nombre Manco Cápac. El personaje de la imagen, dentro del imaginario peruano es el típico “gringo”, el norteamericano que viene al Perú y se viste con detalles andinos; mientras que Manco Cápac es el primer gobernador y fundador de la cultura inca en Cuzco, según algunos cronistas, algo que se enseña en la escuela de forma obligatoria desde los primeros años, por lo que es un saber popular significativo.

Figura 2

Meme que parodia una producción ficticia de Netflix sobre “La Leyenda de Manco Cápac”



Así como este, se produjeron muchos memes más bajo la misma lógica. Se consolidó como una plantilla (Iglesias, 2022): la imagen de un personaje blanco acompañado de un titular señalando el nombre de algún relato andino, junto con el sello de Netflix, señalando su supuesta autoría. Se puede comprender como una apropiación y remediación de lo que sería cualquier anuncio publicitario de Netflix sobre una nueva serie o película de su producción.

Otros ejemplos como este que habrían servido para criticar, además de a Netflix por la serie basada en Guerrero, al director Bruno Ascenzo por la película, se pueden apreciar en la Figura 3.

Tenemos a Micaela Bastidas y Tupac Amaru, una pareja de revolucionarios del siglo XVIII, quienes dirigieron la más grande rebelión en Hispanoamérica colonial (LUM, s.f.), el relato de los hermanos Ayar, una leyenda Inca muy conocida en el país, y Paco Yunque, el protagonista de un

cuento corto del escritor peruano César Vallejo, que irónicamente, relata la historia de Paco, un niño campesino que va al colegio y es humillado por otro niño de apellido Grieve, cuyo padre es gerente de los ferrocarriles de la Peruvian Corporation y alcalde del pueblo. La madre de Paco trabaja en la casa de Grieve, por lo que el hijo del empresario trata a Paco en el colegio de sirviente.

Figura 3

Memos de Internet que parodian la elección de un actor o actriz blanca para un rol indígena o negro.



El hecho de que estos ejemplos correspondan con personajes subalternos y racializados que en sus respectivas historias habrían padecido opresión por la lógica jerárquica social peruana, le da potencia al mensaje y nos da indicios sobre el grado de indignación frente a las producciones de Netflix y cómo es que los usuarios de Internet las están percibiendo. Que el equipo detrás de las producciones siga desacreditando los reclamos llamándolos, como cuando Adrianzén habla del costal de boxeador, da cuenta de un gran desinterés por ver lo que pasa con otros ojos, de ser receptivo al mensaje.

Uso del término andino para referirse a Stephanie Cayo, actriz blanca y peruana, en un artículo de la revista Vogue México.

Meses después de lo sucedido con Nikko Ponce y la serie *Contigo Capitán*, en marzo de 2022, pocos días antes del lanzamiento oficial de la película de Netflix, ya titulada en este momento de forma oficial como *Hasta Que Nos Volvamos A Encontrar* (en adelante, HQNVAE), se publica de forma online un reportaje de Vogue México acerca del largometraje en el que se refiere a la actriz

protagonista de la película, Stephanie Cayo, como *la actriz andina*²². El uso de este término generó otra importante controversia mediática²³.

Aunque parecida a la anterior, en el sentido en que ambas parten de una incongruencia entre lo que se ve y lo que se dice, algo que no hace sentido, la complejidad aquí se agrava por la significación del término andino.

Para efectos de dar al lector que no es peruano herramientas que le permitan comprender el porqué de la valencia de esta reacción, bastará con explicar que:

- El término hace referencia a un espacio geográfico específico, aquel atravesado por la Cordillera de los Andes, y que, dentro del territorio peruano (la cordillera atraviesa varios países de América del Sur) se denomina también sierra del Perú. Esta zona se encuentra ubicada entre otras dos importantes: la costa, bordeada por el Océano Pacífico; y la selva, donde se encuentra parte del Río Amazonas.
- Hace referencia, también, a las personas que viven en dicho espacio geográfico, quienes son, por cuestiones históricas y culturales²⁴, en su mayoría, indígenas o descendientes de ellos.

Con base en esta información podríamos decir que sí, el Perú es un país andino en tanto la Cordillera de los Andes lo atraviesa. Perú es además miembro de la “Comunidad Andina”, una organización de países unidos por esta formación geográfica.

Además de esto, son muchas las situaciones en las que se habla del Perú como un país andino. No sorprende, pues, que una revista mexicana, ajena a una semiosfera (Lotman, 1979) de sentido como la peruana, haga tal afirmación. Si el Perú es un país andino, cualquier persona que viene de allí puede ser considerada andina.

²² Artículo de Vogue México en el que se hace referencia a Stephanie Cayo como la “actriz andina”: <https://www.vogue.mx/estilo-de-vida/articulo/stephanie-cayo-quien-es-la-actriz-peruana-peliculas-programas-de-television>.

²³ Artículo del diario online Infobae que recopila las reacciones en redes sociales frente al artículo de Vogue México: <https://www.infobae.com/america/peru/2022/03/15/stephanie-cayo-es-calificada-de-actriz-andina-por-vogue-y-genera-todo-un-debate-en-twitter/>

²⁴ La fundación de la capital, Lima, ubicada en la costa peruana, en 1532 por los españoles, la convirtió en el centro político, económico y social del país. Aquí se ubicó, también, estratégicamente, la mayor parte de inmigrantes españoles. Regiones como la andina y amazónica presentan un fenotipo marcadamente distinto al de la capital donde hubo más mestizaje y población española y europea.

Sin embargo, lo complicado del uso del término pasa porque, históricamente, como rezago de lógicas coloniales, el poder económico y político en el Perú se centralizó en su capital, Lima, donde actualmente reside la mayor parte de su población fenotípicamente blanca. Desde este lugar geográfico, pero sobre todo desde clases sociales y económicas medias y altas, se suele mirar lo andino, así como también lo selvático-amazónico, finalmente lo otro y diferente, como de menor categoría dentro de las lógicas de jerarquía social y cultural dominantes, hegemónicas, de tinte colonial.

Es así como al usar el término andino, una categoría subalterna de menor rango en la pirámide social del Perú, para nombrar justamente a quien encarna la cúspide del poder blanco y pasado colonial por su apariencia, resultó molesto, indignante, exasperante.

Stephanie Cayo no se reconoce en el término y corrige luego de forma pública a la revista diciendo “Yo no represento a la mujer andina”, sin embargo, esto no tuvo mayor repercusión en los usuarios de Internet que se manifestaron en redes sociales con diferentes comentarios al respecto, algunos críticos y otros más condescendientes con la revista y comprensivos de la situación incómoda de la actriz. Al igual que con lo sucedido con la serie *Contigo Capitán*, el acontecimiento recibió atención mediática (ver nota al pie 23). Curiosamente, esta vez, no se produjeron memes en forma de textos verbovisuales como en el acontecimiento precedente.

