

Imemes

Producción, circulación, reconocimiento y propagación

Imemes

Production, circulation, recognition and propagation

Imemes

Produção, circulação, reconhecimento e propagação

DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2024.19.2.3711>

► MARÍA ELENA BITONTE

mbitonte@sociales.uba.ar - Ciudad Autónoma de Buenos Aires - Universidad de Buenos Aires, Argentina.

ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-7063-4062>

CÓMO CITAR: Bitonte, M. E. (2024). Imemes. Producción, circulación, reconocimiento y propagación. *InMediaciones de la Comunicación*, 19(2). DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2024.19.2.3711>

Fecha de recepción: 12 de marzo de 2024

Fecha de aceptación: 17 de septiembre de 2024

RESUMEN

El presente artículo explora los principios que sustentan el análisis sociosemiótico de los imemes –o memes de Internet–, ejemplares típicos de la producción de sentido en la contemporaneidad. El encuadre socio-semiótico de los imemes se aparta de otros abordajes signados por el evolucionismo biológico y plantea una perspectiva anti-determinista y dinámica, cuya principal premisa ubica los fenómenos sociales en relación con sus condiciones de producción, circulación y reconocimiento. Siguiendo esta perspectiva analítica, los imemes conforman una clase de fenómenos mediáticos

que se distingue de otros por su particular forma de circulación: la proliferación. De ahí la importancia de diferenciar la memética –como modo de producción de sentido– de la viralidad. Desde esta aproximación, los actores sociales no son vistos como vectores de transmisión cultural ni los imemes como imágenes que imitan un original, sino como interpretantes de los fenómenos sociales que toman como objeto, a la vez que productores de memoria y de contacto social. ¿Cuáles son las condiciones de propagación de los imemes? El artículo procura una explicación posible a través del análisis de sus condiciones de producción, circulación y reconocimiento y sugiere una vía de indagación sobre la índole autopoiética de los imemes.

PALABRAS CLAVE: *imeme, imitación, proliferación, diferencia, repetición.*

ABSTRACT

This article explores the principles underpinning the sociosemiotic analysis of imemes –or Internet memes–, characteristic examples of the production of meaning in the contemporary world. The sociosemiotic framing of imemes departs from other approaches marked by biological evolutionism and proposes an anti-determinist and dynamic perspective, whose main premise locates social phenomena in relation to their conditions of production, circulation and recognition. Following this analytical perspective,

imemes make up a class of media phenomena that is distinguished from others by its particular form of circulation: proliferation. Hence the importance of differentiating memetics –as a mode of production of meaning– from virality. From this approach, social actors are not seen as vectors of cultural transmission, nor imemes as images that imitate an original, but as interpreters of the social phenomena that they take as their object, as well as producers of memory and social contact. What are the conditions for the propagation of imemes? The article seeks a possible explanation by analysing their conditions of production, circulation and recognition, and suggests a way of investigating the autopoietic nature of imemes.

KEYWORDS: *imeme, imitation, proliferation, difference, repetition.*

RESUMO

O artigo descreve alguns dos fundamentos que sustentam um estudo sociosemiótico dos imemes –ou memes da Internet–, exemplos típicos da produção contemporânea de sentido. O enquadramento sociosemiótico dos imemes afasta-se de outras abordagens

marcadas pelo evolucionismo biológico e propõe uma perspectiva antideterminista e dinâmica do significado, cuja premissa principal leva a localizar os fenômenos sociais em relação às suas condições de produção, circulação e reconhecimento. Seguindo esta perspectiva analítica, os imemes constituem uma classe de fenômenos midiáticos que se distingue dos demais pela sua forma particular de circulação: a proliferação. Daí a importância de diferenciar a memética –como forma de produção de sentido– da viralidade. A partir desta abordagem, os atores sociais não são vistos como vetores de transmissão cultural nem os imemes como imagens que imitam um original, mas como interpretantes dos fenômenos sociais que tomam como objeto, ao mesmo tempo como produtores de memória e de contato social. Quais são as condições de propagação dos imemes? O artigo busca uma possível explicação através da análise de suas condições de produção, circulação e reconhecimento, e finaliza sugerindo um caminho de investigação sobre a natureza autopoietica dos imemes, agentes de suas próprias regras de multiplicação.

PALAVRAS-CHAVE: *imeme, imitação, proliferação, diferença, repetição.*

1. INTRODUCCIÓN

“La diferencia habita la repetición”
Gilles Deleuze (2002, p. 127).

Este artículo presenta algunos fundamentos teórico metodológicos para una analítica de los *imemes* en el contexto de *hipermediatización*¹. En tal sentido, hace hincapié en un encuadre sociosemiótico y se plantea una perspectiva antideterminista y dinámica del sentido cuya principal premisa es situar a los fenómenos sociales analizados en relación con sus condiciones de producción, circulación y reconocimiento. Siguiendo este enfoque, los imemes –término que refiere, dentro de la categoría general de los memes, a los Internet memes (Vélez Herrera, 2015)– conforman una clase de fenómenos mediáticos cuyo circuito de producción, circulación y reconocimiento es bien distinto al de otros discursos sociales, particularmente en lo referido a la circulación, que se da en forma de *proliferación* (Verón, 2013)². Esta especificidad, derivada de la capacidad potencial de los imemes de multiplicarse, ha marcado una tendencia generalizada a confundir memética con viralidad. Dicha concepción fue promovida por el teórico del evolucionismo biológico Richard Dawkins (2002), quien en su libro *El gen egoísta*³, para explicar la evolución cultural argumenta que

cuando plantás un meme fértil en mi mente, literalmente parasitás mi cerebro, convirtiéndolo en un vehículo de propagación del meme, de la misma forma que un virus puede parasitar el mecanismo genético de una célula anfitriona. Y esta no es sólo una forma de expresarlo: el meme para –digamos- ‘creer en la vida después de la muerte’ se ha realizado en verdad físicamente, millones de veces, como una estructura del sistema nervioso de los hombres individuales a través del mundo. (p. 349)

Dawkins les asigna a los memes las mismas características que a un gen y los define como unidades de replicación, portadoras de memoria cultural:

Ejemplos de memes son: tonadas o sones, ideas, consignas, modas en cuanto a vestimenta, formas de fabricar vasijas o construir arcos. Al igual que los genes se propagan en el acervo génico al saltar de un cuerpo a otro mediante los espermatozoides o los óvulos, así los memes se propagan en el acervo de

1 Según Carlón (2022), una sociedad hipermediatizada se define por el empleo simultáneo de más de un sistema mediático. Al sistema de medios tradicionales, se le han agregado los medios basados en Internet (YouTube, Facebook, Twitter (hoy X), etc.) y el sistema *underground*, que expande al anterior y está conformado por medios interpersonales como WhatsApp, Skype y Zoom.

2 Hablamos de proliferación para referirnos a los medios cuyas tecnologías contribuyeron a incrementar el número de reproducciones. Esto que sucedió en otros períodos de aceleración del tiempo histórico, por ejemplo, con la irrupción de la imprenta (Verón, 2013), vuelve a suceder en los medios basados en Internet cuya dinámica ofrece a los imemes una vía regia para multiplicarse.

