

Desde y hacia la política. Los memes de Internet en la nueva circulación de sentido sobre lo público

Nicolás Canedo y Verónica Urbanitsch

Entendemos la conversación pública en términos de flujos de sentido sobre lo común, que proliferan en intercambios discursivos cotidianos entre actores/enunciadores de diversas escalas. En la actualidad esta conversación pública transcurre en gran medida a través de mediatizaciones. José Luis Fernández (2021) enmarca tales mediatizaciones en un concepto novedoso: *sistemas de intercambio discursivo mediático*, que borra las diferencias ya infructíferas entre “nuevos” y “viejos medios”. Cada sistema de intercambio establece sus reglas de direccionalidad entre enunciadores y destinatarios, sus dinámicas de interacción y sus tipos de textos (que circulan, a su vez, hipermediáticamente –al decir de Carlón (2020)–, de manera transversal a estos sistemas). Esto último refiere al componente genérico-estilístico de los sistemas de intercambio discursivo mediático. Consideramos que los memes de internet se inscriben en dicha categoría.

¿Qué es un “meme”? No parece haber una definición unívoca del concepto. Este proviene de un ejercicio teórico del biólogo evolucionista Richard Dawkins (1979), quien se propuso hipotetizar sobre los aspectos culturales y sociales de la evolución humana, y que planteó, para dicha tarea, un concepto análogo al de gen, un transmisor/replicador de información, ya no biológica, sino cultural: el *meme*.

A pesar de ser un concepto un tanto limitado para examinar los procesos socioculturales, este se impuso como jerga común entre algunos de los primeros internautas, varias décadas más tarde (Milner, 2016)¹. El término “*meme*” se instaló así en el lecto de estos usuarios y se volvió parte de lo que hoy se conoce como *la cultura de Internet*, en referencia a las convenciones expresivas y performáticas de los usuarios, especialmente de un núcleo reducido que es pionero en las tendencias digitales, siendo los memes de internet parte central de ese fenómeno.

Conforme se popularizó en Internet la expresión, muchos investigadores de la cultura digital adoptaron también la perspectiva teórica de Dawkins y de algunos continuadores de lo que se conformó como una suerte de disciplina en sí misma: la memética (Shifman, 2014), para analizar las tendencias en Internet bajo la lente conceptual del meme. Esta comprensión del meme no distingue textos/contenidos digitales según aspectos genérico-estilísticos (como sí lo hace la comunidad de usuarios en su uso cotidiano) sino que designa como meme a todo lo que se replica, por medio de compartidas, *copypaste* y otras operaciones comunes. Bajo esta lógica,

¹ Ryan Milner comenta el caso de Mike Godwin, un abogado estadounidense que en el año 1994 publicó un artículo en la revista *Wired* protestando por lo que denominaba “*the nazi comparison meme*” (“el meme de la comparación nazi”), una recurrencia argumentativa en los foros *online*. Godwin propuso combatir ese “*meme*” con un “*contrameme*” al que bautizó “La Ley de Godwin” y que es muy conocida, en la actualidad, por muchos internautas en todo el mundo. Milner entiende a este episodio como uno de los primeros en los que se verifica una conexión entre “*la teoría memética y los medios participativos*” (Milner, 2016: 17).

tweets (Ferrara, JafariAsbagh, Varol, Qazvinian, Menczer & Flammini; 2013), chistes difundidos a través de correos electrónicos (Shifman y Thelwall, 2009) o fotografías que se “viralizan” o que tienen circulación amplia entre usuarios de Internet, eran considerados “memes”.

Posteriormente, otros trabajos sobre memes empezaron a enfocarse en textos, contenidos digitales y tendencias más cercanas a lo que los propios usuarios entendían como *memes*. El caso de Limor Shifman es de gran interés, ya que sus investigaciones parecen moverse de esa primera noción amplia de meme a una más restringida. En ese pasaje es que Shifman produce una definición del meme de Internet que todavía hoy es una de las más comúnmente empleadas y que se demuestra más operativa, tanto en términos de análisis y descripción como de alcance empírico:

I suggest defining an Internet meme as (a) a group of digital items sharing common characteristics of content, form, and/or stance; (b) that were created with awareness of each other; and (c) were circulated, imitated, and/or transformed via the Internet by many users.² (Shifman, 2014: 7-8)

Otra ventaja de la definición de Shifman es que integra el carácter procesual al concepto de “meme”, al establecer que son “creados con conocimiento los unos de otros; (...) puestos en circulación, imitados y/o transformados por medio de Internet por varios usuarios” (Shifman, 2014: p. 8). Tal consideración procesual distingue algunas operaciones específicas (“poner en circulación” [1], “imitar” [2] y “transformar” [3]) que pueden ser leídas, desde la sociosemiótica como afines a la circulación [1] y a operaciones de producción y/o reconocimiento discursivas [2 y 3]. En otras palabras, los textos digitales que la comunidad de usuarios designa como *memes* son discursos sociales que presentan condiciones y gramáticas específicas de producción y reconocimiento (Verón, 1988), y que circulan hipermediáticamente, es decir, de manera transversal a distintos sistemas mediáticos (Carlón, 2020). La especificidad de tales condiciones y operaciones es todavía un aspecto a definir por nuestra investigación, particularmente en relación a los memes sobre la política. Siguiendo esa lógica, enfocada no tanto en los productos como en los procesos (Verón, 1988), *nos interesa, más que los memes en sí, pensar a lo memético como un proceso o un conjunto de procesos particulares de producción, circulación y recepción discursivos de la sociedad hipermediatizada*. Y en particular nos interesa indagar en cómo lo memético, entendido de este modo, participa en la configuración de los flujos de sentido sobre la política, en el contexto de nuestras sociedades contemporáneas.

² “Sugiero definir al meme de Internet como (a) un grupo de elementos digitales que comparten características en común de contenido, forma y/o posicionamiento; (b) que fueron creados con conocimiento los unos de otros; y (c) que fueron puestos en circulación, imitados y/o transformados por medio de Internet por varios usuarios”. La traducción es nuestra.

Lo memético como proceso sociosemiótico de retomas

Por más dificultades que traiga, la noción de meme se ha vuelto parte del sentido común y del léxico de la comunidad de usuarios. Como expresión popular o “nativa”, ordena algunas de las expectativas de los internautas en relación a la discursividad y la interacción públicas. Diremos entonces que los memes son parte de un verosímil social que los actores reconocen intuitivamente por medio de ciertas invariantes genérico-estilísticas, difícil de clasificar de manera exhaustiva y sistemática a priori³. En este sentido coincidimos con Laura Siri (2016): “la principal razón para sostener que los memes de internet constituyen un género dentro de las múltiples producciones que los usuarios comparten online es su reconocimiento como tal por parte de los ‘nativos’”.