Marco Avilés (2022), sociólogo peruano, escribió sobre este acontecimiento en un artículo del Washington Post titulado “Cómo hablar de blanquitud sin ofender a las personas blancas” en el que escribió lo siguiente respecto de lo anterior: “*Las personas blancas de América Latina gozan de una visibilidad tan desproporcionada que muchas veces, de manera voluntaria o involuntaria, terminan ocupando espacios paradójicos*”. Quiero agregar que esta visibilidad desproporcionada pasa por el carácter global de este tipo de producciones que abren la lectura e interpretación de textos a personas que al ser de semiosferas distintas, tienen códigos distintos también. Lo paradójico es lo que S. Hall (1980) llamó distorsiones o malentendidos del intercambio comunicativo.

Crítica a la representación racial y cultural del Perú en la película HQNVAE

La película se estrenó finalmente en la plataforma de Netflix el 18 de marzo de 2022, un par de semanas después del acontecimiento anterior, con lo cual la actitud para recibir la película seguramente fue de reserva y aún más crítica. Este acontecimiento previo ya había despertado las eternas tensiones por clase social y raza en el Perú, y la película ciertamente no contribuyó a despejarlas. La película recibió atención simultánea y considerable en redes sociales y medios oficiales en los días siguientes al estreno.

Entre las críticas por parte de los peruanos más benevolentes estuvieron las que señalaron la falta de originalidad de la historia²⁵. La película fue calificada de cliché²⁶, la típica comedia romántica entre polos opuestos que al final se dan cuenta que están enamorados el uno del otro. El público reclamó al equipo realizador peruano no haber aprovechado la oportunidad de exposición internacional para contar una historia diferente sobre el país.

De otro lado, las críticas más ácidas señalaron la manera en la que se retrató la diversidad y pluralidad cultural y racial de los peruanos en la película. Marco Avilés (2022), periodista peruano especializado en temas de racismo y discriminación, habría escrito lo siguiente, lo cual resume bastante bien las críticas negativas:

El elenco es bastante diverso en el papel, pero la puesta en escena, cual lienzo colonial, organiza el talento con la lógica de las castas. En la película la gente se abraza, se toca, pero la rigidez de ese mundo de ficción se advierte en la distribución de los diálogos. Las personas blancas hablan muchísimo, las demás no dicen casi nada [...] la falta de representación, el guion aburrido y con un tono de comercial turístico, los diálogos que exotizan el idioma y la cultura quechuas. En un país donde las personas son discriminadas principalmente por su color de piel, la película era sal echada directamente en los ojos.

Otros expertos como Renato León, crítico peruano de cine, habría señalado que “la película está alejada de la realidad que vemos y que vivimos en Perú”, lo cual es en parte cierto, como explica

²⁵ Destacó la comparación con la película de Disney *Las Locuras Del Emperador*, la cual cuenta la historia de un emperador inca llamada Kuzco quien quiere destruir el hogar de un campesino, Pacha, para construir sobre su terreno su lujosa casa de verano, Kuzcotopia: https://es.wikipedia.org/wiki/The_Emperor%27s_New_Groove

²⁶ No sólo por los espectadores sino por algunos referentes extranjeros del cine latinoamericano: <https://elcomercio.pe/saltar-intro/netflix/peliculas/hasta-que-nos-volvamos-a-encontrar-le-mostramos-la-pelicula-a-la-prensa-extranjera-y-estas-fueron-sus-reacciones-stephanie-cayo-maxi-iglesias-noticia/>

Avilés, pero también no, en tanto la película es a la vez un reflejo de lo que sucede dentro del Perú en otros lugares donde se representa al peruano y a la peruana.

Me explico con un meme que circuló en respuesta a la película (ver Figura 4) con el que se hace referencia a la publicidad de Saga Falabella, una tienda por departamentos chilena con larga trayectoria en el Perú, la más importante y grande en el territorio. Esta tienda suele utilizar en sus catálogos a modelos que fenotípicamente son la minoría blanca del país (ver Figura 5). Ya ha sido objeto de crítica, e incluso de sanciones, en el pasado por este motivo²⁷. En el meme se emula lo que podría ser un afiche publicitario de la tienda para promocionar una nueva colección y sus ofertas, pero con la fotografía de fondo de la película en la que aparecen los actores Iglesias y Cayo.

Llama la atención la reapropiación del formato publicitario de la tienda para por un lado asemejarse al modelo típico, a la vez que se genera distancia de su ritualización, que es lo que genera humor, a la vez que nos lleva a percibir la publicidad de una tienda como esta con otros ojos.

Figura 4

Meme que emula la publicidad de Saga Falabella con imágenes de la película HQNVAE.



²⁷ Anuncio de Indecopi, autoridad nacional de protección al consumidor, sobre la sanción aplicada a Falabella por incitar al racismo con un comercial de televisión: <https://www.consumidor.gob.pe/-/indecopi-sanciono-a-saga-falabella-y-circus-grey-por-publicidad-con-contenido-discriminatorio>

Figura 5

Publicidad real de la tienda por departamento Saga Falabella



Adicional a la crítica por la representación, se señaló la existencia de una *argolla*²⁸ en este sector de la producción cinematográfica peruana. Este es un término que se utiliza para señalar al grupo selecto que busca el beneficio de sus propios miembros por encima de otros intereses ajenos a los suyos.

En el Perú la argolla suele estar compuesta, además, por personas consideradas blancas y privilegiadas por ello, además de por su condición económica. El señalamiento de la argolla habría supuesto también el reclamo por las inequidades en términos de oportunidades para actores, directores y guionistas no blancos; así como acusarle de causa de la problemática de representación en la película.

Este habría sido otro tema recurrente en los memes como se puede ver en la Figura 7 y Figura 7. En la primera se señalaría sobre todo la lógica valorativa propia de la argolla, mientras que en la segunda la mirada blanca de la propia diversidad cultural en el Perú.

La figura 6 cuenta con una imagen usada muy comúnmente entre los memes, posiblemente porque ofrece un esquema de organización valorativo bastante claro y sencillo. La mujer adulta es el sujeto

²⁸ Similar a la expresión coloquial española *estar en la pomada*: “Círculo de personas que por su prestigio o influencia ocupan una posición social o profesional privilegiada”. Definición obtenida de la RAE: <https://dle.rae.es/pomada>

que valora, la niña que está por saltar a la piscina es la posición de mayor valor, luego tenemos al niño que lucha por flotar como aquello de menor valor, que se descuida al ser desatendido por la mirada de la mujer adulta. Y, finalmente, se tiene al esqueleto en las profundidades del agua que otorga una escala más en la jerarquía en su posición más extrema y dramática.

Aplicado al contexto en particular de la controversia, siendo la argolla quien se encuentra en la posición valorativa, tenemos una jerarquía en la que Cayo prima por encima de los “productores no blancos”, que señala un grupo muy amplio y condicionado por la raza. En el extremo tenemos la película *Teloneras*, la cual habría sido estrenada la misma semana que *HQNVAE*, pero con menores posibilidades de exposición por presupuesto. Se trataría de una película sobre mujeres andinas cantantes de música vernacular, con lo cual nuevamente el tema racial y de clase se haría presente.