3 El libro fue publicado originalmente en 1976 y sentó las bases del estudio de la memética como un proceso reproductivo análogo al de los virus, donde el replicador serían los memes y el caldo de cultivo, los cerebros humanos.

memes al saltar de un cerebro a otro mediante un proceso que, considerado en su sentido más amplio, puede llamarse imitación. Si un científico escucha o lee una buena idea, la transmite a sus colegas y estudiantes. La menciona en sus artículos y ponencias. Si la idea se hace popular, puede decirse que se ha propagado esparciéndose de cerebro en cerebro. (Ibíd., p. 348)

La perspectiva de Dawkins fue clave para reactivar enfoques tradicionales, lineales y reproductivistas sobre la comunicación social, basados en el antiguo paradigma de la manipulación. Si los memes de Internet fueran *virus de la mente* (Kien, 2019), la cultura se convertiría en un organismo parasitado, alimentado de *fakes*, desinformación, simulaciones, narrativas *pathémicas* y picoteos adictivos para un actor social sin albedrío. En contraste, la sociosemiótica y el enfoque de la cultura participativa proponen el paradigma de la *propagación* (Jenkins, 2009) y las nociones de *circulación* y de *proliferación*.

Los modelos de la representación mimética y la replicación cultural se topan también con la noción *peirceana* de interpretante (Peirce, 1974). Desde este marco, y dado que en la actualidad los imemes han tomado un lugar preeminente en el encuadre de los acontecimientos sociales, podemos afirmar que se han convertido en interpretantes privilegiados de nuestra realidad social, capaces de retomar, recontextualizar y resignificar los más diversos objetos, en un encadenamiento de múltiples variantes cuya deriva es potencialmente ilimitada. Recordemos que el *interpretante* es, según Peirce (1974), la mediación cognitiva y social necesaria entre el signo –o *representamen*– y el objeto que impulsa, en sus retomas sucesivas, lo que se denomina la *semiosis infinita*.

De esta primera aproximación se pueden deducir dos consecuencias importantes: una es que los sujetos no son vectores de transmisión de ideas sino actores de un proceso dinámico y transformador. La otra se refiere a los dos grandes tipos de operaciones que materializan las relaciones sociales: *memoria* y *contacto*. Estas son, tal como lo señala Cingolani (2021), las operaciones que permiten identificar las transformaciones del proceso de mediatización y las que producen lo social, no en tanto reproducción sino en tanto transformaciones observables en el espacio, el tiempo y la intersubjetividad. Sobre esta base, los imemes no se definen ya como mimesis de un original, sino como interpretantes de los fenómenos sociales que toman como objeto, portadores de memoria y productores de contacto (Bitonte, 2024; Bitonte & Gurevich, 2022; Bitonte & Siri, 2023; Fraticelli, 2023)⁴.

¿Por qué interesa este abordaje? Porque los imemes son formidables interpretantes de la realidad social, desde de los asuntos más banales de la vida común hasta los aspectos más problemáticos de la agenda mediática, el arte, la ciencia, la política. Trátese de estados emocionales, vivencias o incluso ideas abstractas, los imemes presentan una enorme agilidad para plasmarlas,

⁴ Fraticelli (2023) describe a los memes de Internet como “interpretantes risibles (memes, GIF cómicos, tuits burlescos, etc.) [que] construyen el acontecimiento con una lógica diferente a la que domina lo serio” (p. 144).

hacerlas circular y participar en la conversación social. Por cierto, “todos los signos transmiten ideas a las mentes humanas” (Peirce, 1974, CP 1.540), pero los imemes se distinguen por el potencial de su proliferación, sólo igualado por otro gran soberano de la propagación de ideas, el *rumor* (Kapferer, 1989).

En lo que sigue, voy a argumentar que la capacidad de *mimesis* o repetición que se les atribuye a los imemes es pertinente, siempre a condición de que la idea replicada se lea no como un significado original y fijo, sino como una diferencia significativa (Deleuze, 2002). Con ese fin, en los párrafos siguientes procuraré sistematizar una descripción de las condiciones que impulsan su propagación, aportando una serie de ejemplos de valor ilustrativo⁵.

2. CONDICIONES DE PRODUCCIÓN DE LOS IMEMES

El neoevolucionismo biológico, como vimos, explica que la reproducción tiene como condición un medioambiente apto para la multiplicación de los microorganismos, esto es, un “caldo de cultivo”. Siguiendo este paradigma, Dawkins (2002) anunció el surgimiento de un nuevo tipo de replicador, el meme, cuyo caldo de cultivo es la cultura. Ese nuevo replicador denominado “meme” funcionaría como “unidad de transmisión cultural” o “de imitación”. ¿Será posible ofrecer una definición alternativa de la memética sin recaer en este modelo determinista? La sociosemiótica no es compatible con la idea de determinación, sino que adopta un criterio de *condiciones*: las condiciones sociales de producción describen las restricciones que operan en la generación de un discurso o un tipo de discurso y cuyas *huellas* dan cuenta de la relación específica que mantiene con las matrices históricas y sociales de su generación y reconocimiento (Verón, 1993). Esa relación nunca es causal y puede ejemplificarse con una partida de ajedrez: una jugada puede dar lugar a múltiples e imprevisibles movimientos, pero no cualquiera, sino los relacionados con esa jugada. Del mismo modo, unas condiciones de producción pueden dar lugar a innumerables gramáticas de reconocimiento, aunque no a cualquiera.

Dicho esto, la primera condición de producción de un discurso y una de las prioritarias para el análisis sociosemiótico, son las restricciones genéricas. ¿Por qué? Porque los géneros son categorías que permiten identificar una clase de discurso y distinguirla de otros. Su discriminación es importante porque los géneros no sólo están asociados a operaciones cognitivas propias, ligadas a su producción y reconocimiento, sino que, además, vehiculizan saberes vinculados con cada campo social, poniendo en obra las prácticas específicas de ese campo. Es fácil entonces comprender hasta qué punto inciden en la construcción identitaria de los actores y contribuyen a la conformación de comunidades (Bajtin, 1999; Silvestri, 2002; Steimberg, 2005).

⁵ Vale aclarar que este artículo se deriva del proyecto de investigación UBACYT titulado “Fenómenos discursivos emergentes, consolidados y residuales: retomas en época de hipermediaciones” (Cód. 20020220400313BA), dirigido por Amparo Rocha Alonso, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Argentina.

Cada género discursivo se caracteriza por el uso de un lenguaje específico de acuerdo con sus propósitos estratégicos, emplazamientos, campos temáticos, modalidades enunciativas, retóricas y estilísticas, que en su conjunto establecen los márgenes de previsibilidad y orientan las formas de interactuar (Steinberg, 2005; Verón, 1988). Asimismo, Fernández (2021) destaca la relevancia de estas variables, indispensables para el análisis de cualquier sistema de intercambio discursivo. ¿Cómo es su circuito de producción y reconocimiento? ¿A qué operaciones cognitivas van asociados? ¿A qué prácticas? ¿Qué saberes vehiculizan? ¿En qué campo social? ¿Qué subjetividades y qué tipo de comunidades construyen?

