



Sugerencia para citar: Pérez Salazar, G. (2017). Del #NoEraPenal al #FueElEstado: Usos sociales del meme en jóvenes mexicanos. En Aguilar, A. (Coord.), Desafíos de la inclusión y procesos de comunicación, p. 145-162, México: Fontamara / UAdeC. ISBN: 978-607-506-307-2.

DESAFÍOS DE LA INCLUSIÓN Y PROCESOS DE COMUNICACIÓN

Andrea Aguilar Edwards
Coordinadora



Colección: Argumentos
Número: 432



Capítulo VII

Del #NoEraPenal al #FueElEstado: Usos sociales del meme en jóvenes mexicanos¹

Gabriel Pérez Salazar*

Resumen

Las plataformas hipertextuales que median una significativa parte de las interacciones que tienen lugar en Internet, particularmente en las herramientas para la administración de redes sociales en línea; de forma relativamente reciente han incorporado el uso de diversas formas expresivas, entre las que destacan los memes. El propósito de este trabajo es hacer una exploración sobre los temas en torno a los cuales se generan y comparten este tipo de contenidos, a partir de una muestra no probabilística y no representativa de jóvenes en México, usuarios de Facebook y Twitter. Algunos de los resultados más relevantes sugieren que, aunque en muchas ocasiones los temas puedan asociarse a actividades recreativas, en algunos casos, estos recursos son empleados para abordar temáticas sociales y llevar a cabo expresiones de protesta.

Palabras clave: Memes, usos sociales, redes sociales.

1. Introducción

Las herramientas para la administración de redes sociales en línea (en adelante, simplemente redes sociales), constituyen espacios de interacción en los que se posibilitan una amplia variedad de maneras en las que se genera y recircula información. Con base en recursos como los botones de *Compartir* en Facebook y *RT (retweet)* en Twitter, una gran cantidad de formas simbólicas están siendo replicadas, reinterpretadas y creadas. En muchos casos, se trata

¹ El autor desea agradecer el apoyo de la M.C. Sonia O. Martínez Ayala por su ayuda en la revisión del texto, así como en la depuración de la base de datos obtenida a partir de la encuesta aplicada.

* Doctor en Ciencias Políticas y Sociales por la UNAM. Profesor-investigador de tiempo completo en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Coahuila, miembro del Sistema Nacional de Investigadores de CONACYT, nivel I. Correo electrónico: <gabrielperezsalazar@gmail.com>. Investigación realizada como parte del proyecto presentado por el CAC “Comunicación, Cultura y Sociedad” ante el Programa de Desarrollo Profesional Docente Para el Tipo Superior (antes PROMEP).

de unidades culturales conocidas como memes, que tienen sus antecedentes conceptuales en discusiones hechas en diversos ámbitos académicos, al menos desde la década de 1960.

El principal objetivo del presente trabajo es hacer un acercamiento exploratorio a los usos sociales que los integrantes de una muestra no probabilística de jóvenes mexicanos hacen de los memes en redes sociales. De manera específica, se trata de identificar algunos de los principales temas que están asociados con su consumo, replicación y creación. Para ello, en primer lugar, haremos un breve repaso teórico sobre el fenómeno conocido como meme en Internet, para luego abordar su uso a partir de dichos usuarios. Como será mostrado en los resultados, aunque este tipo de formas simbólicas se relaciona de manera importante con asuntos que tienen que ver con el ocio, el entretenimiento y la diversión; existen otros temas en torno a los cuales el meme en línea también está siendo utilizado, particularmente en torno a la política, ciudadanía, educación, arte y cultura.

2. Breve teoría del meme

La idea de que existen unidades culturales que poseen un sentido y que son replicadas (es decir, copiadas, reproducidas), ha sido planteada a partir de la década de 1960. Como Wilson (1998) señala, desde entonces han sido propuestos una serie de términos como *mnemotipo*, *idea*, *idene*, *meme*, *sociogen*, concepto, *culturgen*, y tipo cultural, para hacer referencia a ello. Sin embargo, ha sido el término *meme*,² introducido por Dawkins (1976), el que ha predominado en torno a este concepto, y que ha adquirido notoriedad a partir de los fenómenos ciberculturales recientemente dados por el meme en Internet.

En torno a dichos planteamientos, se ha propuesto la Memética como disciplina encargada de estudiar los procesos, mecanismos de replicación y las estructuras bajo las cuales se propagan los memes. Dicha noción ha sido retomada desde muy diversas ramas científicas para intentar entender aspectos como la manera en que se construyen los acervos culturales de los distintos grupos humanos (antropología), la forma en que se constituyen los idiomas (lingüística), así como los patrones a partir de los cuales se extiende un meme al interior de una población determinada (epidemiología); entre muchos otros.

Las definiciones propuestas en torno a este asunto son tan variadas como los campos del conocimiento de los cuales se han desprendido; sin bien todas ellas convergen en esta idea que ya hemos señalado; se trata de una unidad cultural que es replicada. Así, mientras que para Wilson un meme puede ser entendido como un “nodo de memoria semántica” (1998: 148), para Lissack

² Como Dawkins (1976) señala, su origen está basado en la palabra griega *mimeme* (μίμημα), que significa *lo que es imitado*.

se trata de signos en pleno sentido: “los memes se han convertido en unidades semánticas capaces de evocar los significados a los que están asociados. Es el proceso de evocación y la eficacia del meme como disparador de atención, recuerdo y repetición del significado adscrito, lo que los vuelve relevantes” (2004: 5).