Algo similar ocurre con lo que se puede llegar a considerar que es (y que no es) “memético”. Uno de los primeros trabajos sobre memes, de Davison (2012), propone como elemento constitutivo del meme su “manifestación”; un concepto similar a la idea de réplica en Peirce (1974), en tanto que actualización espacio-temporal de una norma expresiva. Nosotros utilizamos las expresiones “replicación” o “variación” memética para referir a los usos concretos de ciertos memes. Vemos una ambigüedad general en relación al “meme” como unidad de sentido: ¿se trata de una unidad? ¿Se trata de una pieza? ¿De un conjunto de piezas? ¿Se trata de una norma o estructura que es luego replicada en distintas *variaciones meméticas*? Si es así, estas variaciones no pueden ser llamadas “memes”, sino variaciones de un mismo y único meme. Pero no parece ser esa la forma en la que se suele utilizar el término. La bibliografía al respecto deja en evidencia las limitaciones que el concepto meme tiene en términos teórico-analíticos⁴.

Sin embargo, en la designación común de lo memético hay una diferencia: algo que es memético, por definición, no es un meme, sino que es algo propenso a producir memes. Ryan Milner (2017) expresa (y resuelve) esta cuestión de un modo sumamente adecuado según nuestra perspectiva:

“This process is memetic; it’s premised on new commentary being crafted by the mediated circulation and transformation of ideas that have come before . (...) I focus here on memetics as a set of social practices, instead of focusing exclusively on memes as individual texts. For this reason, I often choose to invoke the adjective and adverbial forms of meme—memetic and memetically—to emphasize the social processes essential to the creation, circulation, and

³ Podemos arriesgar algunas: precariedad o pobreza estilística, el uso común de ciertas tipografías como la Impact, “copypastes” de distintas piezas visuales de calidad y resolución inconsistente, ortografía y gramáticas aberrantes, etc. Todo esto es parte de lo que en otros trabajamos definimos como una *estética amateur*. (Canedo y Urbanitsch 2017). También puede verse como referencia al respecto las sistematizaciones de Gabriele Marino (2020)

⁴ Puede consultarse un relevante recorte sobre esta cuestión en Bitonte, M.E.; Siri, Laura (en prensa) “Mediatización de la pandemia a través de memes de internet. Construcción semiótica de espacios y temporalidades sociales”.

transformation of collective texts, regardless of the individual text itself." (Milner, 2017: 2 y ss.)⁵

La noción de *lo memético* perfila así un aspecto fundamental de secuencialidad discursiva entre un texto A y una serie de textos subsiguientes, de los cuales solamente los segundos serían, entonces, "memes" (en el sentido en que usualmente se dice "vi un meme" o "me compartieron un meme"). Dicho texto A es necesariamente una mediatización digital⁶, por lo que lo denominaremos *mediatización digital de origen (MDO)*. Así, un fenómeno mediático (Verón, 2014) que adquiere la reputación de memético lo hace sobre el conocimiento o la impresión de una serie estilísticamente especial de retomas producidas o posibles, a partir de esa mediatización original.

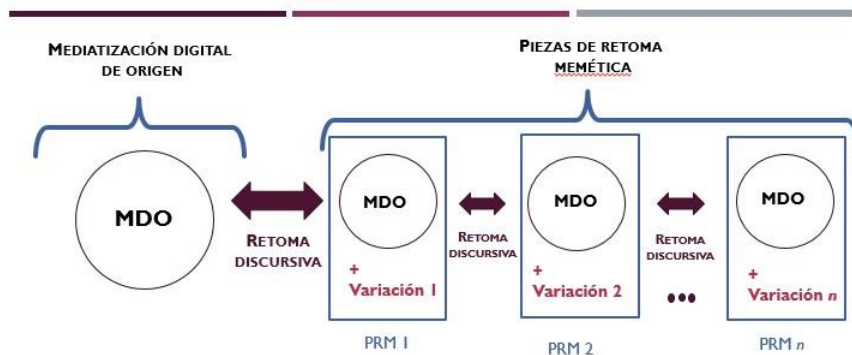


Figura 01- Diagrama del proceso *memético*

⁵ "Este proceso es memético; se basa en la creación de nuevos comentarios a través de la circulación y transformaciones mediáticas de ideas previas. (...) Me enfoco aquí en lo memético como un grupo de prácticas sociales, en lugar de tomar exclusivamente a los memes como textos individuales. Es por esta razón que, por lo general, prefiero invocar las formas adjetiva y adverbial del meme-memético y meméticamente-para resaltar el proceso social que es esencial en la creación, circulación y transformación de textos colectivos, indistintamente del texto individual en sí mismo". La traducción es nuestra.

⁶ La necesidad es doble: es necesariamente una mediatización (aun si no proviene de los medios históricos) y es necesariamente digital, ya que la tecnología de distribución (Jenkins, 2008) debe permitir la replicación y/o transformación de ese texto. Así, una mediatización no digital, como por ejemplo un dibujo o una pintura, debe digitalizarse para poder llegar a ser memética. Esto se vincula con lo que Hito Steyerl llama "la circulación de imágenes pobres" (2016: 46), de baja calidad o resolución, que como se mencionó en una nota al pie anterior, hacen a la estética precaria de los memes. Para un mayor desarrollo sobre el tema ver Gutiérrez de Ángelis, 2016; Pestarino y Winckler, 2018 y Winckler, 2019.

Figura 01. Diagrama del proceso memético (1)

La Figura 01 representa este aspecto fundamental del proceso memético que distingue una mediatización digital de origen de sus eventuales piezas de retoma memética. Las variaciones observadas en el transcurso de este proceso las entenderemos aquí en términos de operaciones de producción de sentido destacando dicha noción en sintonía con el concepto de discurso “como producto del devenir histórico-social. No se puede aislar el discurso de las circunstancias en las que se produce para llevar a cabo el análisis (...) el concepto de operaciones es lo que justifica el postulado fundamental de la sociosemiótica: “analizando productos, apuntamos a procesos” (Verón, 1993, p. 124). (Bitonte; 2009).

Las retomas discursivas en el proceso de replicación memético pueden trabajar tematizando sobre lo que, desde una perspectiva sociosemiótica, llamaremos una misma invariante referencial (Verón; 2004), en tanto que el objeto que el discurso representa no se entiende como una designación fija de la realidad sino como resultado de un proceso social de construcción semiótica. (Verón, 1988). Desde este enfoque esas operaciones de retoma suponen la puesta en juego de los niveles u órdenes de producción del sentido (Rocha Alonso; 2009); por lo cual una “semiótica operacional de matriz peirceana (Peirce, 1987; Verón, 1993 [1988], 2013) ayuda a establecer criterios de orden para articular las diferentes aristas de este tipo de mediatización.” (Bitonte y Siri; en prensa)⁷ En este trabajo nos centraremos en observar cómo diferentes operaciones discursivas trasladan las réplicas meméticas de la esfera temática de invariantes referenciales de la política hacia otras (como el entretenimiento, otros sucesos de actualidad, la vida cotidiana, los vínculos personales, el deporte, etc.) y viceversa. Es importante aclarar que las variaciones producidas pueden introducirse tanto a nivel del texto (con alteraciones o remezclas del texto de origen) como a nivel paratextual como se puede apreciar en la Pieza 01, que a continuación presentamos.