Figura 6

Meme que representa la lógica valorativa de la argolla en el contexto de la controversia



Como comentamos, la Figura 7 se referiría a otro aspecto de la argolla, su mirada blanca —en tanto compuestos principalmente por personas no marcadas racialmente— respecto de la diversidad cultural y racial en el Perú.

Figura 7

Meme que contrasta la mirada de un libro escolar sobre diversidad racial con la de la productora peruana Tondero



Las regiones del Perú según Tondero Ft. Netfix :v #HastaQueNosVolvamosAEncontrar

Es una crítica muy similar a las de la Figura 2 y 3, solo que esta vez la crítica apuntaría a Tondero, la productora. La imagen haría un comparativo entre dos miradas, por un lado, la de Coquito, un libro de texto escolar típico de la educación peruana, y, del otro, la empresa productora local. La estética de los personajes sería la misma que la usada en los libros escolares. La diferencia entre ambas columnas estaría en que la de Tondero tendría al mismo personaje en las 3 regiones geográficas del Perú, al de la costa, que es donde se encuentra Lima y la mayor parte de la población blanca del país.

Ciertamente, llama la atención la falta de advertencia dentro del equipo peruano a cargo de la película sobre lo que se estaba haciendo, que no haya saltado la problemática durante el rodaje. Nos lleva a la pregunta de en qué medida era justamente tan “argolla”, tan élite, su composición que nadie pudo darse cuenta; o que quizás dentro del equipo se reprodujo la misma lógica silenciadora del resentido, el ocultamiento de un comentario crítico, el silencio doloroso por miedo.

Sobre este punto, Pratt (2010) habla de *autoinvención criolla* para referirse a cómo “los escritores hispanoamericanos de comienzos del siglo XIX seleccionaron los discursos europeos sobre América y los adaptaron a su propia tarea de crear culturas autónomas y descolonizadas, conservando al mismo tiempo los valores europeos y la supremacía de los blancos”. Esto lleva a

pensar en el caso específico del Perú y en cómo desde las élites se sigue pretendiendo crear arte, cine, literatura, etc., que hable de ese “nosotros” que son los peruanos, pero que falla consistentemente en tanto persiste la intención de querer parecerse a algo de afuera, que ya no solo es Europa sino también EE. UU. y sigue ciego a la mirada de los “otros” que también son peruanos.

La respuesta de Stephanie Cayo a la crítica

Además de Marco Avilés, Ana Lucía Mosquera y Renato León, el novelista peruano Santiago Roncagliolo²⁹ también habría sido consultado por su punto de vista frente a la película y lo acontecido en reacción a esta. Este habría tenido una postura conciliadora y poco crítica hacia la película. En lugar de alimentar la polémica habría abogado por la importancia de reflexionar sobre cómo nos estamos representando en este tipo de producciones, la importancia de prestar atención a lo que está sucediendo por el lado de la respuesta a la película desde la población y lo que eso dice sobre nosotros mismos como colectivo.

Algunos profesionales del mundo del entretenimiento y de la producción cinematográfica peruana también habrían sido consultados y habrían elegido no ser críticos sino más bien celebrar el éxito internacional de la película. Aunque esto no deja de ser importante, celebrar lo propio, quiero decir, elude el problema en cuestión, distrae la atención hacia otro aspecto. Esto es algo muy común y acostumbrado en el Perú, típico de la argolla peruana y que como comportamiento sirve a los propósitos reafirmativos y protectores del propio grupo.

El actor, dramaturgo y guionista Eduardo Adrianzén, por ejemplo, en una entrevista con el periodista René Gastelumendi³⁰, dijo que la crítica estaría usando la película como un costal de boxeador. Sugiriendo así que quien realiza la crítica lo hace para descargar algo personal, que nada tiene que ver con el objeto del golpe. Al ser consultado por las alusiones al racismo por parte de la crítica, Adrianzén responde que se trata de fibras delicadas del país y que “siempre uno es el otro del otro”, con lo cual normaliza la situación y escuda nuevamente a la película de la crítica.

²⁹ Entrevista al escritor peruano Santiago Roncagliolo en el Diario El Comercio: <https://elcomercio.pe/saltar-intro/noticias/hasta-que-nos-volvamos-a-encontrar-santiago-roncagliolo-y-sus-impressiones-de-la-pelicula-peruana-en-netflix-stephanie-cayo-maxi-iglesias-noticia/?ref=ecr>

³⁰ Hipervínculo a la entrevista: https://www.youtube.com/watch?v=_q7SB46HwbY

En línea con la actitud defensiva de Adrianzén, que no recibió mucha atención, estuvo la reacción de Stephanie Cayo, la actriz protagonista, quien se pronunció en sus cuentas oficiales en redes sociales diciendo a la crítica: “*salgan de Twitter y pónganse a trabajar*”³¹. Además de responder por la crítica a la película, lo habría hecho también frente a las acusaciones recibidas sobre pertenecer a una argolla³² en el rubro. No tardó en sumarse su hermana Fiorella³³ para señalar que su padre fue oficial de la Fuerza Aérea y que su familia había trabajado mucho para llegar a dónde estaba. Básicamente, que ellas no contaban con privilegios de ningún tipo.

La reacción de Stephanie y de su hermana agudizaron las tensiones. Identificamos dos razones: la auto-victimización desde una posición privilegiada, “*he trabajado mucho para estar donde estoy*”, la negación con ello de los privilegios y la resistencia a reconocerlos, por un lado, y del otro, el llamado a trabajar, lo cual implícitamente devalúa el lugar desde el que viene la crítica —el subtexto puede leerse como que los críticos son unos flojos, si no les gusta algo deben cambiarlo por ellos mismos, que es válido, sí, pero en un contexto tan dispar en términos de privilegios es peligroso decirlo sin reconocerlos primero en el discurso.

No sorprende, pues, que, aunque la familia Cayo no haya usado el término “resentido” de forma explícita, este sí haya sido usado en la conversación en redes sociales por parte de la crítica para describir lo que habría pasado³⁴. Este es un término que se suele usar en el Perú para derrumbar la crítica. Marco Avilés (2022) lo describe como “*un muro de contención ideológico que separa a quienes tenemos éxito y disfrutamos la película, y a los que no la disfrutan porque nos odian o envidian*”.

Podríamos decir que es muy parecido a calificar a alguien de “loco”, como lo explicaría Foucault (2005) en su texto *El Orden del Discurso*, para referirse a aquellos procedimientos que buscan excluir ciertos discursos. Lo que dice el loco, así como lo que dice el resentido, no circula, no tiene valor, verdad, ni importancia.