A partir de estos parámetros podemos empezar a caracterizar los rasgos constitutivos del imeme. Se trata de un género compuesto por materiales heterogéneos: verbales, no verbales, visuales, escritos, sonoros, audiovisuales extraídos del acervo mediático o cultural y popular. Pero, atención, los imemes no son figuritas intervenidas que circulan alegremente por las redes sociales, son un dispositivo complejo (Traversa, 2001)⁶, cuya característica fundamental es poner a circular una idea apoyándose en materias significantes previas o hipotextos, múltiples y variados. Desde esta perspectiva, como lo señala Cannizzaro (2016), existe una tendencia generalizada a confundir el imeme con su exteriorización, generalmente asociada a una imaginaria icónico-verbal (*template* o imagen macro), desconociendo no sólo otras encarnaduras (como canciones, tonadas, gestos que también se *memifican*), sino el hecho de que lo que los imemes difunden no son las imágenes sino las ideas que ellas soportan.

Knobel y Lankshear (2007), quienes han estudiado sus características, definieron al imeme como una composición hecha de yuxtaposiciones anómalas, intertextualidad y humor, tres propiedades que los hacen sumamente atractivos y compartibles. Esto los convierte en géneros predilectos de la conversación digital, cuyo potencial controversial y crítico es capaz de generar *espacios de afinidades* entre quienes los comparten. Por otra parte, desde el punto de vista cognitivo, dado que la mecánica principal de circulación del imeme es a partir de las retomas inter e hipertextuales (Bitonte, 2024; Marino, 2020; Jost, 2023; Bitonte & Gurevich, 2022), una de las mayores dificultades de la lectura de los imemes es que el hipertexto exige el reconocimiento previo del hipotexto. Pero es precisamente esta operatoria de retoma y reconocimiento de discursos anteriores lo que convierte a los imemes en poderosos agentes de memoria y contacto –tema al volveré más adelante.

Para terminar esta caracterización y dado que los géneros son un asunto de discurso, es posible desmontar su operatoria en el despliegue de las tres dimensiones de la semiosis:

⁶ Apelo a la noción de dispositivo que se articula y potencia con la de género discursivo con el fin de orientar la observación a los usos sociales de un discurso y a las operaciones enunciativas que desarrolla, tomando en cuenta desde la materialidad y los recursos técnicos del soporte en el que se emplaza, hasta los vínculos que generan en su circuito de intercambio discursivo (Traversa, 2001; Fernández, 2021).

Tratándose de operaciones que son inextricablemente cognitivas o significantes, y dependientes de soportes materiales, como lo ha mostrado Verón (1988), es posible observar las transformaciones implicadas en la mediatización a través de las categorías de la semiótica *peirceana* –primeridad, secundaridad y terceridad–, y sus respectivas operaciones icónicas, indiciales y simbólicas. (Cingolani, 2021, p. 51)

Según la teoría lógico-semiótica de Peirce, todo nuestro conocimiento del mundo y la posibilidad de referirlo responde a una operatoria que se ordena conforme a tres grandes categorías: *La primeridad*, que corresponde al mundo de las sensaciones, los afectos, las cualidades posibles de las cosas. *La secundaridad*, que es la dimensión relacional de los fenómenos, que habilita la relación de las cosas con los signos que las evocan y con los sujetos que las comprenden. Corresponde entonces, ya no al mundo de las posibilidades, sino al de los hechos y de las interacciones. Y, por último, *la terceridad*, que regula a las anteriores mediante leyes o hábitos sociales y cognitivos. Es, por lo tanto, el espacio donde se construye lo *real*, en la medida en que involucra el orden simbólico, las convenciones sociales, la cultura⁷.

Siguiendo esta preceptiva, podemos advertir cómo los imemes ponen en funcionamiento su semiosis en el registro *icónico* (*mimesis* de discursos previos, base cualitativa cuyo reconocimiento público facilita la participación y la circulación), el *indicial* (la dimensión del contacto que afianza los vínculos sociales y promueve cadenas *hipermediáticas*⁸ de difusión *online* y *offline*) y la dimensión *simbólica* (dimensión comunitaria, de formación de opinión, códigos culturales, hábitos interpretativos). En definitiva, tal configuración es resultado de un sistema productivo que contiene operadores afectivo-visuales, operadores de contacto y operadores normativos que se vuelven atractores para la replicación y la normativizan.

En la actualidad, frente al agotamiento de la eficacia de los géneros tradicionales del discurso político y sus representantes de todas las vertientes, los imemes han iniciado su resonante carrera en la comunicación política (Bitonte & Canedo, 2024). En lo que sigue, la selección de los ejemplos propuestos para este análisis, aunque corresponden a una de las tendencias de la política argentina, obran como una muestra descriptiva de este nuevo escenario de la mediatización.

3. CONDICIONES DE RECONOCIMIENTO

Nadie sabe en producción cuál será el destino de su discurso, qué itinerarios seguirá en la cadena de interacciones, cómo será leído. Lo que sí se puede saber

⁷ Vale aclarar, una vez más que, aunque al enunciarlas es inevitable asignarles un ordenamiento secuencial, las categorías *peirceanas* no están regidas por un orden ni jerárquico, ni temporal, ni ordinal sino lógico y pueden ocurrir en diferentes secuencias según los objetos de los que se trate.

⁸ “[P]asaje de un sistema mediático a otro, por ejemplo, de las redes sociales a los medios masivos (o viceversa) o del *underground* a los medios masivos (y de ahí a las redes sociales mediáticas)” (Carlón, 2022, p. 259).

es que, como sucede con otros géneros como el rumor, los imemes muchas veces surgen como resultado de un acontecimiento raro, importante o ambiguo, que se lanzan al ruedo para dar lugar a alertas sociales o en busca de una acción colectiva que les dé sentido. Este reconocimiento pone en juego los recursos intelectuales de un grupo para interpretar y comentar aquello que no está suficientemente claro (Kapferer, 1989). De manera semejante, el reconocimiento de un imeme oficia de *interpretante crítico* que reanuda en cada intervención un proceso metadiscursivo de comentarios que recontextualizan, reinterpretan, encuadran los acontecimientos sociales, arrastrando las resonancias de la voz del colectivo en un proceso que da cuenta de la necesidad del diálogo y la interacción en la comprensión humana⁹.

A veces, los imemes nos interpelan con recursos retóricos elementales, como analogías u oposiciones binarias que nos invitan a descubrir semejanzas simples entre ciertos personajes o situaciones (gestos sugerentes, insinuaciones y aspectos significativos). En estos casos prevalecen los operadores icónico-afectivos y la función de contacto con el colectivo de comunicación hipermediático. Pero nunca hay que fiarse demasiado: procedimientos básicos como la comparación pueden producir efectos de sentido complicados. Las analogías suelen establecer lazos entre imágenes, conceptos o sonidos que se cristalizan en estereotipos sociales. Veamos, como ejemplo, la siguiente pieza gráfica que compara al ex Jefe de Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA), Horacio Rodríguez Larreta, con el Sr. Burns, personaje de la serie animada Los Simpson (Imagen 1).

Imagen 1. Hilo Larreta como el señor Burns



Fuente: @Corneliodelp (24/5/22) – Twitter (hoy X): <https://twitter.com/pabcai/status/1529135614662164482/photo/2>

⁹ Por ejemplo, durante la pandemia del COVID-19, cuando era inconcebible construir un relato sobre algo tan absolutamente extraño, que no se sabía cómo había empezado, cómo se combatía ni cuándo terminaba, los *imemes* nos ofrecieron imágenes, relatos y nociones de cuidado que nos familiarizaban con aquello desconocido que nos rodeaba, nos devolvían por otros medios el contacto social perdido y se volvieron interpretantes del aislamiento social, recordándonos la ley primera y principal: “Quedate en casa” (Bitonte & Siri, 2022; Bitonte & Gurevich, 2022).