Con base en esta idea general, es posible decir que los memes constituyen un fenómeno cultural que ocurre desde el inicio de la civilización humana. Más allá de que los sistemas de escritura puedan ser considerados como un sistema estructurado de memes (Dennet, 1990), podemos hacer mención de diversas unidades culturales concretas que han pasado por estos procesos de reproducción, y entre las cuales destacamos dos ejemplos como antecedentes al meme en Internet: el cuadrado SATOR y *Kilroy was here*, en virtud de sus formas concretas de enunciación.

El cuadrado SATOR (Figura 1) ha sido encontrado en diversos sitios arqueológicos pertenecientes al Imperio Romano, datados en torno al siglo I. Era colocado en la entrada de casas de cristianos, y durante muchos años tuvo muy diversas interpretaciones (algunas de las cuales incluyen diversos sentidos esotéricos); sin embargo, la explicación más comúnmente aceptada en la actualidad, es que se trata de un palíndroma de las palabras Pater Noster³ (Atkinson, 1951). En todo caso, se trata de un arreglo gráfico que fue ampliamente reproducido en la época, encontrándose además en diversas piezas de alfarería y grabados.

Figura 1: Cuadrado SATOR



Fuente: <http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/7/71/Sator_Square_at_Opp%C3%A8de.jpg>.⁴

³ Padre Nuestro, en latín.

⁴ Imagen liberada bajo la licencia de libre uso *GNU Free Documentation License*, por su autor, M Disdero <http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Sator_Square_at_Opp%C3%A8de.jpg>.

Mucho más cercano cronológicamente, *Kilroy was here* representa una frase que ha sido empleada en la cultura popular estadounidense desde la Segunda Guerra Mundial (Oswood, 2001). En el contexto del presente trabajo, destaca por tratarse de una imagen yuxtapuesta a un texto, que incluso hoy en día sigue siendo ampliamente replicada en los espacios físicos (Figura 2) en los EEUU. Según Oswood (2001), este meme se originó en Europa, a raíz de la marca que un supervisor de logística del ejército estadounidense hacía sobre aquellos lotes que había inspeccionado. Con el tiempo, su sentido se ha transformado, y en la actualidad tiene relación con una vigilancia, como un signo de que se está siendo observado.

Figura 2: *Kilroy was Here* en el Monumento a los Caídos en la Segunda Guerra Mundial, Washington, EEUU.



Fuente: <http://commons.wikimedia.org/wiki/File:World_War_II_Memorial_Wade-29.JPG>.⁵

En ambos casos, se trata de unidades que tienen un sentido al interior de los espacios de afinidad⁶ (Gee, 2005) al interior de las cuales son empleadas, y en las que hay diversos grados de reinterpretación. Así, las reproducciones tienden a ser muy fieles en el cuadrado SATOR, y las variaciones son mucho más amplias en *Kilroy was here*. De cualquier forma, como ya ha sido adelantado, se trata de formas simbólicas cuya permanencia en el

⁵ Imagen liberada bajo la licencia Creative Commons por su autor, Luis Rubio <http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Kilroy_Was_Here_-_Washington_DC_WWII_Memorial.jpg>.

⁶ Para este autor, un espacio de afinidad es, ante todo, un lugar simbólico, intangible; que está dado por todos aquellos sujetos que comparten un mismo sentido en relación con un signo determinado, así como este sentido que es más o menos común a ellos.

tiempo es notable: alrededor de 2 mil años en el primer caso⁷ y cerca de 80 en el segundo.

De esta manera, coincidimos con autores como Blackmore (1999) y Knobel y Lankshear (2007), en el sentido de que un meme puede tener muchas formas de expresión y estar dado, por ejemplo, a partir de frases populares o refranes, los pasos que se siguen para interpretar un baile (desde un *minuet* francés del siglo XVIII, hasta la Macarena), una imagen (como en *La Gioconda* de Da Vinci reproducida en calendarios, camisetas, tazas y muchísimos otros soportes), así como aquellos signos de naturaleza digital que son reproducidos a través de Internet.

Con el fin de brindar elementos concretos que permitan su análisis, Dawkins (1976) sugiere que todo meme puede ser analizado en función de tres variables: fidelidad, fecundidad y longevidad. La fidelidad se refiere al grado de mutación que el meme sufre cuando pasa de una persona a otra. Una alta fidelidad indica que el meme se mantiene relativamente intacto. Lo contrario, señala que el meme ha pasado por un importante proceso de mutación, derivado de las modificaciones que cada persona haga al replicarlo. En este caso, se le conoce como *metamórfico* (Da Cunha, 2007). La fecundidad tiene que ver con el alcance espacial y la velocidad con que un meme se difunde; y la longevidad está dada por el tiempo durante el cual un meme permanece al interior del acervo simbólico de las personas que lo emplean (y que puede ir de unos cuantos días, hasta miles de años, como en el ya señalado cuadrado SATOR).