⁷ “... los imemes ponen en funcionamiento las tres dimensiones semióticas fundamentales de la producción de sentido. En el registro de la primeridad, se observan las operaciones icónicas generadoras de analogías, que no funcionan como calco, aunque posibilitan la comparación y el reconocimiento de identidades entre réplicas (...) En el registro de la secundidad se desarrollan las operaciones indiciales, capaces de motorizar la cadena de contigüidades textuales, intertextuales e intersubjetivas (es decir, de contacto y de vínculos entre interactores). (...) En el registro de la terceridad se encuentra la operatoria simbólica que cohesiona y da sentido a los elementos de esta semiosis verbo-plástica y policéntrica.” (Bitonte y Siri; en prensa)

Alberto Fernández recibió a Horacio Rodríguez Larreta en Olivos y se reúne con industriales

El objetivo del encuentro fue analizar la situación de la Ciudad de Buenos Aires frente al coronavirus.



Lee y repetí conmigo: Nunca más hay que dejar al país sin Ministerio de Salud



Pieza 01.

Vemos en la imagen de la derecha una publicación de la cuenta de memes @memesparratodxs. La fotografía original (izquierda) que es del Archivo General de la Nación fue utilizada por la prensa gráfica sin ser intervenida. En el meme se añade como un paratexto de la publicación una línea que sería el diálogo entre el Presidente de la Nación y el Jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. La inclusión de este elemento varía la configuración de sentido anterior en la foto y da cuenta de un proceso que aquí denominamos “memético”.

El proceso memético se produce cuando aparece una retoma de una mediatización previa que exhibe algún tipo de variación que altera su investidura de sentido original, que mayormente tiene un sentido satírico y/o paródico (Hutcheon, 2013) y que se presenta como una intervención de la comunidad de internautas sobre ese texto preexistente. Este último factor es de carácter fuertemente enunciativo, ya que implica la construcción de un sujeto enunciator o imaginador, en términos de Gaudreault y Jost (2002) cuando se trata de imágenes⁸.

⁸ El tema nos excede aquí pero amerita una pequeña mención: no todos los memes son imágenes, o mejor dicho, los procesos meméticos no se materializan necesaria ni exclusivamente en piezas gráficas. Independientemente de que en este trabajo todas las piezas analizadas correspondan a este tipo, hay memes sonoros, audiovisuales e incluso sintagmas verbales que se memeifican. Milner (2017: 20), por ejemplo, diferencia cuatro categorías de elementos memeificables: imágenes, frases, videos y performances.

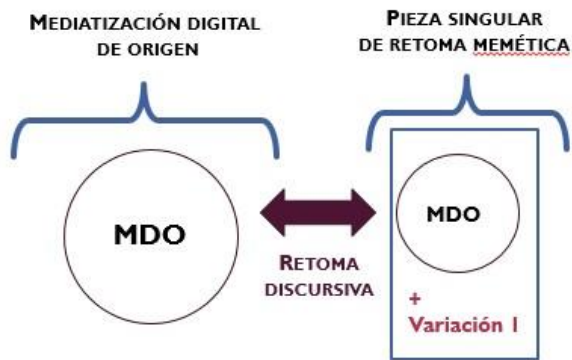
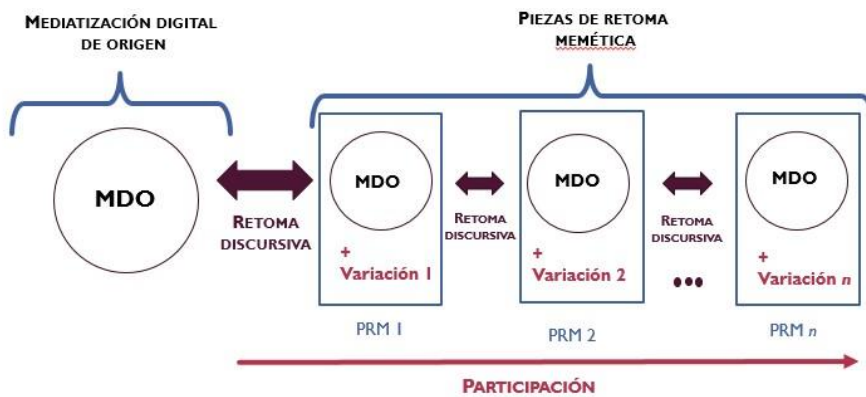


Figura 02. Diagrama de un proceso memético simple (de replicación singular)

El caso de la Pieza 01 se puede entender como un *proceso memético de replicación singular* (solo se presenta una pieza única), Muchos contenidos digitales socialmente percibidos como “memes” funcionan de esta manera. Se trata de procesos meméticos de corta duración y escasa participación (aunque algunos produzcan contenidos de mucho alcance y excelente performance⁹ en las redes sociales).

Si bien este tipo de procesos meméticos abundan, no son los más representativos del fenómeno de los memes de Internet. Estos dan cuenta de procesos que llamaremos “participativos”.



⁹ Nos referimos a lo que en la jerga de las redes se conoce como “engagement”: la sumatoria de las distintas interacciones que ofrecen las redes con las publicaciones (likes, compartidas, guardados, comentarios, etc.).

Figura 03. Diagrama del proceso memético participativo

Cuando una secuencia de retomas manifiesta cierta regularidad de la cual los internautas llegan a inferir un *concepto o consigna de intervención/participación* se producen nuevas retomas meméticas de la mediatización original¹⁰. Algunas consignas llegan a ser muy prolíficas y alimentan así lo que algunos autores, retomando nociones originales de la teoría de Dawkins, definen como la *longevidad* de un meme (Knobel y Lankshear, 2007)¹¹. Las consignas pueden llegar a ser deliberadamente subvertidas o transgredidas por los usuarios, a partir de lo cual se pueden producir nuevas consignas de participación (y, posiblemente, un nuevo meme o, mejor dicho, un nuevo proceso memético).

Hablar de lo memético, entonces, es hablar de *un proceso sociosemiótico que se caracteriza por la reapropiación de nuevos enunciadores sobre discursos preexistentes y que tiende a la proliferación de piezas y enunciadores*¹² mediante la consolidación de consignas participativas. Su comprensión no puede abstraerse de las idiosincrasias y comprensiones grupales, así como de las competencias entre actores por fijar los sentidos y jerarquías de pertenencia legítima dentro de la cultura de Internet y de los modos de uso de cada red, plataforma, grupo de conversación, sitio, foro o espacio de sociabilidad mediatizado. Esta idea debería perfilar la importancia de los memes como vectores de producción, circulación y reconocimiento del sentido social, así como en la conformación de colectivos sociales (Carlón, 2020). Pasamos entonces a la relación más específica de los procesos meméticos con la conversación política contemporánea.

La política y lo político

No casualmente nos hacemos eco del artículo de Chantal Mouffe donde la autora expone las diferencias entre ambos conceptos. Mouffe entiende a lo político como “la dimensión de antagonismo (...) constitutiva de las sociedades humanas” (2007: 16), que tiene jerarquía conceptual sobre “la política”: “el conjunto de prácticas e instituciones a través de las cuales se crea un determinado orden, organizando la coexistencia humana en el contexto de la conflictividad derivada de lo político” (Mouffe, 2007: 16).

¹⁰ “By adding a new bit of creativity to a fixed premise, participants are a generative part of a broader conversation.” (Milner, 2017: 220) “Añadiendo un poquito de creatividad nueva a una premisa fija, los participantes son parte generativa de una conversación más amplia” (Traducción propia).