El imeme ilustra no sólo un parecido significativo: esa analogía física alude a un rasgo moral. El proceso de reconocimiento de este imeme se puede analizar como un tipo de razonamiento metonímico (Lakoff, 1990) que opera no por relaciones lógicas formales, sino asociativas o de contigüidad. La *figurativización* se da a partir de la selección parcial de determinados rasgos (la risa siniestra, la mirada aviesa, la ambición) que se desplazan de un personaje conocido a otro por conocer. En términos de Fraticelli (2023), esto inscribiría a la pieza en el género sátira política, donde “el enunciador se alía con el enunciatario con el fin de ridiculizar y criticar la moral y las prácticas de los políticos, los ciudadanos y las instituciones” (p. 156). Siguiendo este hilo, Rodríguez Larreta respondió con otra serie de publicaciones que lo muestran en imagen paralela con el Sr. Burns en diferentes situaciones de trabajo –recorriendo la ciudad, visitando comunas, jardines escolares, en su oficina, dando entrevistas, etc.–, tal como se muestra en la Imagen 2.

Imagen 2. Hilo Larreta como el señor Burns



Fuente: @horaciolarreta (25/5/22) – Twitter (hoy X): <https://twitter.com/horaciolarreta/status/1529608731851464707?lang=es>

De este modo, a partir de la saga de sus propios imemes, el ex Jefe de Gobierno de CABA y, por entonces, candidato a presidente de la nación *in nuce*, proporciona otro marco de referencia y otro modelo cognitivo diferente que, en su conjunto, ofrece una nueva gama de rasgos típicos para que el enunciatario seleccione y genere interpretantes alternativos. Como consecuencia de esto, modifica el régimen de reconocimiento cómico (reírse de) por el del humor (reírse con):

Distinguiamos, entonces, dos grandes regímenes enunciativos: el de lo cómico y el del humor. En ambos pueden emplazarse chistes, caricaturas, chanzas, etc., pero sus propuestas comunicacionales son diferentes. En lo cómico el blanco de la burla tiene una relación inferior con respecto a quien la realiza y a su cómplice (enunciario). En el humor, en cambio, el enunciador y el enunciatario establecen una relación de simetría burlándose de sí mismos. Así, mientras que lo cómico es reírse *de* alguien, el humor es reírse *con* alguien. (Fratlicelli, 2023, p. 58)

Así es que se advierte cómo las redes sociales facilitan que los sistemas de *intercambio discursivo* den lugar a la conversación pública (Fernández, 2021). En un nuevo sistema de intercambio discursivo digital, la interacción posteo-comentarios posibilita, como nunca antes en la historia de la mediatización, la exposición de opiniones de los actores sociales y la conformación de *hiperaudiencias* (Maestri, 2021). De este modo, el comentario digital, correlato de la conversación oral, se ha instalado como uno de los géneros más asiduos de la conversación social hipermediática que permite exponer abierta y públicamente la visión del mundo de cada interlocutor. En esta nueva escena enunciativa conversacional y horizontal, las hiperaudiencias son interpeladas tanto como colectivo como también en su individualidad, explicitando sus propios puntos de vista (disidentes, polémicos, partidarios, militantes), y como parte de una comunidad similar al *auditorio-juez* que describían Perelman y Olbrechts Tyteca (1989); es decir, no un auditorio pasivo sino uno convocado a hacer un ejercicio vigilante y crítico. En este punto cabe preguntarse, siguiendo a Verón (2002): ¿Puede el ciudadano, interpelado mediáticamente, responder políticamente? Su respuesta fue siempre taxativa:

Mi postura es que la democracia no es un fenómeno comunicativo y los colectivos de la democracia son colectivos formales, no de comunicación (...). Uno no puede confundir los colectivos de consumidor con los de ciudadano porque los colectivos de ciudadano son colectivos postulados, no empíricos (...). A mí me da la sensación de que Internet contiene la utopía de que se puede comunicar sin colectivos. Y eso me parece maravilloso porque finalmente va a quedar claro que no es así. Internet está en el centro del problema porque se basa en la utopía de una comunicación planetaria en la que yo existo sólo como individuo (...). En general, la dimensión dominante hoy es la del mercado, incluso los colectivos que se dibujan hoy en Internet son colectivos comerciales. (pp. 373-374)

Continuando con la dimensión interaccional de los imemes, la ironía y la intertextualidad aportan elementos de estilo recurrentes que inciden en los procesos de construcción identitaria y de identificación colectiva, como lo ilustra la Imagen 3:

Imagen 3. Comentarios de enunciatarios hipermediáticos a propósito de la interacción generada por el hilo *Larreta como el señor Burns*



Fuente: @horaciolarreta] (25/5/22) – Twitter (hoy X): <https://twitter.com/horaciolarreta/status/1529608731851464707?lang=es>

Efectivamente, los imemes mantienen una estrecha relación intertextual con los discursos de la cultura popular y masiva, como en este caso la serie *Los Simpson*, poniendo en juego “una ‘enciclopedia’ común” (Jost, 2023, p. 82). El reconocimiento de implícitos, ironías y referencias intertextuales que se da en este proceso repercuten en la configuración de un sentido comunitario y en el tejido de lazos entre los participantes del colectivo, quienes construyen sus identidades sobre la base de estos saberes, afinidades y consumos culturales (Knobel & Lankshear, 2007; Yus, 2018). Esta configuración resulta estratégica en el discurso político contemporáneo –más inclinado, ciertamente, a fomentar colectivos comunicacionales que colectivos identitarios propiamente políticos–. De lo anterior se sigue que en las comunidades virtuales el acceso a la significación requiere de claves de entrada o contraseñas que no todos poseen (Apter, 2019; Bitonte & Siri, 2022). El efecto de sentido resultante del descubrimiento de las asociaciones intertextuales es lo que Verón (2004) definía como un sentimiento de evocación o de *déjà lu* –sic–, que

constituye uno de los aspectos esenciales de todo efecto ideológico, consigue un resultado doble: de *inclusión* o participación en ese universo cultural (la “complicidad”) y de *exclusión* de aquellos que no poseen el conocimiento previo necesario para poder identificar la denominación original. (p. 106)

De esta forma, el proceso de reconocimiento de imemes afianza vínculos sociales cómplices por efecto del mecanismo de *unificación ideológica* (Verón, 2004, p. 107). Este mecanismo resulta una fuente de placer intelectual basado

en el reconocimiento de *analogías y disonancias lógicas*¹⁰, a la vez que opera respecto del encuadre de los acontecimientos sociales.

Como se puede ver, el reconocimiento de imemes presenta múltiples aspectos cualitativos, afectivos, interaccionales, cognitivos y sociales. Todos ellos convergen en la construcción de sentido social y de vínculos comunitarios en un proceso que reanuda la conversación pública y las formas de participación en los medios de redes sociales.