³¹ Artículo del diario Correo: <https://diariocorreo.pe/espectaculos/stephanie-cayo-a-sus-criticos-pongase-a-trabajar-muestrenme-algo-que-hayan-hecho-farandula-celebs-espana-maxi-iglesias-hasta-que-nos-volvamos-a-encontrar-noticia/>

³² Artículo de la plataforma online de la radio peruana Studio 92: <https://www.studio92.com/cine/stephanie-cayo-es-acusada-por-un-cineasta-peruano-de-estar-en-argolla-audiovisual-noticia-1394952>

³³ Artículo del Diario El Comercio: <https://elcomercio.pe/tvmas/farandula/fiorella-cayo-defiende-a-su-hermana-stephanie-tras-recibir-duras-criticas-por-la-pelicula-hasta-que-nos-volvamos-a-encontrar-de-netflix-farandula-rmmn-noticia/>.

³⁴ Como ejemplo, recomendamos revisar este vídeo de análisis sobre la respuesta de Cayo a la crítica titulado “¿Stephanie Cayo nos dijo resentidos sociales?”: <https://www.youtube.com/watch?v=NJscVgfav4c>.

Marco Avilés (2022) continúa y da cuenta de esto último: “No te dicen ‘resentido’ para exigir respuesta sino para sabotear una interacción que les genera incomodidad, o para volver a ese momento en que palabras como ‘blanco’ o ‘blanquitud’ e incluso ‘racismo’ y ‘falta de representación’ eran tabúes innombrables”.

Sin embargo, la estrategia no fue efectiva, además de enviar respuestas directas a las redes sociales de Stephanie Cayo (ella habría contestado varias, incluso), se produjo nuevamente una serie de memes que alcanzaron circulación en medios los diarios digitales. La respuesta de Cayo habría generado indignación, como se puede ver en la Figura 8.

Figura 8

Meme en respuesta a la invitación de Stephanie Cayo a sus críticos de ponerse a trabajar



En este meme tenemos una referencia a un acontecimiento que circuló por el mundo entero, el golpe que le dio Will Smith a Chris Rock en la celebración de los Premios Óscar en EE. UU., por haber hecho una broma sobre su la alopecia de su esposa. Esto sucedió el 27 de marzo, muy cerca de la fecha del estreno de HQNVAE y de la respuesta de Cayo. Esta escena se convirtió en la base fotográfica de numerosos memes más allá de la controversia en análisis. El suceso fue tan impresionante y emocional que se instaló en la cultura popular como un signo para expresar indignación, cólera, desacuerdo, etc., frente a un mensaje, idea, declaración.

En nuestro caso particular, vemos como el mensaje superior, no necesariamente una cita textual de Cayo, pero una frase que condensa parte de su mensaje se simula como lo que habría dicho Chris Rock, frente a lo cual Will Smith le golpea a la vez que le grita que se calle.

Este meme es puramente emocional e indicativo de esa emoción y su fuerza. No hay un argumento en respuesta a la premisa inicial salvo el imperativo a callarse acompañado de la fuerza que nos transmite el golpe.

Si profundizamos en el contexto podemos hacer la analogía entre Chris Rock y Cayo en tanto comparten el escenario, un lugar privilegiado desde el punto de vista enunciativo. Chris Rock, así como los usuarios de Internet, son espectadores que se sintieron tan indignados por las declaraciones que no pudieron contenerse, se levantaron y lo golpearon.

Antes de cerrar esta sección, nos importa abrir la pregunta sobre quiénes están detrás de la creación de estos memes y de su circulación. A lo largo de la controversia hemos identificado quiénes prefieren celebrar la película e ignorar los reclamos, quiénes invitan a la reflexión y la conciliación, y quiénes critican la película. Sabemos esto a partir del análisis de entrevistas y declaraciones públicas, pero en el caso de lo que sabemos por los memes, la identificación de la autoría y la correspondiente identidad del enunciador es algo mucho más complejo. Por la forma en que estos textos verbovisuales circulan en Internet es difícil contestar a esta pregunta de forma fiable, pero a partir de la enunciación inserta en ellos podemos hacer algunas abducciones.

Sin embargo, más que identificar un rostro, una clase social o un nivel socioeconómico, nos interesa reconstruir la posición actitudinal. Esta ya la conocemos y la hemos retratado con los memes revisados.

5.2. Funciones del meme en la controversia

Hasta este punto hemos revisado el desarrollo de la controversia, identificado los diferentes actores que participaron de ella, sus posiciones y los momentos más significativos en términos de atención mediática y emocionalidad.

En esta revisión hemos podido identificar cómo es que el meme, al igual que un reportaje periodístico, una entrevista a un personaje público o las declaraciones de famosos en sus redes sociales, se articula a la controversia para dar cuenta de discursos y posiciones.

Ahora quisiéramos dar cuenta de las funciones que este tipo de acto comunicativo tienen dentro de la controversia. Para ello tomaremos como base las categorías de Jakobson (Shifman, 2013).

Función referencial

La discusión memética en la esfera pública digital nos permite acceder a diferentes formas de organización de la realidad, a distintos imaginarios sociales y culturales, así como modos de ver controversias, conflicto y problemáticas particulares.

Los memes, más que piezas graciosas, son verdaderos organizadores de las temáticas, emociones, argumentos, en una controversia. Nos dan cuenta de la naturaleza discursiva de los picos de debate, celebración, indignación.

Como investigadores, los memes nos posibilitan acercarnos a los acontecimientos no solo desde su observación directa, a través de entrevistas, o de medios oficiales como noticieros, sino desde producciones creativas propias de las personas.

En el caso particular de la controversia que hemos analizado, la función referencial nos da cuenta de la existencia de un enfrentamiento entre las élites que dominan el sector del entretenimiento y las clases populares.

Función emotiva

Las emociones son un aspecto crucial en la evolución de una controversia y de la participación en la esfera pública, aunque bajo ciertas perspectivas se vea más bien como un obstáculo a la consecución de acuerdos.

Aquí queremos resaltar la función del meme de evocar emociones, en este caso de indignación, como vimos con el ejemplo de la Figura 8, pero también de fondo con las demás, las emociones que podemos intuir que acompañan el sentirse invisibilizado, e incluso criticado al reclamar por ello.

Además de representar y transmitir estas emociones, creemos que los memes, al hacerlo, convocan a quienes piensan y se sienten de esa forma, con lo cual se establecen, aunque sea de forma momentánea y temporal, comunidades virtuales, digitales alrededor de algo compartido:

La ira y la indignación acompañan la circulación de signos en las arenas públicas en las que toma cuerpo la controversia. Estos signos tienen capacidad de evocar —mediante la resonancia— sentidos, imaginarios y memorias con los que se busca comprender una experiencia social aún no aprehendida ni categorizada adecuadamente. Que algo resuene como parte de las interacciones en el espacio público implica que reverberen y se amplifiquen los afectos particulares movilizados en torno a objetos o valores importantes, que tienen la capacidad de vincularnos con otros, con quienes entramos en la misma frecuencia y quedamos conectados (Paasonen, 2020 en Saiz & Gómez, 2021).