¹¹ La teoría de Dawkins establece tres criterios que definen el éxito de un meme, en su sentido original de replicador cultural: longevidad, fecundidad y fidelidad (Dawkins, 1976). Sin embargo, en cuanto a los memes de Internet algunos autores relativizan estos conceptos. Por ejemplo, Knobel y Lankshear plantean que los memes de Internet no suelen ser longevos en los parámetros de los memes para Dawkins (Knobel y Lankshear, 2007: 220), sino que su longevidad debe medirse en tiempos más acotados, propios de la cultura digital. Por otro lado, Milner (2017: 65) sostiene que los memes de Internet son exitosos porque no son réplicas fieles sino porque implican la introducción de variaciones, en el mismo sentido que se plantea aquí.

¹² Fraticelli (2021: 123) sigue a Carlón en su planteo sobre cuatro niveles enunciativos en los textos hipermediáticos y aplica esta caracterización a los memes de Internet. El autor sugiere atender las transformaciones de estos niveles enunciativos, así como de la “propuesta reidera” (125) de un texto en su circulación, para trascender las observaciones inmanentistas que son comunes en muchos estudios sobre memes.

Nuestro análisis de los procesos meméticos diferencia –como se verá a continuación– procesos que se producen a partir de mediatizaciones de la política y procesos que se producen a partir de mediatizaciones que no refieren a esta. Hablamos así de la política en el sentido más restringido que le asigna Mouffe, comúnmente tematizada en los textos que aquí se examinarán. En ese sentido nos interesa diferenciar en los procesos meméticos cuando la tematización de las piezas varía de la política a otros temas y viceversa.

Más allá de la variación temática que podamos encontrar en distintas secuencias meméticas, estas son en su totalidad pertinentes para la comprensión de lo político en el sentido que le asigna Mouffe: la disputa entre grupos sociales por la fijación de sentidos sobre lo real donde se delimitan relaciones oposicionales entre actores y demandas, que en otros trabajos hemos denominado “*colectivos de oposición*” (Canedo y Urbanitsch, 2017) y que Milner (2017: 117) denomina “*counterpublics*” (“públicos contrarios”). Esto explica la importancia de la condición polémica y beligerante de estas piezas, que apuntan a la desacreditación de alteridades políticas, partidarias y/o sociales¹³.

Las retomas meméticas desde y hacia la política

Se sigue de lo anterior que cuando hablamos del proceso memético en relación a la conversación política, nos referimos –en gran medida– a la producción de estas retomas a partir de mediatizaciones de la política. De este modo, las mediatizaciones digitales originales del proceso memético –en estos casos– son mediatizaciones de la política: de sus actores (dirigentes, partidos, organismos del estado) y temas (declaraciones, iniciativas parlamentarias, políticas públicas, etc.), sobre las cuales se producen las retomas de distintos usuarios en torno a una consigna –o a una serie de consignas– de intervención/participación.

En la secuencia, a partir de una primera retoma se produce una segunda, y así sucesivamente, lo cual va fijando, por repetición y semejanza (operaciones de los órdenes indicial e icónico respectivamente) una regla o consigna de participación que se vuelve más comprensible para un número creciente de personas (y se inscribe así, cada vez con más fuerza, en el orden de lo simbólico). La fijación de la consigna participativa, en tanto que promueve las ocurrencias de más usuarios para producir nuevas variaciones –y, por ende, con la probabilidad creciente de que algunas de estas sean tanto o más exitosas como las preexistentes– da al meme mayor longevidad y alcance.¹⁴

¹³ Mouffe plantea que este enfrentamiento puede ser sano para las sociedades democráticas en tanto pueda ser “agónico” y no “antagónico”: “Mientras que el antagonismo constituye una relación nosotros/ellos en la cual las dos partes son enemigos que no comparten ninguna base común, el agonismo establece una relación nosotros/ellos en la que las partes en conflicto, si bien admitiendo que no existe una solución racional a su conflicto, reconocen sin embargo la legitimidad de sus oponentes” (Mouffe, 2007: 27). Phillips y Milner (2018) retoman el planteo de Mouffe sobre el discurso político para la conversación pública online pero alertan sobre cierta propensión al antagonismo y al “silenciamiento” de las alteridades, muchas veces contra minorías y grupos subalternos.

¹⁴ Sobre esta cuestión es destacable cómo interpretan Bitonte y Gurevich (en prensa) –las especificidad de las operaciones del nivel simbólico en el funcionamiento memético en tanto “un sentido tercero que configura su marco de referencia intertextual necesario, dado que ninguna acción social es comprensible fuera del orden simbólico que la genera (Verón 2003, 17). Nos interesa enfatizar esta dimensión de la terceridad en los i-memes, como dispositivos de generación de reglas y prescripciones orientadas al establecimiento de un contacto (re)medial.”

En algún punto de ese derrotero discursivo, como dijimos, se introducen variaciones respecto al texto original, que pueden tener como objeto –entre muchas otras posibles– la invariante referencial. De modo tal que la mediatización original retomada, en muchas ocasiones, se aleja temáticamente de la política (no necesariamente ni en todos los casos, pero es una tendencia notable). Diremos pues que en tales casos ocurre un desplazamiento, por el proceso memético, “hacia afuera” de la política.

El desplazamiento hacia afuera de la política consiste, entonces, en la tendencia creciente en una secuencia delimitable de retomas discursivas de variación temática y/o referencial de la política hacia otros ámbitos del sentido social¹⁵. Hablaremos en este caso de secuencias *desde la política* (hacia otros ámbitos). Veamos un ejemplo:



Pieza 02

La pieza gráfica 02 fue publicada el 12 de marzo de 2020 por la cuenta de Instagram @lapoliticaenmemes (La Política en Memes). Consiste en una captura de imagen del video en el que el presidente Alberto Fernández anunció el aislamiento obligatorio para personas recién llegadas al país, medida dispuesta por el Gobierno Nacional en respuesta a la pandemia del COVID-19. La mediatización de origen, pues, es una mediatización de la política: un anuncio presidencial, donde se exhibe el cuerpo significativo del primer mandatario, su voz, su enunciación y su gestualidad como operadores centrales de producción de sentido.