Hasta acá hemos visto cómo la dinámica interaccional alimenta micronarrativas que fomentan la conversación social en red. En la siguiente sección, dedicada a los fenómenos de circulación memética, me detendré en los procesos de memificación.

4. CONDICIONES DE CIRCULACIÓN

¿Una idea, cómo se memifica? Hay quienes comparan la veloz circulación del imeme con una “papa caliente” que no se puede sostener en las manos y se lanza a otro de inmediato, sin pensar (Kien, 2019, p. 49). Los enfoques de la sociosemiótica y de la cultura participativa no admiten este tipo de explicaciones porque están basados en el argumento de que hay determinadas ideas que se lanzan indiscriminadamente y parasitan los cerebros para multiplicarse y sobrevivir, convirtiendo a los actores en vehículos o replicadores involuntarios. Frente a esta visión, Jenkins (2009) enfatiza que los memes circulan en la web “porque son significativos para las personas que los difunden” (s/p). Y destaca, además, que las personas los adoptan, adaptan y reelaboran de manera activa, según las circunstancias, las posiciones y los medios. Así, los seres humanos inventan y hacen circular muchas ideas, aunque no todas prosperan ni las réplicas son idénticas a su forma original. Hay memes que se multiplican más, otros menos y otros que directamente no se multiplican, pero en todo caso, todos tienen *tendencia* a hacerlo.

Para explicar la dinámica de la memetización, Jenkins recupera un experimento citado por Blackmore (2000) en el que se hizo participar a dos grupos de niños en el juego “teléfono descompuesto” con dos consignas diferentes. Al primer grupo se le pidió que haga un dibujo: el primer niño debía dibujar algo, el segundo debía copiarlo y así sucesivamente. Luego de una serie de repeticiones se comparó el primer dibujo con el último y, como era de esperar, los ejemplares eran irreconocibles. Al segundo grupo, de contraste, se lo instruyó para que cada niño enseñara a otro a hacer un origami. Y esta vez, sí la serie de imitaciones dio modelos idénticos. El experimento demostró dos principios sustantivos de la memética: 1) sólo hay replicación con *variación* y 2) no sólo se replican cualidades sino *consignas*. A partir de estos resultados podemos afirmar que

¹⁰ Fraticelli (2023) se refiere las razones semióticas, psicológicas y neurológicas que explican el sentimiento de placer que provoca el procesamiento intelectual de incongruencias, asociaciones absurdas y juegos polisémicos (2023, pp. 243-245).

el meme de Internet no es imitación de una forma o de un contenido, sino la generación de una gramática cuya primera y principal regla es la participación. Para explicarlo con palabras de Canedo y Urbanitsch (2024):

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. (Canedo & Urbanitsch, 2024, p. 87)

La conversación generada en torno al hilo *Larreta como el señor Burns* sirve para ilustrar esta operatoria a la que Carlón (2022) denomina expansión hipermediática *ascendente*, es decir, que parte desde intercambios en sistemas de cuentas de usuarios particulares y son replicados por distintos medios de comunicación –los diarios *La Nación*, *Perfil*, *Página 12*, la señal televisiva TN, Yahoo noticias, sitios de memes, entre otros–, aumentando así su resonancia social (ejemplos, imágenes 4 y 5).

Imagen 4. Circulación ascendente



Fuente: Diario *La Nación* (26/5/22). Recuperado de: <https://www.lanacion.com.ar/politica/la-respuesta-de-horacio-rodriguez-larreta-al-hilo-de-memes-que-lo-comparan-con-el-sr-burns-nid26052022/>

Imagen 5. Circulación a través de sitios de imemes



Fuente: @Lapolíticaenmemes (23/7/22). Instagram: https://www.instagram.com/reel/CvCzY_EsjBS/?igshid=MTc4MmM1YmI2Ng

Se comprende entonces que la circulación de los imemes no sigue una lógica determinista y lineal. Antes bien, su circulación está regida por la contingencia y su replicación se da “en cascadas” (Jost, 2023), rebotando unos sobre otros, como agua contra las piedras. Las gotas de agua son una hermosa metáfora para explicar lo que es idéntico e indefectiblemente distinto en la repetición. Siguiendo esta lógica, en la circulación de los imemes las reiteraciones son reversiones, tanto en el sentido teatral de llevar un guion a escena, como en el de revertir algo, cuando una cosa va a parar en otra, modificándose. Esto resulta claro, sobre todo, si comparamos la circulación de los imemes con otros géneros como, por ejemplo, el hashtag o el rumor. El imeme se diferencia del hashtag en que este último es “reproducido indefinidamente de forma idéntica, no posee las virtualidades de transformación, mutación y variación del meme” (Jost, 2023, p. 142). Y se parece más al rumor, cuyo contenido evoluciona obedeciendo no sólo a las distorsiones de la memoria sino también “a la evolución y la aportación de comentarios hechos a lo largo de todo el proceso” (Kapferer, 1989, p. 19). Volvemos entonces a la producción de memoria. En el proceso de circulación memética algo pasa y algo queda, pero la memoria, como lo señala Cingolani (2021), “es el resultado de almacenamiento más fragmentaciones, borramientos y olvidos, necesariamente regulados –aunque no por eso, regulares–” (p. 45).

Varios estudiosos enfatizan los mecanismos de repetición con variación que se ponen en marcha en el proceso de circulación memética:

En la definición de Shifman la unidad de un meme no estaría tanto en los textos singulares sino en la lógica de replicación, variación y transformación de varios textos dentro de un mismo conjunto. Esto, a nuestro entender, implica que la identidad de un meme es abierta a las reapropiaciones sucesivas que los usuarios realicen del mismo y, por consiguiente, también fluctuante –aunque dentro de cierto marco de regularidades–. (Canedo & Urbanitsch, -manuscrito en progreso-)

Pero, ¿qué es lo que se repite? Siguiendo a Jost (2023), “los memes despliegan una idea o una propuesta icónica y plástica” (p. 101) cuya replicación puede darse de dos diferentes modos, tal como se ilustra en las imágenes 6, 7 y 8. Por un lado, hay *memes-variaciones* que hacen derivar la misma idea con diferentes configuraciones visuales, verbales, musicales (por ejemplo, las innumerables versiones de lo fúnebre durante la pandemia del COVID-19). Y, por otro lado, hay *memes-variantes* que son iteraciones de la misma idea con la misma configuración semioplástica –por ejemplo, las iteraciones meméticas de famosos como Julio Iglesias, John Travolta, Osvaldo Laport o de Los Simpson.

Imágenes 6, 7 y 8. Retomas meméticas y variaciones



Figura 6

Figuras 7 y 8

Fuentes: Imagen 6 - <https://preview.redd.it/nuevo-meme-k-v0-e8qqzzi6pc7c1.png?auto=webp&w=71c984782788ed807d3a56a21371bf6ffcff1296> / Imágenes 7 y 8 - EAMEO - Recuperadas de Canedo, Urbanitsch y Sierra (2020).

La serie de circulaciones de imemes puede seguir diferentes sentidos: ascendente, descendente, transversal¹¹. Así, hay ideas que nacen de los colectivos que comparten memes en medios de redes y se trasladan a los usos sociales *offline* o inversamente, los que de los usos sociales *offline* pasan a las redes sociales en una relación transversal, incorporando variaciones y sentidos nuevos.