Este es un factor muy importante en una controversia como esta, que es un reflejo de inequidades de raza y clase a otros niveles además de los de la representación en una película o serie de Netflix, ya que fortalece el sentido de agencia en aquel individuo que quizás se siente aislado o solo por pensar así, pero que a través de ejemplos como este adquiere respaldo.

Función metalingüística

Como señala Eco (1990 en Peñamarín, 2016: 38), “un texto no es sólo un aparato comunicativo. Es un aparato que cuestiona los sistemas de significación preexistentes, a menudo los renueva, a veces los destruye”. Nos interesa aquí resaltar la capacidad del meme para hacer justamente esto en tanto texto, “[...] de transformar las enciclopedias y el sentir de los públicos” (Peñamarín, 2016: 35).

Bitonte (2008: 69) dice que es el terreno de la terceridad, donde se construye el signo, donde ocurre la lucha por el sentido. Como hemos visto, el meme es signo y es terceridad también y a través de él se están reconstruyendo sentidos, como en el caso de la emulación de la publicidad de Saga Falabella o la de una publicidad de Netflix. Al reapropiarse de los códigos de comunicación de estas compañías y parodiarlas jugando con el sentido, somos capaces de tomar distancia y mirar lo ritualizado con ojo crítico, lo que pone en cuestión nuestras creencias previas.

Función performativa

Los memes que hemos usado de ejemplo no tienen nada de inocentes, no son un punto de vista nada más, sino que, sobre la base de este, como dice Lynch (2020: 70-71), se pretende simular una verdad, no transmitirla nada más, sino buscar producir un efecto de esta (de verdad); muy similar a lo que dice Abril (2007: 110) cuando señala que “mostrar o dar a ver es hacer”.

La pregunta que sigue es en qué medida los textos verbosuales pueden hacer cosas realmente. Hasta este punto parecería que al menos tienen esa intención, en la medida en que muestran una cosa y ocultan otra, pero hasta qué punto es esto resultado de una decisión de representación y no un performativo en su sentido estricto.

Soto (2020) habla de lógica de la representación como esa forma de ver las imágenes como cargadas de intención, con el objetivo de producir un efecto en algo o alguien que está por fuera de ellas; mientras que la posibilidad de la performatividad, a lo que ella llama también régimen intersticial, tendría que ver con lo que queda en suspenso en la producción no mimética ni identificativa de (y entre) las imágenes.

Propone, pues, que “las imágenes oscilan entre un doble poder: poder de condensar una historia, pero también el poder de detonar otra historia; doble potencia de cifrar e interrumpir” (Soto, 2020: 57).

Así pues, “[...] en la medida en que un imperativo es "representado" y no "realizado" fracasa en su intento de ejercer el poder de realidad social [...]”. (Butler, 1997: 116) y Austin, el primero en usar el término, “pretendía dar cuenta de la fuerza transformadora del lenguaje sobre la realidad: enunciados que no describen la realidad, sino que la instituyen” (Soto, 2020: 51).

Además de este carácter “real” y amenazante en contraposición a lo fantasmático, sería clave la iterabilidad. Soto (2020: 53) menciona que Derrida, en su revisión sobre el performativo, pondría énfasis no tanto “en la capacidad afirmativa de los enunciados para construir significados y realidades como en su iterabilidad o iteratividad, ahí es donde ubica el potencial subversivo”.

De acuerdo con Butler (1997: 117) o en esta iterabilidad ocurre una resignificación: “si el texto actúa una vez, puede actuar de nuevo, y es posible que esta vez lo haga contra el acto precedente. Esta resignificación abre la posibilidad a una lectura alternativa de la performatividad y de la

política.” Se trata de una expropiación y reapropiación del discurso de poder, del discurso autorizado como el lugar potencial de resignificación subversiva. (Butler, 1999: 123-125).

De acuerdo con Romero (2016: 172), “el concepto de hegemonía posibilita considerar que las posiciones de dominio en un campo social concreto nunca resultarían totalmente estáticas, sino que dependerían de una continua reactualización que también implicaría un cierto desplazamiento –la ampliación del campo de la hegemonía con elementos «contra-hegemónicos» cooptados y reintroducidos de tal modo que revitalizarían el propio campo social–.”

Sin embargo, para que esto suceda, Romero (2016) nos recuerda que se requerirá de cierto espacio, aunque pequeño, de autorización: “para que dicho acto no sea tachado de mera excentricidad o locura”, o de resentimiento, “tendría que existir un cierto entramado contra-hegemónico donde se hiciera pensable determinada demanda o actuación.” Aunque se haya intentado calificar de resentidos a quienes han hablado en contra de estas producciones con Netflix, las voces no se consiguieron silenciar. A las redes sociales, aunque tengan muchos aspectos negativos, se les puede rescatar de positivo el facilitar el armado de entramados de personas que buscan visibilizar lo contra-hegemónico, como veíamos en la función emotiva y su impacto en hacer consciencia de un colectivo.

Regresamos, pues, a los memes de Internet o textos verbovisuales de la controversia en cuestión y podemos decir que nos encontramos con algo que va más allá de una sola representación, sino que instituye una realidad: desafía la posición hegemónica de Netflix y de la mirada blanca de quienes suelen tener el poder de decidir lo que se dice y lo que se ve, y lo que no, “la argolla”.

5.3. Fin de la controversia: ¿Hubo algún cambio significativo?

Ya entre el 25 y 28 de marzo de 2022 la controversia perdió prominencia por dos motivos: el partido de clasificación al Mundial de Fútbol Qatar 2022 entre Perú y Uruguay, y el inicio de un proceso político de vacancia al actual presidente Pedro Castillo.

La controversia racial se retomaría poco tiempo después, a inicios del mes de abril de 2022, esta vez a propósito de la boda de Belén Barnechea con Martín Cabello ³⁵. Aunque no se podrá

³⁵ Reportaje de La Vanguardia: <https://www.lavanguardia.com/gente/20220414/8200046/boda-belen-barnechea-martin-cabello-loscobos-escandalo-video-mujeres-suelo-criticas-clasismo-disfraces-esclavos.html>.

profundizar en la reacción a este acontecimiento específico, se menciona aquí para dar cuenta de dos cosas: por un lado, la variabilidad y volatilidad de los temas de discusión en la esfera pública peruana y, por otro, la recurrencia o reaparición del tema de privilegios de raza y clase, lo cual a su vez refleja la existencia de un malestar generalizado en la población respecto de este asunto y el cual está buscando cualquier oportunidad posible para tomar forma y manifestarse públicamente.

Hay motivos para pensar que nada cambió, que todo sigue igual que antes en términos de inequidad de raza y clase en el país; sin embargo, podemos hipotetizar que este tipo de controversias y los memes dentro de ellas, contribuyen en algo, así sean pequeños giros del timón que vayan virando el rumbo. Con lo acontecido, por ejemplo, a propósito del asesinato de George Floyd, surgieron protestas en Perú para pedir el cambio de una marca considerada racista, y se logró, algo que sorprendió a muchos ya que 10 años atrás difícilmente hubiese sucedido. No se lo podemos atribuir todo al meme, ya que este es a la vez un reflejo de una ecología mediática nueva a la que hubo 10 años atrás.