Existen otros conceptos que han sido empleados para la descripción de tipos específicos de memes, que mencionaremos brevemente. Durham (1991) llama *holomemes* al repertorio cultural completo de las variaciones que puede presentar un meme determinado, incluyendo aquellas formas latentes o aún no expresadas. Así, un *holomeme*, es la idea que subyace a la enunciación de un meme. Como es evidente, esta propuesta no está exenta de controversias, dado que la definición inicial de meme en principio abarca todo lo anterior. Sin embargo, adscribimos esta idea de Durham (1991), en virtud de que el concepto resulta útil para distinguir al meme (en su dimensión inmaterial), de sus expresiones concretas.

Por otro lado, la identificación de las unidades básicas de los memes, es también un asunto conceptual a destacar. En casi todos los memes que son enunciados, en realidad se trata de la conjunción de elementos signícos constituyentes que pueden tener un sentido propio. De esta manera, Dawkins (1976) define un *memeplexe* como aquel dado por la conjunción de distintos memes, en una sola unidad cultural compleja. Desde la Memética se propone

⁷ Dado el sentido esotérico con el que se ha relacionado, el cuadrado SATOR sigue siendo replicado en estos círculos, incluso en la actualidad.

que un *memeplexe* puede ser tan amplio y estructurado, como un lenguaje o una religión (Young, 2006); aunque también puede haber otros mucho más sencillos, que ocurren a partir de la yuxtaposición de al menos dos memes simples. En todo caso, la unidad de análisis del meme se encuentra siempre sujeta al punto de vista en el cual se sitúe el observador, lo cual no implica la posibilidad de *que pueda* ser descompuesto en otras unidades que lo integran; o subsumido en otros *memeplexes* más complejos. Se trata de un asunto que guarda una estrecha relación con la noción de *sistema*, como es planteado por Luhmann (1998) en su Teoría General: el analista debe colocarse de manera que haya una distinción entre entorno y sistema, o en este caso, del meme a analizar y las unidades que lo componen.

De estas definiciones y conceptos elaborados, en relación con el meme en general, recientemente se han desprendido una serie de trabajos que analizan su presencia y usos en línea. Así, el meme en Internet se ha convertido en un objeto de estudio específico a partir de una gran cantidad de autores, entre los que destacan Blackmore (1999), Knobel y Lankshear (2007), Burgess (2008), y Shifman y Thelwall (2009). Para ellos, Internet proporciona un espacio relacional que, gracias a su estructura hipertextual, facilita el alcance y la velocidad de propagación de dichas unidades culturales. Esta es una de las grandes diferencias en relación con los memes en los espacios analógicos: su replicación implica un menor esfuerzo para el sujeto. Mientras que en el pasado continuar con una carta cadena implicaba reescribirla,⁸ pagar el porte postal y depositarlas en la oficina del correo; hoy, gracias a los ya mencionados recursos de interacción disponibles en los medios sociales, su circulación es mucho más rápida, sencilla y conveniente, en términos de costo y las acciones que se requieren para su diseminación.

Como ejemplo de uno de los primeros memes en Internet, Burgess (2008) destaca el caso de *All your base are belong to us*. Originado a partir de una infortunada traducción al inglés del videojuego *Zero Wing*⁹ en el que aparece dicha frase, a partir del año 2000 fue ampliamente comentado en diversos foros en línea. De esta forma se convirtió en un *holomeme* que tuvo una enorme cantidad de enunciaciones, muchas de las cuales hacían referencia a la cultura pop estadounidense (la frase era mostrada en cajetillas de cigarros, en anuncios en autopistas, en las letras del popular programa de televisión *Wheel of Fortune*, y muchas otras imágenes bajo un esquema similar).

Esta primera generación de autores dedicados al meme en Internet resalta un aspecto concreto de los temas relacionados con estas unidades culturales: el humor como su componente principal. Incluso, este es el sentido con que Burgess plantea una definición del meme en línea:

⁸ Esto, evidentemente, antes de la masificación de las fotocopadoras.

⁹ Original de la empresa japonesa Sega.

Se trata de bromas (que muchas veces involucran la escritura de textos sobre imágenes de gatos [*sic*]) o acciones que se vuelven ampliamente imitadas, y que se propagan a través de redes descentralizadas, presentando mutaciones que no pueden ser predichas o controladas por sus creadores originales (2008: 102).

En la actualidad, los memes en línea se relacionan con un conjunto de plataformas que son empleadas para su difusión, creación, e incluso, validación social. En torno a esto primero, destacan sitios como Tumblr, 4chan, Reddit y 9GAG; que bajo la estructura de foros de discusión formados en torno a imágenes digitales de todo tipo, son el punto donde muchos de ellos son originalmente publicados (y que, en algunas ocasiones, trascienden a sitios como Twitter y Facebook, donde su replicación se prolonga en el tiempo, contribuyendo con ello a su longevidad). En cuanto a las herramientas de creación, existen una serie de aplicaciones que posibilitan la manipulación digital de aquellas formas simbólicas que les dan origen, entre las que destaca memegenerator.¹⁰ En la tercera categoría, se trata de sitios exclusivamente dedicados a la recopilación y publicación de memes, algunos de los cuales, brindan además una explicación sobre su origen y significado (particularmente, en el caso de KnowYourMeme.com, donde además se discute sobre su vigencia y relevancia).