Observando el proceso memético, la variación introducida en este caso es un falso subtítulo que resemantiza las palabras del presidente por medio de las cuales este enuncia las sanciones por incumplimiento. En la alocución original, Fernández dice: “*Aquellas personas que infrinjan el aislamiento tendrán responsabilidades penales*”. La variación memética reemplaza

¹⁵ Cuando hablamos de “ámbitos” o “áreas” del sentido social estamos elaborando un razonamiento similar al que propuso Alfred Schütz (2003) cuando habló de los “ámbitos finitos del sentido” (noción, a su vez, inspirada en los subuniversos de William James). Por “ámbito del sentido social”, entonces, referimos a universos discursivos y representacionales comunes a ciertas praxis sociales, en los que se definen los encuadres interpretativos y prácticos de los actores. La política es para nosotros uno de estos ámbitos, como también lo son –tal y como estableció Schütz– la vida cotidiana, la investigación científica, la vida religiosa, entre otros posibles. De ahí nuestro interés en el proceso memético como potencialmente transversal a diversos ámbitos discursivos: el de la política y el de la vida cotidiana, eminentemente.

este enunciado protocolar y declarativo, por otro coloquial y exhortativo: “*Y si no cumplís con la cuarentena te vamos a ir a buscar y te vamos a cagar bien a trompadas*”. La retoma memética ejerce, de esta manera, una operación de traducción (de los términos concretos de un discurso protocolar de funcionario público al estilo verosímil de un discurso coloquial desinstitucionalizado), , orientada a fijar en el destinatario el acatamiento de la norma. Conserva el valor pragmático de la enunciación original que es disuadir la acción transgresora de una reglamentación, apelando en este caso a un estilo no institucionalizado y explícitamente agresivo, inverosímil para la enunciación protocolar de un presidente (y que busca, así, su efecto humorístico).

Dicha finalidad pragmática de la *disuasión* de una conducta, adquiere, en la secuencia de piezas posteriores, carácter de lo que hemos llamado *consigna de participación*, como se puede apreciar en las siguientes, que enuncian, a través de la misma propuesta lúdico-ficcional, distintas “normativas” ad hoc.



Piezas 03,- 04 y 05 recabadas de distintas redes sociales, a partir de una búsqueda en Google Imágenes de la pieza 02.

Podríamos decir que estas son todas variaciones de un meme generado a partir del enunciado original del presidente. Este meme de “*Albertencia*” (*Alberto te advierte*) se constituye en una secuencia de “retomas desde la política” (mediatización original), cuyas variaciones lo desplazan hacia otras temáticas: el respeto por los santos populares (no robarse los cigarrillos que son ofrendas al Gauchito Gil), los ruidos molestos en la calle (“cortes con la moto de madrugada”) y la caracterización astrológica de las personas escorpianas.



Pieza 06. "Albertencia": La Política en Memes. 27 de marzo de 2020

Aunque el desplazamiento es *desde* la política hacia otras áreas del sentido social, hay un elemento de relevancia política que persiste en la secuencia: una *caracterización* del presidente de la nación como dotado de poder disuasivo. De esa manera, el proceso memético logra llevar ese concepto sobre la figura pública fuera de la conversación política, a otros temas de interés ciudadano. Por medio de este proceso de *memeificación*, la imagen del presidente deviene en símbolo (en el sentido peirciano de una convención basada en la repetición y el hábito [Peirce: 1974]) de cierta idea de autoridad, necesaria –desde el punto de vista de los usuarios/enunciadores que replican estas piezas– para preservar distintas formas de orden. En pocas palabras, estos procesos meméticos, en su momento, colaboraron con la construcción social de Alberto Fernández como un presidente con autoridad¹⁶.



Piezas 07, 08 y 09 extraídas de la cuenta de Instagram @memesparratodxs (120 mil seguidores en el momento de la recolección del corpus) de finales de marzo de 2020, que ilustran la caracterización de autoridad y liderazgo de Alberto Fernández. Se tratan, en estos casos, de "retomas hacia lo político" (ver siguiente apartado), cuyas mediatizaciones originales provienen del ámbito del entretenimiento (las películas Matilda y Avengers: Endgame y la serie animada Dexter's Lab).

¹⁶ Esta observación es particularmente significativa en el momento de escritura de este artículo, cuando predomina en la sociedad el verosímil opuesto: que Alberto Fernández es un mandatario que carece de autoridad, debido a una percepción pública de incapacidad para contener la problemática inflacionaria y la interna dentro de su propio espacio político.

La caracterización de los actores políticos es un punto central en nuestro abordaje de lo memético en relación a la conversación política. *Nuestra hipótesis es que los memes producidos desde la política tienen el potencial de vehicular caracterizaciones de los actores que trascienden la conversación política y que pueden tener efectos de adhesión/oposición en la ciudadanía.* Naturalmente, las caracterizaciones no son unívocas, sino que distintas caracterizaciones compiten por su verosimilitud en el seno de la discusión pública. La caracterización de Alberto Fernández durante los comienzos del Aislamiento Social Preventivo Obligatorio - ASPO, expresada en las piezas 02, 03, 04, 05, 06, 07, 08 y 09 fue dominante en la sociedad argentina, que en ese entonces expresaba una adhesión del 94,7% de la medida y una aprobación del 79,2% de la gestión presidencial¹⁷.

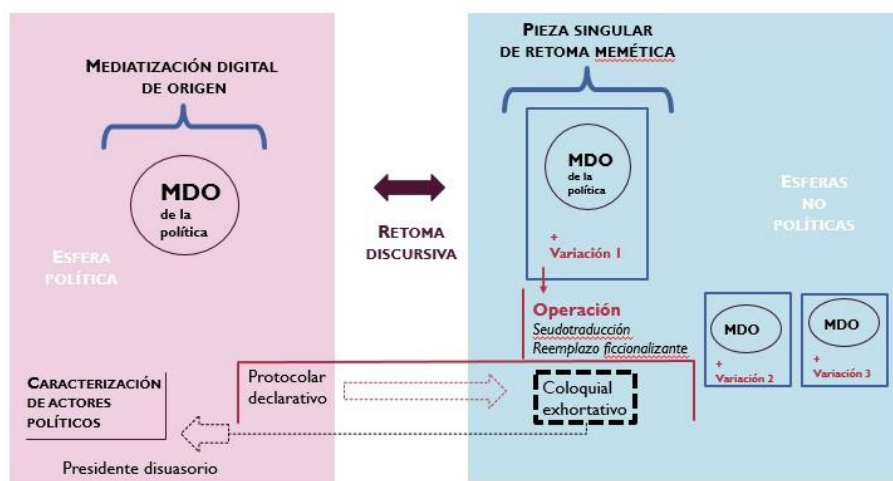


Figura 04. Diagrama del proceso memético desde la política a partir de las piezas 02 , 03 04 y 05: Caracterización de Alberto como presidente disuasorio

¹⁷ “Coronavirus y la gestión de Alberto Fernández: qué dicen las encuestas” en El Cronista, 23 de marzo de 2020.



Piezas 10 y 11 tomadas del corpus de análisis en Canedo, Urbanitsch y Sierra (2020). Se trata también de un caso de memeificación desde la política.

En las piezas 10 y 11 se verifica la memeificación de un episodio de noviembre/diciembre de 2018, durante la cumbre del G20 en Buenos Aires, que tuvo como protagonista al entonces presidente Mauricio Macri y que dio un nuevo motivo visual al repertorio de imágenes gestuales meméticas del ex-presidente, que lo caracterizaban, en este caso, de forma patética o lamentable (Canedo, Urbanitsch y Sierra; 2020).



Piezas 12 y 13 (idem)

Las piezas 12 y 13 se originaron en agosto de 2019 (aproximadamente nueve meses después de la memeificación del episodio) con motivo de la derrota del oficialismo en las elecciones PASO (Primarias Abiertas Simultáneas Obligatorias). Estas piezas muestran una hibridación de memeificación *desde* (el meme de Macri llorón) y memeificación *hacia* la política (concepto que se desarrollará en el siguiente apartado).