Dice Milner (2016: 191) que, aunque los memes no sean del todo liberadores, sí complican las relaciones entre las audiencias y las instituciones que tradicionalmente han producido los textos.

Estos nuevos medios no son realmente espacios donde se dirimen las grandes decisiones, pero contribuyen como sensores, son como una piel social y para los medios de comunicación formales, oficiales, representan la voz de la gente, su opinión. De ahí que las citen a menudo.

5.4. Limitaciones del meme como herramienta participativa y peligros de una controversia pública digital

Como hemos señalado hasta el momento, las redes sociales y el Internet afectan la forma en la que debatimos acerca de lo que concierne a lo que nos es común y como se actualizan nuestras enciclopedias compartidas. El meme surge en este contexto como un signo que sirve de vehículo para múltiples voces y modos de ver, que por la forma en que circula abre la posibilidad de un gran alcance e impacto antes reservado a posiciones ideológicas dominantes en la sociedad y a los encargados de los media tradicionales; aunque no lo garantiza, facilita la inclusión en el debate

público de voces que antes se habrían perdido al ser filtradas por estos *gatekeepers* de los media tradicionales.

A modo de ejemplo, Peñamarín (2016: 45) señala como es que “[...] un recurso como Twitter incrementa extraordinariamente la posibilidad, visibilidad y eficacia de la respuesta pública [...] convierte en acontecimiento un trivial y deplorable cartel en una web perdida entre tantas [...]”.

Sin embargo, las mismas propiedades del entorno digital y del meme que otorgan ventajas como esta, de otro lado, sugieren mermas en la posibilidad de una esfera pública dialógica.

Por ejemplo, la sobresaturación del entorno mediático, es decir, “[...] la densidad y diversidad de estímulos entorpece la selección necesaria para el conocimiento de un objeto tan elusivo como los sistemas de sentido o los paisajes de la imaginación común” (Peñamarín, 2016: 43). Esta autora observa también como los nuevos hábitos de información-participación, focalizados por asuntos, característico de los media digitales, además de dificultar una visión en conjunto que incluya relaciones globales, amenaza con la pobreza de un debate de perspectivas diferentes (Peñamarín, 2016: 48).

Thompson (1998: 177) añade que la conversación pública se ha convertido en “desespacializada y no-dialógica, y de manera creciente más vinculada al tipo de visibilidad distintiva producida por y a través de los media”. (especialmente de la televisión). Aunque Thompson señala esto a propósito de la televisión, sabemos que la visualidad a la que atribuye este resultado está intensificada con los nuevos media digitales, acentuando pues el problema.

Alcácer-Guirao y Fouce (2020) señalan:

[...] el cambio de la masividad que caracterizaba a los medios a la viralidad que caracteriza a las redes (Rodríguez, 2013) ha terminado por fragmentar radicalmente la esfera pública: ya no existe una única esfera pública sino un conjunto de esferas separadas (Sampedro, 2000). Frente a la idea de una plaza pública en la que todos podemos participar, el mundo digital ha generado un conjunto de espacios acotados marcados por las cámaras de eco y las burbujas de filtro (Pariser, 2017; Sunstein 2003).

Las versiones simplificadas que hace el meme de los asuntos dentro de una controversia, aunque nos dan cuenta de temas cruciales a atender, por su emocionalidad y humor, y la actitud que nos sugieren frente a un objeto o colectivo, nos sitúan en lo que Mouffe (2007: 12-13) llama el “*Zeigeist* pospolítico”. Para Mouffe lo político hoy en día se expresa en un registro moral, con lo

cual el registro nosotros/ellos, sigue existiendo, pero ya no en términos de categorías políticas sino morales: el bien y el mal. Esto deviene en que el adversario sea algo que debemos destruir. Llama la atención que el fenómeno de la cultura de la cancelación haya cobrado popularidad justamente en estos tiempos de división moralista.

6. CONCLUSIONES

Según Jameson (1989 en Bitonte, 2008: 62), la historia, lo Real, nos es inaccesible salvo en su forma textual. El texto funciona como mediador entre el discurso y la realidad. Mientras que Geertz, consistente con esta mirada, señala a la cultura como texto y a lo ideológico como lenguaje configurante (Bitonte, 2008: 62).

Podemos decir, entonces, a partir de lo recogido con este trabajo, que el meme es un texto y los memes una colección de textos, que juntos configuran y dan cuenta de discursos, ideologías y modos de ver la realidad.

En ese sentido, el mundo caótico que aparenta ser el Internet y las redes sociales se manifiesta en forma de patrones con los memes, a través de los cuales se nos sugieren trayectorias culturales más organizadas (Shifman, 2013: 372).

Los memes están disponibles allí en ese aparente caos para que nosotros, como investigadores de lo social y cultural, los analicemos y así podamos ampliar nuestra comprensión de lo que está pasando en controversias públicas.

Por la particularidad que tiene el meme de poder circular fácilmente a través del Internet y de las redes sociales —determinado en gran medida por su visualidad, facilidad de diseño, adaptación y réplica, pero también por la naturaleza particular de la esfera pública mediatizada (boyd, 2011)— la saliencia de malestares públicos, que antes tendrían mayores obstáculos para figurar al ser filtrados por los gatekeepers tradicionales, hoy tienen nuevas posibilidades.

En el caso particular de la controversia sobre representación racial y cultural en el Perú a partir de dos producciones de Netflix en este país, así como también en otras controversias relacionadas con esta misma temática, la discusión habría surgido inicialmente en las redes sociales para luego llegar a medios “oficiales”.

Efectivamente, los reclamos a las producciones de Netflix quizás no hubiesen alcanzado medios masivos digitales como los diarios que hemos usado de ejemplo en un pasado no digitalizado en el que podríamos silenciar al resentido sin mayor repercusión. Los espacios no estaban tan entrecruzados como ahora, entre las élites y la masa. Esto da fuerza a un colectivo que siente que puede mover la conversación pública para que se atiendan sus ideas y sentires.

Hay que señalar, sin embargo, que es equivocado concluir entonces que la aparición de este público digital resuelve el integrar todas las voces de una sociedad y permite exponer todas sus problemáticas. El acceso a Internet y a las redes sociales, el manejo de las herramientas digitales para construir memes, la comprensión de las referencias de la cultura popular, por nombrar algunos de los factores más evidentes, excluyen seguramente a una porción importante de la población cuyas ideas y emociones, esperamos, tengan otras rutas para ser atendidas.

Por otro lado, la saliencia tampoco es una garantía, ya que no todos los memes fluyen por el Internet y las redes sociales de la misma forma ni con el mismo impacto. Ello dependerá en gran parte de la fuerza del acontecimiento, su relevancia y *momentum*, cosas que favorecen la producción y difusión de memes.