Como hemos adelantado, existe una amplia variedad de memes en línea. En principio, y ajustándonos estrictamente a la definición de Dawkins (1976) que ya ha sido señalada, cualquier unidad cultural que es replicada, es un meme. A partir de ello, como hemos propuesto en otros trabajos (Pérez Salazar, 2015), es posible identificar la siguiente tipología de memes, con base en las formas en que suelen ser enunciados:

- Cadenas de caracteres: dados por emoticones, frases, acrónimos y otras formas de expresión, que se basan en caracteres representables en los sistemas de cómputo.¹¹ Expresiones como YOLO,¹² y etiquetas sociales como los *hashtags*, son ejemplos de ello.
- Imágenes estáticas: a partir de una imagen digital (fotografía, dibujo, etcétera), es posible que ésta circule sola o acompañada por un texto, usualmente incrustado en una parte significativa de su superficie de representación.
- Imágenes en movimiento: consisten en secuencias de animación sin sonido. La mayor parte se encuentran técnicamente codificadas en un formato conocido popularmente como *gif animado*.

¹⁰ Nos referimos concretamente al sitio <www.memegenerator.com>, aunque existe una infinidad de sitios y aplicaciones similares a éste.

¹¹ Como caracteres alfanuméricos, signos de puntuación y otros tipos actualmente incorporados en el sistema Unicode.

¹² *You only live once*, en el original: sólo se vive una vez.

- Productos audiovisuales: son enunciaciones dadas por imágenes en movimiento, acompañadas de una banda sonora. En el caso de los llamados *videos virales*, se trata de memes con altos niveles de fidelidad, en virtud de que sufren pocas o ninguna modificación durante su circulación. Otros son los parcialmente metamórficos y están dados por videos donde alguno de sus elementos es modificado, pero el resto se conserva, como en el caso de los subtítulos que suelen hacerse a un fragmento de la película alemana *La Caída* (2004), y que popularmente se conocen como *Hitler se entera de X*.¹³ Finalmente, tenemos el caso de productos audiovisuales que son el resultado de reinterpretaciones a otros videos virales, como ocurrió durante 2013 con el video *Harlem Shake*, que ha dado lugar a más de 9.6 millones de versiones distintas, tan sólo en YouTube.¹⁴

En resumen, el meme en Internet constituye un caso particular de unidades culturales que están sujetas a procesos amplios y relativamente veloces de replicación, dada la naturaleza hipertextual de las plataformas en las que son creados, circulados o modificados. Con base en la revisión teórica que hemos presentado, sugerimos la siguiente definición: se trata de un conjunto de signos de naturaleza digital, que integrados como unidad de sentido, son replicados (con o sin modificaciones) por un grupo de usuarios, a través de diversas plataformas en línea, y que cumplen una amplia variedad de funciones sociales (identificación colectiva, expresiones catárticas, protesta social, etcétera), al interior de los espacios de afinidad donde son empleados.

3. Estrategia metodológica

Con el objetivo de identificar los temas en torno a los que los memes son usados por jóvenes internautas mexicanos, se diseñó una encuesta que fue aplicada a usuarios de Facebook y Twitter. La muestra estuvo integrada por voluntarios que respondieron la invitación a participar en este estudio, por lo que no es representativa ni probabilística; a pesar de lo cual proporciona un acercamiento exploratorio inicial al fenómeno que se aborda. El instrumento consistió en seis ítems y estuvo en línea a través del servicio SurveyMonkey durante una semana, entre el 11 y el 18 de octubre de 2014. De estos seis ítems, tres corresponden a datos sociodemográficos (nivel de

¹³ En este meme, los subtítulos elaborados por los usuarios ignoran el significado de los diálogos originales en alemán, y son adaptados a situaciones específicas (como en *Hitler se entera que Brasil pierde ante Alemania* o *Hitler se entera de que el Tecnológico de Monterrey cambia de logo*), usualmente con el sarcasmo y la ironía como sus principales recursos argumentativos.

¹⁴ El total de coincidencias en YouTube es de 9,650,000 videos bajo el término *Harlem Shake*, en octubre de 2014.

estudios, edad y sexo), y los tres restantes, al uso social de estas unidades culturales replicables. Todos los ítems fueron de libre respuesta.¹⁵ Los indicadores en relación con los temas están basados en el trabajo de Crovi y Lemus (2014) sobre juventud y cultura digital.

4. Resultados.

Durante el periodo en que permaneció abierta la encuesta, se recibió un total de 298 respuestas. Una vez validado que el rango de edades estuviera dentro de lo que Crovi y Lemus (2014) identifican como *juventud extendida* (que va de los 16 a los 30 años), se llegó a 262 cuestionarios respondidos por quienes se ubican en este rango, y que constituye la base (N) de los resultados que se muestran enseguida.

En lo que respecta a la edad y el nivel de estudios (Tabla 1), sus correspondientes ítems cuentan con 254 respuestas válidas; es decir, que contestaron lo relativo a ambos indicadores.