Para ilustrar con un ejemplo que involucra lo sonoro, tomemos el caso de algunos cánticos populares que se memifican de *fuera a dentro* de los colectivos comunicacionales hipermediáticos, añadiendo sesgos políticos y sociales. Por ejemplo, el hashtag #MMLPQTP (“Mauricio Macri La Puta Que Te Parió”) surgió de una canción de Sheriko, “Es tiempo de alegrarnos”, lanzada en 1975¹². La música pegadiza fue retomada por cantitos de hinchada y se propagó en medios de redes sociales, atravesando diferentes comunidades y géneros *online* y *offline* con distintas variaciones, hasta convertirse en un *hit* de la temporada de verano en 2018 (Ardini & Camios, 2019). La tonada se memificó en diferentes soportes y géneros con sesgos de sátira política, como se puede ver en las imágenes 9 y 10. En tal sentido, resulta especialmente risible la construcción de un mundo ficticio en el que resulta absolutamente verosímil que Vladímir Putin la interprete en piano, teniendo en cuenta los antagonismos que separan al ex presidente argentino Mauricio Macri del líder ruso.

Imagen 9. MMLPQTP - Género partitura, soporte papel

Fuente: <https://soundstudies.files.wordpress.com/2018/06/mmlpqtp.jpg?w=618&h=299>

11 Carlón (2022) sistematizó tres direcciones de la *circulación hipermediática*: la comunicación *descendente*, que va desde los medios masivos hacia los medios y telefonía digitales. La *ascendente*, que va desde los medios y telefonía digitales hacia los medios masivos (como los imemes en torno del hilo *Larreta como el señor Burns* que acabamos de ver, surgidos en redes sociales y retomados por medios de comunicación masiva). Y la *horizontal* (interior a cada sistema). Fraticelli (2023) incorpora otra dirección, muy importante para observar los intercambios comunicacionales dentro y fuera de las instituciones y colectivos, la *transversal*, que se da dentro y fuera de cada sistema o colectivo. Esta permite dar cuenta de las transformaciones históricas producidas con la hipermediatización, en relación con las instituciones y colectivos.

12 Véase: <https://www.youtube.com/watch?v=BUA-G-idK4U>

Imagen 10. MMLPQTP interpretado en piano por Vladímir Putin. Género canción, soporte video



Fuente: RUPTLY (28/2/18) – YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=2tOpr2zTrjk> Putin

Notemos cómo las nuevas condiciones políticas imprimen sus huellas en la siguiente pieza gráfica, que registra cambios en el nivel del emplazamiento y del texto escrito. Esta vez, “MMLYQTP” (Mauricio Macri La Yuta Que Te Parió), surge en el marco de la serie de reclamos por la igualdad de géneros, el fin de los femicidios y la interrupción voluntaria del embarazo (Ley 27.610, sancionada en 2020), impulsados por colectivos feministas que cuestionaron el término ‘puta’ y lo cambiaron por ‘yuta’ (Imagen 11).

Imagen 11. “Mauricio Macri La Yuta Que Te Parió”



Fuente: @leandrohilarios (8/10/19) - <https://www.instagram.com/p/B509PbFgD7z/>

Como se puede ver, las características semióticas del imeme facilitan sus posibilidades de proliferación debido, en gran parte, a la acción mediadora de las hiperaudencias. En este sentido, resulta valiosa la distinción que establece Cingolani (2021), apoyándose en Latour (2008), entre *mediador e intermediario*.

En tanto que la acción de un mediador es imprevisible (“Los mediadores transforman, traducen, distorsionan y modifican el significado o los elementos que se supone que deben transportar”), un intermediario, por el contrario, opera causalmente: “transporta fuerza o significado sin transformación” (Latour en Cingolani, 2021, p. 14). Esta contrastación ayuda a diferenciar la replicación de un virus (intermediario biológico) del modo de la replicación de un meme (mediador cultural) en la medida en que opera como interpretante del acontecer social. De esta manera, como toda idea que surge de una mediación intelectual y normativa entre un signo y su objeto, la idea que transporta un imeme se renueva en cada réplica, abriéndose a nuevos infinitos, en un sistema de diferencias, como bien nos enseñaron Peirce y Verón.

5. LA PROLIFERACIÓN COMO RASGO DISTINTIVO

Como acabamos de ver, dada su índole reticular y disipativa, la vida de un imeme depende de que continúe circulando, reenviado, reversionado, por vía de los diferentes operadores de interacción hipermediática (comentar, retweetear, compartir), lo que no sólo amplifica la circuación sino también las cadenas de interacciones. A diferencia de otros géneros que se estabilizan en un soporte, el imeme no se detiene. Su destino es escapar. Cuando se lo atrapa, ya es pieza de museo o archivo¹³. Pero, ¿qué es lo que los hace proliferar?

Muchas explicaciones se han dado inspiradas en el neoevolucionismo biológico, corriente que, como hemos visto, supone preconceptos muy distorsivos acerca del proceso de transmisión cultural. Contrariamente, desde el prisma de la sociosemiótica, el poder de los imemes no es epidemiológico sino discursivo.

La proliferación puede explicarse, nuevamente, en el registro de la operatoria peirceana (Peirce, 1974; Verón, 1993). Desde este fundamento, en cuanto a las operaciones primeras, los imemes proliferan porque vehiculizan imágenes que sintetizan ideas, relaciones, emociones y percepciones que resultan difíciles de expresar de otros modos. Junto a esto, cuando los observamos desde el punto de vista de la secundidad, podemos notar un nutrido despliegue de conexiones que se dan en los niveles textual, hipertextual, intertextual e intersujetos. En el nivel textual, los imemes son excelentes indicadores de acontecimientos socialmente relevantes; son como alertas para llamar la atención. Su composición retórico-enunciativa desautomatiza nuestra percepción produciendo un

¹³ Los sitios web como, por ejemplo, Know Your Meme, se dedican precisamente a encontrar los memes *princeps*, a recopilarlos y reconstruir las variantes a través de esas filiações.

extrañamiento acerca de situaciones que de otro modo pasarían desapercibidas. De este modo, amplifican el alcance de sucesos y personajes importantes e incluso nimios o insólitos. Por otra parte, los imemes contienen operadores de contacto, pivotes del funcionamiento indicial que activan la red de reenvíos regidos por la regla metonímica de contigüidad (Verón, 1993), desencadenando *espontáneamente* cascadas de réplicas que son gustadas, comentadas, compartidas, propagadas y recreadas. Por su parte, en el nivel de la *hipertextualidad*, los imemes ponen en relación un texto B o hipertexto con un texto A, preexistente o hipotexto (Genette, 1989). En el nivel intertextual también establecen asociaciones entre textos que convocan la participación colaborativa de los interactores, a la vez que refuerzan las identidades y los vínculos entre ellos, sobre la base de gustos y enciclopedias compartidos. Los imemes activan, en este nivel, el contacto y la memoria cultural, mediática y afectiva, al traer al presente sentidos nuevos desde sustratos discursivos recuperados de otros espacios y tiempos. El humor (en el sentido general de lo risible), aunque no es un rasgo constitutivo, es un atributo muy frecuente que no sólo incide en el número de reproducciones, sino que además opera fomentando los vínculos de complicidad (Fratelli, 2023, p. 146).