El proceso memético *hacia* la política

Existe, a su vez, un proceso opuesto y complementario que llamaremos, consecuentemente, de desplazamiento *hacia la política*. En los desplazamientos *hacia*, los términos son los contrarios a los de los desplazamientos *desde*: de una mediatización digital de origen (MDO) desde la que se parte, que en principio está circunscrita a ámbitos discursivos no políticos, se desprende una secuencia de variaciones, de las cuales, alguna llega a virar hacia una tematización de la política. Estas retomas, cuando ingresan a la conversación política, se vuelven enunciados de descripción e interpretación que ejercen efectos de sentido –de diversas naturalezas y escalas– en relación a la comprensión pública de los acontecimientos de la política.



Piezas 14 y 15. Variaciones del meme fotográfico referido comúnmente como “uno trabaja y los demás miran”. La pieza de la izquierda tematiza en las jerarquías laborales españolas; la de la derecha, en la participación de las distintas fuerzas políticas argentinas en la resolución de los problemas financieros del país.

Tenemos en este caso una pieza memética que tuvo mucha circulación local en dos momentos recientes: el primero, en agosto de 2020, cuando el Gobierno Nacional anunció el acuerdo por el reperfilamiento de la deuda externa con acreedores privados; el segundo, cuando se anunció el principio de acuerdo con el Fondo Monetario Internacional, en enero de 2022. Se trata de una fotografía en la que se ve a una persona trabajando y a muchas mirando, que fue memética

en España varios años antes y que se empleó para ironizar sobre las jerarquías laborales corporativas (*pieza 15*)¹⁸.

Cuando hablamos de un desplazamiento *hacia* la política, identificamos una mediatización digital de origen que no proviene de la política y que en su eventual replicación memética se desplazó temáticamente hacia la política argentina. La *pieza 15*, compartida originalmente por la cuenta de Instagram @_santos_vargas, corresponde a este tipo de movimiento.

Predomina en la producción discursiva de esta pieza lo que hemos denominado en otros trabajos la operación *quién es quién*, que asigna a las figuras de una imagen original roles y actantes del universo temático al que se hace referencia en una nueva variación memética. En este caso, mediante la inclusión en la imagen del escudo justicialista sobre “el que trabaja” se fija en el nivel icónico la analogía de la imagen con la descripción de los actores político/partidarios de la coyuntura local. En las *piezas 07, 08, 09, 12 y 13* la operación *quién es quién* (Canedo y Urbanistch, 2017) se realiza por medio de recortes de los rostros de Alberto Fernández y Mauricio Macri, respectivamente. Aunque los operadores sean distintos, la operación es la misma. Esta es muy común en los memes *hacia* la política, como se verifica también en la siguiente pieza:



Pieza 16 originalmente publicada por la cuenta antiperonista Es de Peroncho @deperoncho compartida por el entonces precandidato a Diputado Nacional por la Ciudad de Buenos Aires, Javier Milei (La Libertad Avanza) en las stories de su cuenta de Instagram @javiermilei, en agosto de 2021, previamente a las elecciones - PASO.

Se trata de una captura de imagen del episodio de *Los Simpson* “Mamá Simpson” (1995) en el que Mona Simpson conversa con su nieta Lisa y Homero intenta llamar su atención con

¹⁸ Para un análisis más detallado de este meme ver Canedo, N (3 de febrero de 2022): “El que hace y los que miran. Un meme sobre el acuerdo con el FMI”. Disponible en <https://medium.com/@nicocanedo/el-que-hace-y-los-que-miran-un-meme-sobre-el-acuerdo-con-el-fmi-deee07cf85e1>

mucho esfuerzo. La operación *quién es quién* sustituye a los actantes originales de la serie por los actores del hecho político satirizado: Alberto Fernández en lugar de Mona Simpson; Javier Milei en el de Lisa y Yamil Santoro en el de Homero.

El episodio que dio origen a esta pieza comenzó cuando Alberto Fernández, durante un acto de lanzamiento de un programa orientado a jóvenes, llamó a descreer de los “liberales”¹⁹. Javier Milei respondió a las declaraciones del presidente, a través de su cuenta de Twitter, desafiándolo a debatir con él. En ese contexto aparece el tweet de Yamil Santoro que es retomado en la pieza, donde el precandidato de Juntos por el Cambio (y competidor de Milei²⁰) se asume como el destinatario de la declaración presidencial: “el cagazo que nos tiene Alberto” dijo Santoro al compartir una nota de *TN - Todo Noticias* sobre el discurso del presidente. La pieza de *Es de Peroncho*, mediante la alusión a esa conocida escena de *Los Simpson* en la que Homero hace grandes esfuerzos para llamar la atención, ofrece una caracterización verosímil para el público de Milei sobre la participación de Santoro en la controversia, que el propio Javier Milei avaló compartiéndola en sus redes. La escena retomada para ese efecto tiene también el componente central de la interlocución entre los otros dos personajes/actores: Mona y Lisa en el original, Alberto y Milei en la retoma, lo cual completa el sentido connotado por la pieza y con ello su caracterización política fundamental: el objeto de la advertencia presidencial (el contradestinatario, diremos haciendo uso de los conceptos del análisis del discurso político en [Verón, 1987]) es Milei, la verdadera “amenaza” al gobierno.

Tomando estos dos casos –la pieza sobre el acuerdo con el fondo y la pieza sobre Yamil Santoro– pueden verificarse algunos aspectos recurrentes de las piezas de memeificación *hacia* la política. En primer lugar, la consolidación de un texto preexistente como *estructura retórica* (Canedo y Urbanitsch, 2017) que facilita al usuario participante (al enunciador de una nueva pieza de replicación memética) la inclusión de los términos y referencias de su objeto tematizado (en este caso, algún suceso de la política) para elaborar una “micro-argumentación” (Slimovich, 2020: 184).

En la primera pieza podría decirse que se argumenta la superioridad del gobierno respecto de sus opositores, sobre la base de que realiza acciones y obtiene resultados, mientras que los segundos solamente hablan (opera como verosímil la distinción entre decir y hacer). En la segunda, se argumenta que Yamil Santoro busca arrogarse falsamente una visibilidad que corresponde a otro dirigente: Javier Milei, y se distingue así entre verdaderos y falsos libertarios, verdaderos y falsos contradestinatarios del peronismo.

Esto nos lleva a un segundo aspecto que es recurrente de estas piezas: su carácter polémico y beligerante contra un *colectivo de oposición* al que se busca desacreditar o restarle razonabilidad política. En el primer caso se trata de todos los partidos políticos dentro del

¹⁹ El contexto de estos pronunciamientos es el de un crecimiento importante de la popularidad de dirigentes políticos e influencers “liberales” o “libertarios” como Javier Milei, Ramiro Marra o Eduardo “El Presto” Prestofelippo –entre otros– entre el público más joven. Algunos de ellos reivindican procesos históricos recientes como la última dictadura militar o la política económica del menemismo.