De otro lado, al ser fenómenos derivativos, pueden, como lo haría una bola de nieve, recargarse de sentido, pero también pueden perderlo desviarse de su sentido inicial, alcanzando formas aberrantes o infantilizadas. Shifman (Jenkins, 2014) expresa su preocupación en el campo político por lo que llama la despolitización de algunos memes que producto de la sobre-simplificación se convierten en entretenimiento o incluso invierten su sentido inicial.

El curso que sigan los memes, al final, dependerá de la fuerza de los emisores que se agrupen en torno a ellos, como fueron en este caso en particular los diarios digitales y los personajes públicos del sector académico, entretenimiento y literario.

Por otro lado, aunque este tipo de comunicación que es el meme, por su simplificación y otras propiedades como el humor, logra velocidad en su transmisión, dificulta a su vez la reflexión y el diálogo. La simplificación, por ejemplo, nos cierra a una idea, posición o emoción específica, plantea una diferencia absoluta y excluyente con sus alternativas o contrarios. Dice Lotman (2001 en Cannizzaro, 2016: 577) que si “el diálogo sin diferencia semiótica no tiene sentido, cuando la diferencia es absoluta y excluyente el diálogo se vuelve imposible”.

De acuerdo con Verón (1993 en Bitonte, 2009: 61), lo que vincula la producción discursiva a la esfera social es el signo, en este caso el meme. Sin embargo, a la vez que la vincula, también paradójicamente la aísla. Sucede como con los estereotipos y prejuicios, nos ofrecen un punto de vista y nos aíslan de otros. No hay lugar a posturas intermedias y negociadas dentro del mismo meme. Si a esto le sumamos el fenómeno de las cámaras de eco, tenemos grupos sociales convencidos de cierta postura e incapaces de mirar otra.

El mundo se construye sobre el disenso y el conflicto (Alcácer-Guirao & Fouce, 2020) y “el fin del mundo común ha llegado cuando se ve bajo un solo aspecto y se le permite presentarse únicamente bajo una perspectiva” (Arendt, 1993 en Alcácer-Guirao & Fouce, 2020: 131).

Diferentes investigaciones reconocen los peligros que pueden significar estas prácticas, como por ejemplo con las cámaras de eco y discursos de odio en Twitter, en tanto los mensajes de redes como esta y otra pueden socavar la credibilidad de los individuos y manipular su sistema de creencias, lo cual puede “afectar negativamente la integración social o el ejercicio democrático” (Chadwich, 2019 en Medina, 2020: 22).

Llama la atención, pues, que exista, por ejemplo, desde 2006 un proyecto militar en los EE. UU. con el objetivo de “establecer una base científica para la memética que permita predecir y controlar los memes y sus efectos [...] desarrollar una forma pacífica de hacer frente a terroristas e insurgentes [...] previniendo conflictos irracionales” (Robotic Technology Inc., 2022).

¿Qué podemos hacer para compensar estos riesgos y peligros? Peñamarín (2016: 57) señala la importancia del relato y de la imaginación en lograr que el receptor reflexione sobre sí mismo, sus ideas y valoraciones sobre lo real y posible. Un relato implica un sujeto en búsqueda de un objeto de valor, un proceso de búsqueda, lucha, conflicto entre sistemas de sentido y valores. Esto no lo tiene el meme en tanto signo que condensa y simplifica un modo de ver, una emoción, una valoración. Además de su orientación marcada hacia lo visual que compromete la imaginación.

¿Es posible contar un relato dentro del meme como el que describe la autora? ¿Haría falta quizás una instancia distinta que ejercite un metaanálisis de las discusiones y posiciones contrarias a través de los memes y así ayude a la población a hipotetizar los posibles relatos de las partes implicadas, sacarnos así de nuestras cámaras de eco y ayudarnos a ver el panorama más amplio?

Estas son solo preguntas que nos hacemos en vista de las amenazas y riesgos que pueden significar los memes para el debate público y que seguramente guiarán el futuro de nuestras exploraciones sobre el tema.

6.1. Limitaciones del estudio y recomendaciones para futuras investigaciones

Dice Mirzoeff (2003) que una narrativa no puede incluir todas las posibilidades del sistema global/local, cuando cita a Martin J. Powers, quien habla a su vez de la propiedad fractal de la

cultura visual y lo impregnada que está con modelos del mundo entero. Así, aunque el estudio de las imágenes no permita una mirada completa del “sistema”, puede facilitar numerosas aperturas y acceso a mundos de sentido.

De allí lo importante de recomendar, en el caso de los memes, un análisis no solo individual, sino en red, en constelaciones meméticas. Català (2005: 48) dice lo siguiente sobre las versiones de una misma imagen:

[...] por muy aisladas que surjan unas de otras, tienden todas ellas a la conexión, al establecimiento de una red, puesto que cada una de las versiones depende de todas las demás para confluir hacia un significado que nunca puede llegar a completarse, ni siquiera cuando se hace acopio de todas las versiones posibles, puesto que siempre quedarán nuevas versiones para hacer, nuevas interpretaciones. (Català, 2005: 48).

A esta sugerencia, añadiría la integración de otro tipo de fuentes de información adicionales al meme en constelación. Una que nos parece fundamental y que por cuestiones de alcance no cubrimos aquí tiene que ver con incorporar la opinión de una muestra de personas a través de entrevistas en la que nos compartan sus ideas, sentimientos, reacciones frente a la selección de memes para el estudio. Además de ayudarnos a ampliar nuestro alcance de la meméfera de sentido a la que están expuestos, a la que podamos estar limitados por algoritmos y otras particularidades de la Internet que nos dificulten llegar a otros espacios de sentido; nos permitiría acceder a sus modos de ver los memes analizados, sobre los que hemos hipotetizado, pero estaría pendiente validar.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abril, G. (2007). *Análisis crítico de textos visuales: Mirar lo que nos mira*. Síntesis.
- ----- (2012). Tres dimensiones del texto y de la cultura visual. *IC - Revista Científica de Información y Comunicación*, 9, 15-35.
- Aladro, E. (2002). El humor como medio cognitivo. *CIC - Cuadernos de Información y Comunicación*, (7), 317-327.
- ----- (2022). Los memes como jerga del lenguaje digital [En prensa]. *CIC - Cuadernos de Información y Comunicación*, 27, 145-159.
- Aladro, E., Valbuena, F. & Padilla, G. (2012). Redes sociales y jóvenes preuniversitarios españoles: los nuevos ejes de socialización y comunicación. *Austral Comunicación*, 1(1), 27-40.
- Alcácer-Guirao, R. y Fouce, H. (2020). Emociones tóxicas en la nueva esfera pública: Controversias mediáticas y discurso del odio. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 11(2), 123-135. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2020.11.2.18>
- Alonso, L. (1998/2003). *La mirada cualitativa en sociología: Una aproximación interpretativa* (2ª edición). Editorial Fundamentos.
- Arendt, H. (2003). *La condición humana*. Paidós.
- Aunger, R. (2000). *Darwinizing Culture: The status of memetics as a science*. Oxford University Press.
- ----- (2002). *The Electric Meme: A new theory about how we think*. Free Press.
- Avilés, M. (2022, Marzo 22). *Cómo hablar de blanquitud sin ofender a las personas blancas*. The Washington Post. <https://www.washingtonpost.com/es/post-opinion/2022/03/22/peru-pelicula-netflix-hasta-que-nos-volvamos-a-encontrar-stephanie-cayo-blanquitud/>
- Baños, P. (2020, Noviembre). *Los memes, mucho más que una diversión*. Otralectura. <https://otralectura.com/2020/11/15/los-memes-mucho-mas-que-una-diversion/>