Tabla 1. Edades y nivel de estudios en la muestra

Años cumplidos	Nivel de estudios				Total
	Licenciatura	No estudia	Posgrado	Secundaria	
16	2			1	3
17	9			1	10
18	34	2	1		37
19	46		1		47
20	28				28
21	24	3			27
22	18	2			20
23	7		1		8
24	8	3	3		14
25	6	3	4		13
26	3	10	5		18
27	1	2	4		7
28	1	4	3	1	9
29		4	3		7
30	3	2	1		6
Total	190	35	23	3	254

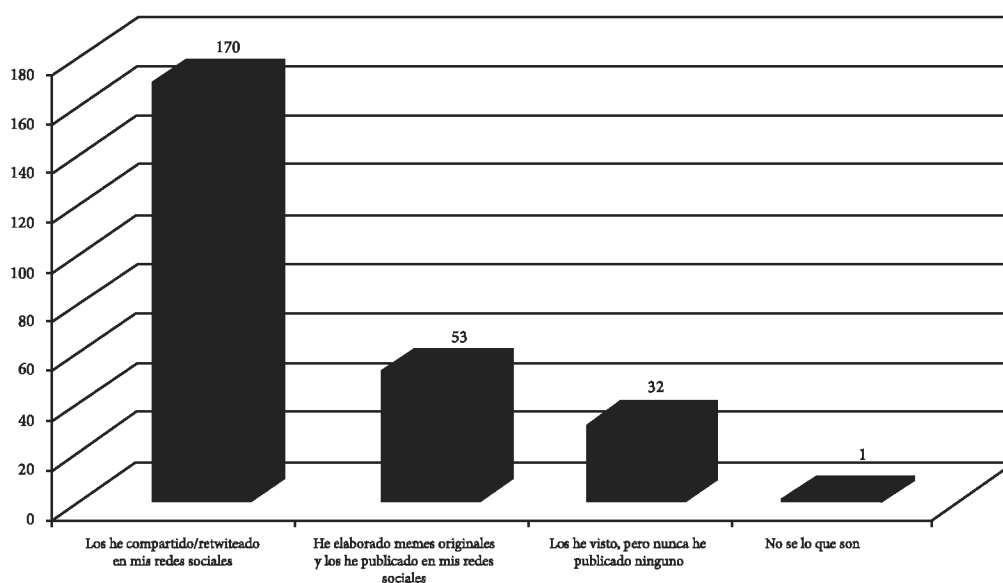
Fuente: Elaboración propia.

¹⁵ Es decir, no era obligatorio dar una respuesta para continuar con el cuestionario.

Prácticamente tres de cada cuatro participantes en la encuesta (74.8%) se ubican como estudiantes en el nivel de licenciatura y el promedio de edades del total es de 21.57 años, con una desviación estándar de 3.53 años y un valor de 19 años para la moda en esta variable. En lo relativo al sexo (N1=261), el 57.09% son mujeres, el 39.85% son hombres y el 3.07% decidieron no declararlo.

Las acciones que los usuarios realizan en torno a los memes (Figura 3), indican que la mayor parte de los integrantes de la muestra los han compartido, aunque sin ser ellos sus autores. De 256 personas que contestaron esta pregunta (N2), sólo una de cada cinco (20.7%), dijo haber creado y compartido este tipo de contenidos en línea. Únicamente el 12.5% del total, dijo haberse abstenido de compartir memes.

Figura 3. Acciones realizadas en torno a los memes en Internet



Fuente: Elaboración propia.

Estas acciones fueron analizadas con más detalle en relación con un conjunto de temas específicos previamente trabajado en otros estudios por Crovi y Lemus (2014). En la Tabla 2 se muestran dichos temas en orden descendente, a partir de la cantidad de menciones recibidas en total (el ítem presentaba tres opciones por tema, por lo que el total de respuestas en algunos casos es mayor a N=262).