Por último, desde la perspectiva de la terceridad, encontramos la matriz de los hábitos interpretativos y reglas de acción que los imemes generan en tanto claves de acceso conceptual y práctico. En este sentido, actúan como interpretantes que no sólo comunican ideas que se traducen en sensaciones o contenidos, sino también prescripciones de lectura implícitas en clave de un lenguaje performativo que motiva las nuevas versiones y remixes. Es decir, si la idea que retoma un imeme es significativa para su entorno, circulará y proliferará sin necesidad de enunciados competentes. Esta cualidad autorreferencial, que forma parte de su naturaleza autopoietica, es lo que llama la atención del imeme sobre sí mismo, como si fuera una invitación implícita a compartir.

En síntesis, la multiplicación de los imemes es espontánea y no corresponde medirla en amplitud para establecer parámetros de éxito, sino en su potencialidad. Esto es así no sólo porque la multiplicación memética depende de las situaciones y los contextos cambiantes en espacio, tiempo e intersubjetividades (Cingolani, 2021), sino porque lo que los genera y magnifica es la acción colectiva. El alcance discursivo de los imemes les permite construir relaciones sociales en espacios *online* e, inclusive, *offline* entre sujetos que recuerdan, crean y conversan (Wiggins, 2019, p. 21). Es precisamente su capacidad de replicación la que los hace agentes de proliferación de sentido, contacto y memoria¹⁴.

¹⁴ A tal punto apelan a la memoria colectiva que Viktor Chagas (2020) da cuenta de un Museo de memes (#MUSEUdeMEMES), resaltando el lugar que ocupan en la cultura contemporánea como nuevas formas de preservar la memoria cultural. Véase, a modo de ilustración: <http://museudememes.com.br> - <https://museudememes.com.br/> - <https://www.facebook.com/MUSEONACIONALDELMEME> - "MEME Museum" de Hong Kong.

6. CONCLUSIÓN

La naturaleza de los imemes es la replicación y su semiosis responde a las leyes de la proliferación. Pero esto no justifica que sean sinónimo de *mimesis* y viralidad. El modelo biológico evolucionista instalado por Dawkins (2002), si bien tuvo el mérito de identificar un objeto antes ignorado e inaugurar una trayectoria de estudios en la materia, tuvo el efecto no deseado de imponer la reproductividad mimética como prototipo de la producción cultural. Así como la lingüística, en su momento inaugural, impuso el concepto de estructura a todo el arco de las ciencias humanas y sociales, el neoevolucionismo consolidó la *mimesis* como modelo general para el estudio de los memes y al gen como su ejemplar típico.

Espero haber demostrado en este trabajo que ese modelo no sólo es contradictorio para despejar la complejidad de los géneros contemporáneos, sino que constituye un verdadero obstáculo para la comprensión de la mediatización y la evolución cultural. Desde este fundamento, propuse un abordaje orientado hacia una teoría de la diferencia y no de la repetición¹⁵, porque los imemes se repiten difiriendo, como todo signo o representamen de un objeto, a través de sus interpretantes. Una interpretación nunca es definitiva porque su poder de reinvenición y regeneración nunca se agota. Las diferencias son indomables, persisten a través de las reiteraciones porque las condiciones y los contextos cambian.

Argumenté que los imemes son un género discursivo que retoma, como un *crochet*, materias significantes diversas, cuya iconicidad permite establecer semejanzas con aquello a lo que refieren, y que, sobre esta base, multiplican nuevas cadenas de sentido sobre un mismo objeto, actuando a la vez como marcadores de relevancia social y operadores de contacto intersujetos. De ahí el carácter performativo de la interacción que provocan. Definí a los imemes como dispositivos abiertos e incompletos, y sostengo que dicha *incompletud* es productiva y es la clave para comprenderlos como la replicación de una idea que se transforma en cada iteración, del mismo modo que la acción mediadora del interpretante transforma la idea que es su objeto al suceder en diferentes variantes. La conjunción de estas lógicas, en las tres dimensiones de la semiosis, converge en una poderosa operatoria que explica en gran medida, las condiciones de la circulación y la proliferación de los imemes.

Para afrontar la complejidad de los imemes, su lógica no lineal y contingente, probablemente sea la teoría de los sistemas complejos adoptada por Verón (2013) –al incorporar la autopoiesis al entendimiento de la mediatización– la que nos posibilite, en futuras investigaciones, explicar mejor el mecanismo que hace que un imeme funcione como un sistema autopoietico y autoorganizativo

¹⁵ Se ha insistido a lo largo de este análisis en la noción de diferencia, adoptada como recurso explicativo tanto por Derrida (1968) en el doble sentido de *difference* y *differance* (distinguirse de algo y prorrogarse), como por Deleuze (2002) y por Verón (1993), para quien la diferencia es otro nombre del desfase y la circulación del sentido.

que presenta sus propias condiciones de circulación, como una operación incasante.

Para terminar, tal como lo expresa Cingolani (2021), la mediatización produce sociedad no como repetición sino como transformación, y las transformaciones se pueden observar en dos grandes operatorias: memoria y contacto. Así como la imprenta abrió la masividad “produciendo memoria con objetos clonados” (p. 50), en la actualidad -sigue el semiólogo- las mutaciones en las operatorias de la memoria y el contacto las produce principalmente la Red, dado que es el soporte de memoria más portentoso que haya concebido jamás la humanidad. Así, es dable aventurar que los imemes parecen haber captado estos preceptos, contribuyendo, por añadidura, a consolidarlos. En efecto, si lo social es un “sistema que se reproduce autopoiéticamente a través de actos de comunicación” (Verón, 2013, p. 30), llevado a otra escala, la Red y algunos de sus géneros, como los imemes, parecen seguir lógicas isomórficas, en tanto poderosos agentes de proliferación de memoria y contacto.

REFERENCIAS

- Apter, E. (2019). Alphabetic Memes: Caricature, Satire and Political Literacy in the Age of Trump. *October Magazine*, 170(4), pp. 5-24. DOI: https://doi.org/10.1162/octo_a_00366
- Ardini, C. & Caminos, A. (Eds.) (2019). #MMLYQTP. *Algo más que el Hit del verano*. Córdoba: Equipo Experiencias Transmedia.
- Bajtín, M. (1999). El problema de los géneros discursivos. En *La estética de la creación verbal* (pp. 248-293). Madrid: Siglo XXI.
- Bitonte, M. E. & Canedo, N. (2024). La política hipermediatizada o la continuación de la guerra por otros memes. En *Actas del XI Congreso Argentino de Semiótica, "Intervenciones semióticas. Focalizar, transformar, expandir"*, Asociación Argentina de Semiótica, Universidad Nacional de las Artes, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina. Mimeo. En prensa
- Bitonte, M. E. & Gurevich, A. (2022). Aislamiento social, preventivo e indicial. Pedagogía viral del contacto. *deSignis* 37, pp. 151-164. DOI: <http://dx.doi.org/10.35659/designis.i37p151-164>
- Bitonte, M. E. & Siri, L. (2022). Mediatización de la pandemia a través de memes de Internet. Construcción semiótica de espacios y temporalidades sociales. En *Interacciones mediatizadas: contactos y vínculos antes y durante la pandemia* (pp. 128-160). Rosario: UNR Editora.
- Bitonte, M. E. (2024). Los memes como fenómenos de retoma cultural. Una perspectiva semioantropológica. En Del Coto, M. R. (Comp.), *Medios y retomas III: reescrituras en tiempos de convergencia*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Biblos.