- Barragán, A. (2012). Genealogía e Historia en Michel Foucault. *Sincronía*, (62), 1-5.
- Bitonte, M. (2008). La socio-semiótica como forma de pensamiento crítico: De la teoría al trabajo sobre configuraciones materiales. *Perspectivas de la Comunicación*, 1(2), 59-71.
- Bolter, J. D. & Grusin, R. (2000). *Remediation: Understanding New Media*. MIT Press.
- boyd, d. (2011). Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications. En Z. Papacharissi (Ed.), *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites* (pp. 39-59). Routledge.
- Butler, J. (1997). *Lenguaje, poder e identidad*. Editorial Síntesis.
- ----- (1999). Performativity's Social Magic. En R. Shusterman (Ed.), *Bourdieu: A Critical Reader* (pp. 113-128). Blackwell.
- Cannizzaro, S. (2016). Internet memes as internet signs: A semiotic view of digital culture. *Sign Systems Studies*, 44(4), 562-586. <http://dx.doi.org/10.12697/SSS.2016.44.4.05>.
- Català, J. M. (2005). *La imagen compleja: La fenomenología de las imágenes en la era de la cultura visual*. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Cortazar, F. (2014). Imágenes rumorales, memes y selfies: Elementos comunes y significados. *Iztapalapa Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 35(77), 191-214. <http://dx.doi.org/10.28928/ri/772014/aot3/cortazarrodriguezfj>.
- Davison, P. (2012). The Language of Internet Memes. En M. Mandiberg (Ed.), *The Social Media Reader* (pp. 120-134). New York University Press. <https://doi.org/10.18574/nyu/9780814763025.003.0013>.
- Dawkins, R. (1976/1990). *El gen egoísta: Las bases biológicas de nuestra conducta* (3ª edición). Salvat Editores.
- Fontcuberta, J. (2016). *La furia de las imágenes: Notas sobre la postfotografía*. Galaxia Gutenberg.
- Foucault, M. (2005). *El Orden del Discurso*. Fabula Tusquets Editores.

- Gordo, A. (2008). Análisis del discurso: los jóvenes y las tecnologías sociales. En A. Gordo & A. Serrano (Coords.), *Estrategias y prácticas cualitativas de investigación social* (pp. 213-244). Pearson Educación.
- Hall, S. (1980). Encoding/decoding. En S. Hall, D. Hobson, A. Lowe y P. Willis (Eds.), *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972-79* (pp. 117- 127). Routledge & Centre for Contemporary Cultural Studies, University of Birmingham.
- Hepp, A. (2020). *Deep mediatization*. Routledge.
- Iglesias, P. (2022). *Índices verbales sobre segmentos visuales: Una propuesta para entender la operatividad de los memes plantilla* [Trabajo final del curso Espacio Público y Cultura de Masas – Universidad Complutense de Madrid]. Campus Virtual.
- Jenkins, H. (2014, Febrero). *A Meme is a Terrible Thing to Waste: An Interview with Limor Shifman*. <http://henryjenkins.org/blog/2014/02/a-meme-is-a-terrible-thing-to-waste-an-interview-with-limor-shifman-part-one.html>
- Kristeva, J. (1997). Bajtín, la palabra, el diálogo y la novela. En D. Navarro (Ed.), *Intertextualité: Francia en el origen de un término y el desarrollo de un concepto* (pp. 1-24). UNEAC.
- Lynch, E. (2020). *Ensayo sobre lo que no se ve*. Abada Editores.
- LUM (s.f.). *Túpac Amaru y Micaela Bastidas: Memoria, símbolos y misterios*. Lugar de la memoria, la tolerancia y la inclusión social. <https://lum.cultura.pe/exposiciones/t%C3%BApac-amaru-y-micaela-bastidas-memoria-s%C3%ADmbolos-y-misterios>
- Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: La imagen en la era digital*. Paidós.
- Marino, G. (2020). Semiótica de la propagabilidad: Un enfoque sistemático de las imágenes virales a través de Internet. *La Tadeo Dearte*, 6(6), 22-55. <https://doi.org/10.21789/24223158.1415>.
- Medina, L. (2020). El análisis sociológico de la comunicación: De la Escuela de Chicago a la Mediatización Digital. *Espacio Abierto*, 29(3), 10-27.

- Meso-Ayerdi, K., Mendiguren-Galdospín, T., & Pérez-Dasilva, J. (2017). Memes políticos difundidos por usuarios de Twitter: Análisis de la jornada electoral del 26J de 2016. *El profesional de la información*, 26(4), 672-683. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.jul.11>.
- Milner, R. (2016). *The World Made Meme: Public Conversations and Participatory Media*. The MIT Press.
- Mirzoeff, N. (2003). *Una introducción a la cultura visual*. Paidós Ibérica.
- ----- (2016). *How to See the World: An Introduction to Images, from Self-Portraits to Selfies, Maps to Movies, and More*. Basic Books.
- Mouffe, C. (2007). *En torno a lo político*. Fondo de Cultura Económica de Argentina.
- Peñarín, C. (2016). La elaboración de pasiones y conflictos en la nueva esfera pública. *Revista deSignis*, 24, 35-59.
- Pérez, G. (2017). *El Meme en Internet: Identidad y Usos Sociales*. Fontamara.
- Robotic Technology Inc. (2022). *Military Memetics (information propagation, impact, and persistence – info pip) Project*. <https://www.robotictechnologyinc.com/index.php/military-memetics>
- Rowan, J. (2015). *Memes: Inteligencia idiota, política rara y folclore digital*. Capitán Swing Libros.
- Saiz, V. & Gómez, P. (2021). Los acuerdos afectivos y el desarrollo de las controversias públicas: La rabia feminista. *Revista deSignis*, 36, 79-88.
- Serrano, A. (2008). El análisis de materiales visuales en la investigación social: El caso de la publicidad. En A. Gordo & A. Serrano (Coords.), *Estrategias y prácticas cualitativas de investigación social* (pp. 245-286). Pearson Educación.
- Shifman, L. (2013). Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 18, 362-377. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12013>.
- ----- (2014). *Memes in digital culture*. The MIT Press.
- Soto, A. (2020). *La performatividad de las imágenes*. Ediciones Metales Pesados.

- Thompson, J. (1998). *Los media y la modernidad: Una teoría de los medios de comunicación*. Paidós.