²⁰ La lista de precandidatos para las PASO de 2021 de Juntos por el Cambio en Ciudad de Buenos Aires, “Republicanos Unidos” que incluyó a Santoro y que encabezaba Ricardo López Murphy, era comúnmente referida como el “ala liberal” del espacio, que buscaba contener la migración de su electorado de derecha hacia el espacio que encabezó Javier Milei.

supercontinente “la oposición”; en el segundo, del ala libertaria de Juntos por el Cambio. Es interesante, en esta segunda pieza, cómo coexisten dos alteridades político-partidarias: los liberales de Juntos por el Cambio, representados en Yamil Santoro, y el gobierno nacional, representado en Alberto Fernández. En este caso, el segundo, que es usualmente *target* de críticas y agresiones por parte de enunciadores afines (especialmente el propio Javier Milei) recibe una representación más bien neutra, no demonizante ni patética (se utiliza una foto del presidente en la que se lo ve sonriente, en una caracterización hasta amigable). Una suerte de tregua para “atender” al contradestinatario de la ocasión: el “falso-libertarianismo”.

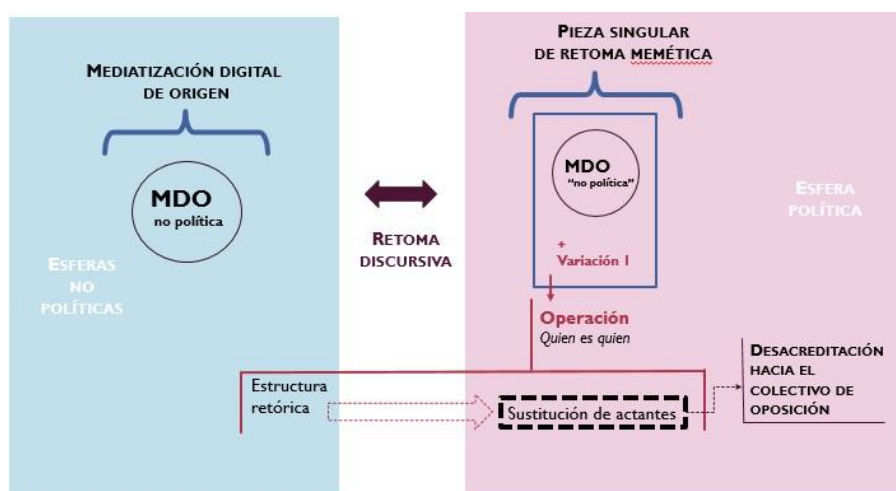


Figura 05 -Diagrama del proceso memético *hacia* la política a través de la operación *quien es quien*: Desacreditación del colectivo de oposición

Cuando se cruzan los caminos *desde* y *hacia*

Las *piezas 12 y 13* –como dijimos– son casos híbridos de memeificaciones *desde* y *hacia*. La memeificación *desde* la política es la del rostro lloroso del ex presidente Macri que devino en un motivo de uso recurrente para generar piezas meméticas con una caracterización patética del ex mandatario. En el trabajo en el que nos dedicamos a este meme planteamos que el mismo se integra a un *repertorio* de piezas visuales de codificación gestual y caracterológica del ex-presidente (Canedo, Urbanitsch y Sierra; 2020). La conformación de este repertorio sirve a la *operación quién es quién* que –como se mencionó– es recurrente en memeificación *hacia* la política. Las *piezas 12 y 13* exhiben memeificaciones de escenas y diálogos de la serie *Los Simpson*²¹ (mediatización original no política) que, mediante la inclusión del meme de Macri

²¹ En el caso de la pieza 12, proveniente del episodio *Flying Hellfish* (1996), se trata de un meme muy longevo que ha producido y produce miles de repeticiones sobre diversos temas.

Llorón (*desde*) sirven a ciertas interpretaciones y comentarios sobre la coyuntura de ese momento.

Esto da cuenta de que una única pieza puede ser el producto de varias secuencias de replicación y variación memética. Si bien la distinción que hacemos aquí entre procesos *desde* y *hacia* es valiosa para visibilizar procesos de producción, circulación y reconocimiento en los memes sobre política hay que advertir sobre el uso excesivamente taxativo o esquemático de estos conceptos.

No obstante esa aclaración, se pueden hacer algunas inferencias aproximativas sobre los procesos *desde* y *hacia* que sirvan para ordenar futuros abordajes empíricos. En principio, da la impresión de que los procesos de memeificación *desde* la política son más eficaces para fijar en lo social caracterizaciones verosímiles de los actores, especialmente de los *individuos* (dirigentes, funcionarios, etc.). Esta característica emana del componente fuertemente indicial de las replications respecto de su mediatización original, para la cual las eventuales retomas meméticas funcionan como una suerte de reverberancia o eco en la conversación digital. De ahí que para los actores políticos de la actualidad sea importante desarrollar cierta *performance memética*, como lo fue en su momento tener buena performance televisiva²². La memeificación es una variable inevitable de la conversación pública contemporánea que puede fijar caracterizaciones (positivas y negativas por igual) de un dirigente o un funcionario en lapsos de tiempo de duración considerable.

Contrariamente, los procesos de memeificación *hacia* la política parecen proveer mejores herramientas para la descripción y el comentario de *sucesos* específicos, que usualmente involucran a varios actores. La utilización de textos de la cultura de masas para elaborar analogías y alegorías sobre la política será posiblemente cada vez más abundante, como se verifica en esa última pieza:

²² Cf. Verón, E. (1998). *Mediatización de lo político. Estrategias, actores y construcción de los colectivos*. En Gilles Gauthier, André Gosselin y Jean Mouchon, comp. (1998). *Comunicación y política*. Gedisa.



Pieza 17. Tweet del ex presidente de Brasil, Luiz Inácio Lula Da Silva de mayo de 2022, en referencia al Día de Star Wars

Aquí vemos un montaje visual del ex presidente de Brasil empuñando un sable láser, característico de la saga de películas de *Star Wars*. La referencia sirvió al dirigente para connotar su vuelta a la política con el campo semántico que propone la reconocida franquicia a través de todos sus productos, permitiéndole la identificación con el bando de los héroes, los Jedis y rebeldes que enfrentan al Imperio de los “Siths” (que en la analogía fílmica del meme refiere al gobierno actual de Jair Bolsonaro)²³.

El caso de Lula tiene la particularidad de mostrar un uso de estas referencias y analogías mediáticas tan comunes de los memes en un enunciador institucional de la política profesional. Si bien los memes son producidos en su gran mayoría por enunciadores no profesionalizados ni institucionales, la tendencia hacia una consolidación de los procesos meméticos en la conversación pública en general parece estar en marcha. Esto demandará a los actores de la política un manejo de los nuevos códigos y lógicas de producción discursiva, así como a quienes estudiamos estos fenómenos un mayor seguimiento, conocimiento y –por qué no– consumo de los textos culturales y mediáticos que participan de lo que Henry Jenkins ha llamado la *cultura de los fans*.