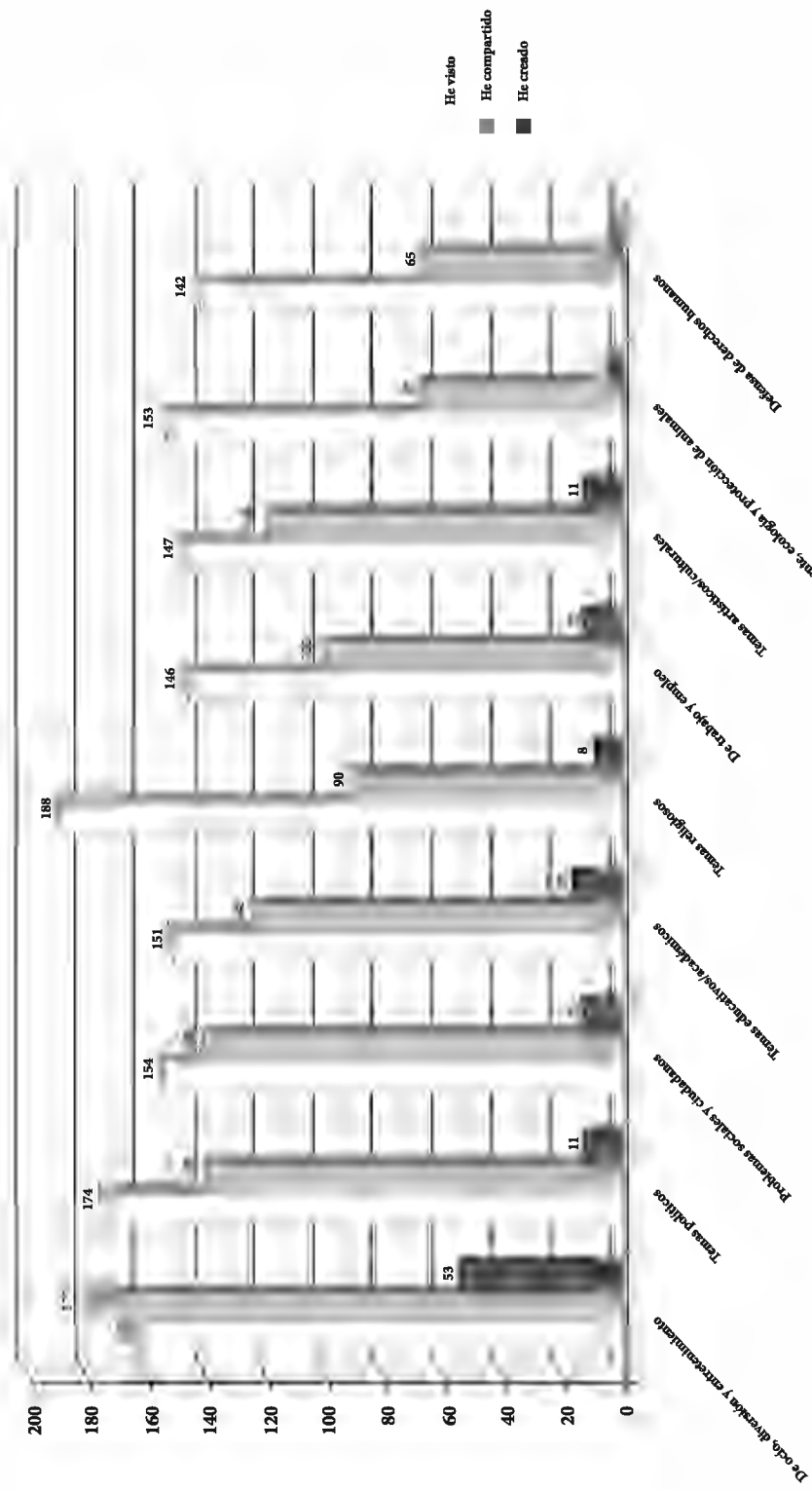
Tabla 2. Temas relacionados con memes

Temas	Ocurrencias totales (f)
De ocio, diversión y entretenimiento	395
Temas políticos	324
Problemas sociales y ciudadanos	306
Temas educativos/académicos	289
Temas deportivos	286
De tecnología	258
Temas artísticos/culturales	276
Medio ambiente, conservación y de animales	222
Defensa de derechos humanos	208

Fuente: Elaboración propia.

En la Figura 4 se muestran los detalles de estos temas en memes, a partir de las acciones que llevan a cabo los usuarios, en cuanto a tres niveles de involucramiento (*engagement*): haberlos visto, haberlos compartido y haberlos creado.

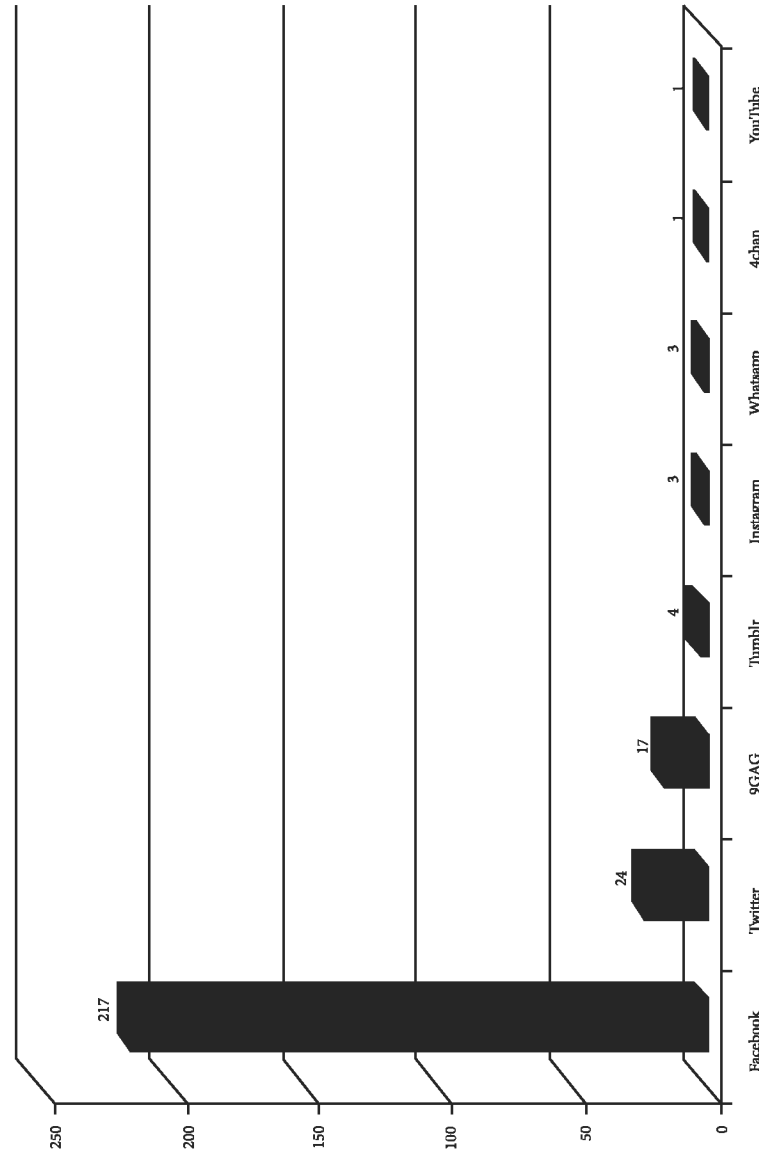
Figura 4: Involucramiento en torno a diversos temas en memes