- Blackmore, S. (2000). *La máquina de los memes*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Paidós.
- Canedo, N. & Urbanitsch, V. (2024). Desde y hacia la política. Los memes de Internet en la nueva circulación de sentido sobre lo público. En Del Coto, M. R. (Comp.), *Medios y Retomas III: reescrituras en tiempos de convergencia*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Biblos.
- Canedo, N. & Urbanitsch, V. (s/d). *No importa cuándo leas esto. Algunas consideraciones para el análisis semiótico y comunicacional de los memes de internet* (manuscrito en progreso). Recuperado de: https://www.academia.edu/50277075/No_importa_cu%C3%A1ndo_leas_esto_Algunas_consideraciones_para_el_an%C3%A1lisis_semi%C3%B3tico_y_comunicacional_de_los_memes_de_internet_1_por_Nicol%C3%A1s_Canedo_y_Ver%C3%B3nica_Urbanitsch
- Canedo, N., Urbanitsch, V. & Sierra, D. (2020). Llorando en el Colón: retomas discursivas del G-20 en los Internet memes. En *Actas del XIV Congreso Mundial de Semiótica* (pp. 19-36). International Association for Semiotic Studies y Asociación Argentina de Semiótica, Universidad Nacional de las Artes, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.
- Cannizzaro, S. (2016). Internet memes as internet signs: A semiotic view of digital culture. *Sign Systems Studies*, 44(4), pp. 562-586.
- Carlón, M. (2022). A modo de glosario. En *deSignis* 37, pp. 151-164. Recuperado de: <https://www.designisfels.net/publicacion/i37-mediatizacion/>
- Chagas, V. (Ed.) (2020). *A cultura dos memes: aspectos sociológicos e dimensões políticas de um fenômeno do mundo digital*. Salvador de Bahia: Editora de la Universidad Federal de Bahia.
- Cingolani, G. (2021). ¿Qué se transforma cuando hay mediatización? En Biselli, R. & Valdetaro, S. (eds.), *10 años del CIM en sus textos: estudios sobre mediatización* (pp. 36-55). Rosario: UNR Editora.
- Dawkins, R. (2002). *El gen egoísta*. Barcelona: Salvat.
- Deleuze, G. (2002). *Diferencia y repetición*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Amorrortu.
- Derrida, J. (1968). *Teorie d' ensemble*. Paris: Seuil.
- Fernández, J. L. (2021). *Vidas mediáticas*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: La Crujía.
- Fratlicelli, D. (2023). *El humor hipermediático. Una nueva era de la mediatización reidera*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Teseo.
- Genette, G. (1989). *Palimpsestos. La literatura en segundo grado*. Madrid: Taurus.
- Jenkins, H. (2009). If It Doesn't Spread, It's Dead (Part One): Media Viruses and Memes. *Pop Junctions* Recuperado de: http://henryjenkins.org/blog/2009/02/if_it_doesnt_spread_its_dead_p.html

- Jost, F. (2023). *Dígalo con memes. De la parodia al mundo digital*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: La Crujía.
- Kapferer, J. N. (1989). *Rumores. El medio de difusión más antiguo del mundo*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Emecé.
- Kien, G. (2019). *Communicating with Memes: Consequences in Post-truth Civilization*. London: Lexington Books.
- Knobel, M. & Lankshear, C. (2007). Online memes, affinities, and cultural production. *A new literacies sampler*, 29, pp. 199-227.
- Lakoff, G. (1990). *Women, Fire and dangerous Things. What categories reveal about the mind*. Chicago-London: The University of Chicago Press.
- Maestri, M. (2021). Sobre las hiperaudiencias. En iselli, R. & Valdetaro, S. (eds.), *10 años del CIM en sus textos* (pp. 179-191). Rosario: UNR Editora.
- Marino, G. (2020). Semiótica de la propagabilidad: un enfoque sistemático de las imágenes virales a través de Internet. *La Tadeo Dearte*, 6(6), pp. 22-55.
- Peirce, C. (1974). *Collected Papers of Charles Sanders Peirce*. Cambridge: Harvard University Press.
- Perelman, C. y Olbrechts Tyteca, L. (1989). *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*. Madrid: Gredos.
- Shifman, L. (2014). *Memes in Digital Culture*. Boston: MIT Press.
- Steimberg, O. (2005). *Semiótica de los medios masivos. El pasaje a los medios de los géneros populares*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Atuel.
- Traversa, O. (2001). Aproximaciones a la noción de dispositivo. *Signo y Seña*, 12, pp. 231-247. Recuperado de: <http://revistascientificas.filo.uba.ar/index.php/sys/issue/view/451>
- Vélez Herrera, J. I. (2015). Influyendo en el ciberespacio con humor: imemes y otros fenómenos. *Versión. Estudios de Comunicación y Política*, 35, pp. 130-146. Recuperado de: <https://versionojs.xoc.uam.mx/index.php/version/article/view/602/598>
- Verón, E. (1993). *La semiosis social*. Barcelona: Gedisa.
- Verón, E. (1995): Semiosis de lo ideológico y del poder. En *Semiosis de lo ideológico y del poder. La mediatización*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras-UBA.
- Verón, E. (2004). Ideología y comunicación de masas. Sobre la constitución del discurso burgués en la prensa semanal. En *Fragmentos de un tejido* (pp. 71-109). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Gedisa.

Verón, E. (2013). Lógicas sistémicas sociales y socioindividuales. En *La semiosis social* 2 (pp. 291-303). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Paidós.

Wiggins, B. (2019). *The Discursive Power of Memes in Digital Culture: Ideology, Semiotics and Intertextuality*. New York: Routledge.

Yus, F. (2018). Identity-related issues in meme communication. *Internet Pragmatics*, 1, pp. 113-133.

* Contribución de autoría: la conceptualización y el desarrollo integral del artículo fue realizado por la autora.

* Nota: el Comité Académico de la revista aprobó la publicación del artículo.

* El conjunto de datos que apoya los resultados de este estudio no se encuentran disponibles para su uso público. Los datos de la investigación estarán disponibles para los revisores, si así lo requieren.



Artículo publicado en acceso abierto bajo la Licencia Creative Commons - Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

IDENTIFICACIÓN DE LA AUTORA

María Elena Bitonte. Magister en Comunicación y Cultura, Universidad de Buenos Aires (Argentina). Docente-investigadora, Universidad de Buenos Aires y Universidad Nacional de Moreno (Argentina). Miembro, Comisión Directiva, Asociación Argentina de Semiótica (Argentina). Miembro, Centro de Investigaciones en Mediatizaciones, Universidad Nacional de Rosario (Argentina). Sus áreas de investigación son la semiótica de los medios, el análisis del discurso, la alfabetización semiótica, la pedagogía de la lectura y la escritura, los géneros de graduación y las prácticas educativas académicas. Es autora de artículos, libros, capítulos y materiales didácticos en dichas especialidades. Sus últimos trabajos versan sobre los procesos de mediatización y los memes en Internet y la cultura digital.