²³ Para un análisis más detallado de este meme ver Canedo, N. (5 de mayo de 2022): “Lula y la Fuerza de los Memes” disponible en <https://medium.com/@nicocanedo/lula-y-la-fuerza-de-los-memes-4d7cbbd216>



Figura 06 -Diagrama del proceso memético de retomas discursivas *desde y hacia* la política

Bibliografía

BITONTE, M. E. (2009) “Tres aportes a la noción de operaciones: Verón, Fisher, Goodman”, en Figuras N° 6, Revista de teoría y crítica de arte, Área de Crítica de Arte (IUNA), diciembre de 2009, www.revistafiguraciones.com.ar

BITONTE, M. E y GUREVICH, A. (en prensa) Aislamiento social, preventivo e indicial. Pedagogía viral del contacto. (En prensa para deSignis, número dedicado a Mediatización, julio-diciembre de 2022. Coord. André Hepp y Guillermo Olivera, con la colaboración de Lucrecia Escudero Chauvel y Susan Benz).

BITONTE, M. E. y SIRI, L. (en prensa) Mediatización de la pandemia a través de memes de internet. Construcción semiótica de espacios y temporalidades sociales.

CANEDO, N. (3 de febrero de 2022). El que hace y los que miran. Un meme sobre el acuerdo con el FMI. *Medium*: <https://medium.com/@nicocanedo/el-que-hace-y-los-que-miran-un-meme-sobre-el-acuerdo-con-el-fmi-deee07cf85e1>

CANEDO, N. (5 de mayo de 2022). Lula y la Fuerza de los Memes. *Medium*: <https://medium.com/@nicocanedo/lula-y-la-fuerza-de-los-memes-4d7cbbd216>

CANEDO, N. y URBANITSCH, V. (2017) “Humor político en las redes sociales: ¿nuevas mediatizaciones de la conversación política?”, ponencia presentada en IX Jornadas de Jóvenes

Investigadores del Instituto de Investigaciones Gino Germani, Instituto de investigaciones Gino Germani – Facultad de Ciencias Sociales – UBA, Ciudad de Buenos Aires, Argentina.

CANEDO, N., URBANITSCH, V. y SIERRA, D. (2020). “Llorando en el Colón. Retomas discursivas del G-20 en los internet memes”. En Actas del 14° Congreso Mundial de Semiótica de la IASS/AIS. Organizado por la AAS y la UNA- Buenos Aires, 9-13 septiembre 2019.

CARLÓN, M. (2020). Circulación del sentido y construcción de colectivos en una sociedad hipermediatizada. San Luis: Nueva Editorial Universitaria-UNSL.

DAVIDSON, P. (2012). *The Language of Internet Memes. The Social Media Reader*,

DAWKINS, R. (1976). *The Selfish Gene*. New York: Oxford University Press

FERNÁNDEZ, J. L. (2021). *Vidas mediáticas*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: La Crujía.

FERRARA, E., JARAFIASBAGH, M., VAROL, O., QAZVINIAN, V., MENCZER, F., & FLAMMINI, A. (2013, August). Clustering memes in social media. In 2013 IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining (ASONAM 2013) (pp. 548-555). IEEE.

FRATICELLI, D. (2021). Enunciación y humor en las redes (o cómo estudiar memes sin perder el chiste). *La trama de la comunicación*, 25(2), 115-129.

GAUDREAU, André y JOST, François (2002). “El punto de vista”, en *El relato cinematográfico*. Barcelona: Paidós.

GUTIÉRREZ DE ÁNGELIS, M. (2016). “Del Atlas Mnemosyne a GIPHY: La supervivencia de las imágenes en la era del GIF” en *e-imagen Revista*, 2(3), 2362-4981.

HUTCHEON, Linda (2013 [1985]), “Definir la parodia” y “El alcance pragmático de la parodia”, en *A Theory of Parody. The Teachings of Twentieth-Century Art Forms*, Methuen, Nueva York; 2ª Edición University of Illinois Press, (2000). Traducción de María Rosa del Coto y Osvaldo Beker.

JENKINS, H. (2008). *Convergence culture: Where old and new media collide* (pp. 209–238). New York University Press.

KNOBEL, M., y LANKSHEAR, C. (2007). “Online memes, affinities, and cultural production”. En *A new literacies sampler*, 29, 199-227.

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>

MILNER, R. M. (2016) *The World Made Meme: Public Conversations and Participatory Media*, MIT Press: Cambridge, MA.

MOUFFE, CH. (2007) “La política y lo político”. En torno a lo político. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

PEIRCE, C. S. (1974). *Collected Papers of Charles Sanders Peirce* (vols. 1-8). Hartshorne, C., Weiss, P. y Burks, A. W. (eds). Harvard University Press.

PESTARINO, J., & WINCKLER, G. (2018). “Memes políticos: apropiabilidad digital en la web 2.0”. *Artefacto visual*, 3(4), 2530-4119.

PHILLIPS, W., & MILNER, R. M. (2018). *The ambivalent internet: Mischief, oddity, and antagonism online*. John Wiley & Sons.

ROCHA ALONSO, Amparo (2008): “De lo indicial, lo icónico y lo simbólico en las manifestaciones del sentido”. Material de *Semiótica de los Medios*, Cátedra Prof. María Rosa del Coto. Buenos Aires: Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

SHIFMAN, L. (2014) *Memes in Digital Culture*, MIT Press: Cambridge, MA.

SHIFMAN, L y THELWALL, M. (2009) “Assessing Global Diffusion with Web Memetics: The Spread and Evolution of Popular Joke” en *Journal of the American Society for Information Science and Technology*. American Society for Information Science and Technology, Association for Information Science and Technology (ASIS&T)

SIRI, L. (2016). Memes en internet: el escándalo Snowden. *Letra. Imagen. Sonido L.I.S. Ciudad Mediatizada*(Año VIII, #16), 16–39.

SCHÜTZ, Alfred (2003) “Símbolo, realidad y sociedad”, en Schütz, A.: *El problema de la realidad social*. Escritos I. Buenos Aires: Amorrortu.

SLIMOVICH, A. (2020). Instagram y política. Mediatización y circulación en los perfiles de Cristina Fernández de Kirchner y Mauricio Macri. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*. Ensayos, (112), 177-203.

STEYERL, H. (2016). “En defensa de la imagen pobre”. *Los condenados de la pantalla*. Buenos Aires: Caja Negra.

VERÓN, Eliseo (1987 a): “La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política”, en *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos*, Buenos Aires: Hachette

VERÓN, E. (1993 [1988]). *La semiosis social*. Barcelona: Gedisa.

VERÓN, E. (1998). *Mediatización de lo político. Estrategias, actores y construcción de los colectivos*. En Gilles Gauthier, André Gosselin y Jean Mouchon, comp. (1998). *Comunicación y política*. Gedisa.

VERÓN, E. (2004 [1975]). "Ideología y comunicación de masas. Sobre la constitución del discurso burgués en la prensa semanal". En *Fragmentos de un tejido*. Gedisa.

VERÓN, Eliseo, (2014): "La mediatización. Un concepto semioantropológico", Publicado en *Mediatization of Communication*, 2014, vol. 21, p. 163. 1. Traducido por Celeste Wagner, Departamento de Ciencias Sociales, Universidad de San Andrés. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, 2015, vol. 20 173-182.

WINCKLER, G. (2019). Internet Memes: una relación visual contemporánea. *ASRI: Arte y sociedad. Revista de investigación*, (17), 1.