Fuente: Elaboración propia.

El último ítem del cuestionario tenía la intención de indagar en torno a la plataforma en línea más frecuentemente usada para ver y/o compartir memes. Los resultados se muestran en la Figura 5.

Figura 5: ¿En qué sitios has visto y/o usado memes con más frecuencia?



Fuente: Elaboración propia.

5. Discusión y consideraciones finales

Como fue encontrado a partir de la revisión de los antecedentes, el uso de los memes en Internet está fuertemente relacionado con asuntos que tienen que ver, según la taxonomía de Crovi y Lemus (2014) en la que nos apoyamos, con ocio, diversión y entretenimiento. Autores como Blackmore (1999), Knobel y Lankshear (2007), Burgess (2008) y Shifman y Thelwall (2009) parten de este asunto como el principal tema en torno a la replicación de estas unidades culturales.

En números absolutos, esta ubicación coincide con los resultados obtenidos a partir de la encuesta. La ya mencionada categoría fue la que obtuvo un mayor número de menciones totales, así como una mayor frecuencia de creación de contenidos. Sin embargo, un análisis más detallado de las respuestas registradas, permite hacer señalamientos relevantes en función de la diversidad de temas a partir de los cuales los memes son empleados por los integrantes de la muestra. Como es posible calcular a partir de la Tabla 2, la diferencia porcentual entre el primer y el segundo lugar, es de 18%, lo cual sugiere que si bien el ocio y el entretenimiento son el asunto más frecuentemente mencionado, no hay una gran distancia en relación con aquellos memes que tienen que ver con asuntos políticos (segundo lugar).

Por otro lado, al hacer un análisis a partir del tipo de involucramiento en el que se ubican los usuarios (Figura 2), hay notables diferencias a partir de las acciones de replicación y autoría, por cada uno de estos asuntos. El tema del que más se reporta haber visto memes —la religión— se encuentra cerca al punto medio en frecuencia con que se replican, pero es el tercero más bajo en cuanto a la creación de contenidos. Sólo memes que tienen que ver con medio ambiente, ecología y protección de derechos de los animales, y protección de derechos humanos, reportan menores frecuencias de creación que la religión.

En términos generales, los resultados presentados en la Figura 3 sugieren que hay notables diferencias en las acciones que los usuarios realizan en torno a los memes en línea, independientemente de los temas específicos con lo que puedan ser relacionados. La replicación es, de manera consistente, mucho más frecuente que la creación de memes; con diferenciales entre estas acciones coincidentes en todos los casos (en promedio, con un contenido creado por cada diez replicados). En concordancia con lo encontrado con Crovi y Lemus (2014) en un estudio hecho en universidades de la zona metropolitana de la Ciudad de México, las acciones de participación en línea que llevan a cabo los jóvenes de la muestra, se relacionan de manera mucho más frecuente con la replicación de contenidos, que con la creación de estos. La amplia disponibilidad y la facilidad de uso de herramientas de creación

de memes, como Memegenerator.com, no parecen incidir de manera directa en la participación de la mayor parte de los usuarios en este sentido.

Como ya hemos anticipado, los resultados que hemos obtenido señalan con toda claridad la existencia de usos sociales en los que el meme trasciende lo estrictamente humorístico. Aunque con relativamente menor frecuencia, se trata de asuntos que pueden ser relacionados con problemáticas sociales de la mayor relevancia: política, ciudadanía, educación, arte y cultura. A diferencia de los planteamientos encontrados en la revisión del estado de la cuestión, consideramos que si bien el humor puede ser un elemento frecuente en los memes en Internet, basar sólo en este elemento su caracterización, implica no considerar estos otros asuntos.

En este sentido, destaca lo observado al interior de las redes sociales durante los meses de octubre y noviembre de 2014, en torno a los acontecimientos que llevaron a la desaparición y presunto asesinato¹⁶ de un grupo de jóvenes estudiantes normalistas de Ayotzinapa, en el estado mexicano de Guerrero; en el que han sido señalados como participantes tanto miembros de la delincuencia organizada, como integrantes de la policía municipal de Iguala, así como el alcalde de este municipio (Díaz, 2014). Ante estos hechos, una enorme cantidad de memes fueron empleados como forma de protesta por usuarios de Facebook y Twitter. Así como durante el año 2000 circuló la frase *All your base are belong to us*, ahora a raíz de dichos sucesos fueron replicados hashtags como #FueElEstado y #YaMeCansé, donde sus respectivos *holomemes* han dado lugar a una gran diversidad de enunciaciones (Figura 6).

¹⁶ Al momento de escribir el presente trabajo, no se habían presentado pruebas contundentes e irrefutables sobre el destino final de los normalistas desaparecidos.

Figura 6: Memes en Facebook y Twitter en torno al hashtag #FueElEstado



Fuente: composición hecha a partir de imágenes observadas en noviembre de 2014.

A modo de cierre, diremos que el fenómeno actualmente conocido como meme en Internet, presenta una amplia base conceptual, de la que en este trabajo hemos alcanzado a dar sólo algunos indicios. Como hemos ya repetido, se trata de unidades culturales que pasan por diversos procesos de replicación, algunos de los cuales modifican tanto el sentido del holome-meme, como sus formas de enunciación. Aunque en los antecedentes teóricos que hemos encontrado, se destaca el humor como elemento esencial, los resultados obtenidos nos hablan de temas mucho más variados en torno al meme en línea, entre los que hemos destacado la protesta social, a partir de una observación de memes hecha en redes sociales. En todo caso, es la recirculación y no la creación, el uso social que destaca dentro de los casos observados.

Es importante mencionar que este trabajo tiene un alcance exploratorio, por lo que es necesario realizar futuras aproximaciones con el fin de profundizar en las tendencias encontradas. De manera particular, se sugiere la aplicación de entrevistas en profundidad, que permitan indagar en torno a las motivaciones y satisfacciones que los usuarios encuentran en el uso de estos elementos culturales.

Fuentes consultadas

- ATKINSON, D. (1951). "The Origin and Date of the 'Sator' Word-Square", en *The Journal of Ecclesiastical History*, 2 (01), pp 1-18. <<http://dx.doi.org/10.1017/S0022046900055330>>.
- CROVI, D. y Lemus, C. (2014). "Estudiantes interactuando en redes sociales digitales: Coincidencias y divergencias", en *Coloquio Jóvenes Interactuando en Redes Digitales*, Universidad Nacional Autónoma de México, México, D.F.
- BLACKMORE, S. (1999). *The meme machine*, Oxford, Oxford University Press.
- BURGESS, J. (2008). "All your chocolate rain are belong to us? Viral video, YouTube and the dynamics of participatory culture", en Lovink, G. y Niederer, S. (eds.), *Video Vortex Reader: responses to YouTube*, pp. 101 -109, Amsterdam, Institute of Network Culture.
- DA CUNHA, R. (2007). "Memes em weblogs: proposta de uma taxonomia", en *FAMECOS*, 32, pp. 23 - 31.
- DAWKINS, R. (1976). *The Selfish Gene*, Nueva York, Oxford University Press.
- DENNETT, D. C. (1990) "Memes and the Exploitation of Imagination", en *Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 48, pp. 127-135. Disponible en <<http://cogprints.org/258/1/memeimag.htm>>.
- DÍAZ, C. L. (2014). "Tlatlaya y Ayotzinapa ponen el nombre de Peña 'por los suelos': HRW", en *Proceso*. Disponible en <<http://www.proceso.com.mx/?p=386872>>.
- DURHAM, W. H. (1991). *Coevolution: Genes, Culture and Human Diversity*, Stanford, CA, Stanford University Press.
- GEE, J.P. (2005). *Situated language and learning. A critique of traditional schooling*, Londres, Routledge.
- KNOBEL, M. y Lankshear, C. (2007). "Online Memes, Affinities, and Cultural Production", en Lankshear, C. Knobel, M., Bigum, C. y Peters, M. (Eds.) *A new literacies sampler*, pp. 199 - 228, Nueva York, Peter Lang.
- LISSACK, M. R. (2004). "The Redefinition of Memes: Ascribing Meaning to an Empty Cliché", en *Journal of Memetics - Evolutionary Models of Information Transmission*, 8. Disponible en <<http://cfpm.org/jom-emit/2004/vol8/lissack.html>>.
- LUHMANN, N. (1998). *Sistemas Sociales. Lineamientos para una teoría general*, Barcelona, Anthropolos.
- OSWOOD, C. (2001). *KILROY WAS HERE The Best American Humor from World War II*, Nueva York, Hyperion.
- PÉREZ SALAZAR, G. (2015). "El meme en redes sociales: Prácticas culturales de replicación en línea", en *Redes sociales en México: una cultura digital de intercambio social*, México, CONACULTA.

- SHIFMAN, L. y Thelwall, M. (2009). "Assessing global diffusion with Web Memetics: The spread and evolution of a popular joke", en *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 60 (12), pp. 2567-2576. Disponible en <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/asi.21185/pdf>>.
- WILSON, E. O. (1998). *Consilience: The Unity of Knowledge*, Nueva York, Alfred A. Knopf, Inc.
- YOUNG, H. (2006). "Circumcision as a Memeplex", en Denniston, G.C. *et al.* (eds.), *Bodily Integrity and the Politics of Circumcision*, pp. 1-16, Londres, Springer.