



Discurso & Sociedad

Copyright © 2020
ISSN 1887-4606
Vol. 14(3) 604-636
www.dissoc.org

Artículo

El meme y el sentido. Aspectos semánticos de la comunicación virtual

*The meme and the sense. Semantics aspects of
virtual communication*

*Oquitzin Leyva
Flor Micaela Ramírez Leyva
María del Carmen Anaya Corona
Universidad de Guadalajara*

Resumen

A través de un análisis cualitativo de memes con temática político-electoral de la campaña presidencial 2018 en México, y deportiva –la Copa mundial de fútbol de Rusia 2018–, buscamos demostrar el funcionamiento semántico-cognitivo de este tipo de mensajes, así como algunas especificidades enunciativas que evidencian dinámicas de lucha ideológica. Con el propósito de esclarecer el funcionamiento semántico de los memes, este trabajo ofrece un encuadre conceptual tanto del meme como de la teoría cognitiva que fundamenta al estudio (Fauconnier 1984, 1997, Fauconnier & Turner 1998), y propone enseguida un análisis de los componentes textuales de los memes considerando tres ejes: variabilidad, condicionamiento contextual, e irreverencia vinculada a la dimensión ideológica. Estos recursos permiten comprender mejor el juego de construcción semántica de los memes, que mediante la burla apuntan hacia una resignificación de los eventos.

Palabras clave: memes; semántica cognitiva; análisis del discurso; comunicación.

Abstract

Through a qualitative analysis of memes, selected from those that circulated in social networks with two specific themes: political-electoral - the 2018 presidential campaign in Mexico -, and sports - the 2018 FIFA World Cup in Russia - we seek to demonstrate the semantic-cognitive operation of this type of messages and some enunciative specificities that show dynamics of ideological struggle. With the purpose of clarifying the functioning of the memes and their publication as a discursive act, this work begins by making a conceptual framing of both the meme and aspects of the cognitive theory that underlie the study (Fauconnier 1984,1997; Fauconnier & Turner 1998;). The analysis of the components of the selected memes, to which a couple of examples are added, consider three axes: variability, contextual conditioning, and irreverence linked to the ideological dimension. These resources allow us to better understand the game of semantic construction of the indices of the memes, which through mockery point towards a resignification of the events.

Keywords: memes; discourse studies; cognitive semantics; communication.

Consideraciones iniciales sobre el meme

Contrario a lo que pudiese pensarse, el concepto “meme” no tuvo sus orígenes en el argot de la ciber náutica ni en el ámbito de la comunicación, sino en el de la antropología, cuando Richard Dawkins lo acuña en 1976, adaptando la palabra griega *mimema* (cf. “imitado”), para designar la unidad más pequeña de cultura que se transmite de persona a persona por copia o imitación.

“De la misma manera que la vida evoluciona por la supervivencia diferencial de los genes, –entidades reproductoras de los organismos vivos, sometidos a selección natural–, la cultura evoluciona mediante la supervivencia diferencial de replicadores culturales, a los que Dawkins llama “memes”... y que se someten también a un proceso de selección.”(Cortés, 1997: 2).

Las ideas, los conceptos, los slogans, las modas, las habilidades, las técnicas, las costumbres las melodías, son *memes*; unidades mínimas de información y replicación cultural. Similares a los genes, los *memes* experimentan **variación, competición, selección** o **retención**, y son solo aquellos más adaptados a su ambiente sociocultural los que logran ser transmitidos exitosamente, mientras los otros, –propone Dawkins (2000)- se extinguen. Al emplear postulados de la teoría biológico-evolucionista para tratar de comprender al ámbito cultural, el darwinismo social de Dawkins entiende al *meme* como principal agente responsable de la transmisión cultural en el ser humano. Según su argumento, los discursos de la cultura se reproducen por enseñanza, imitación o asimilación, y las ideas “como virus se transmiten de un cerebro a otro”.

Si bien el encuadre habría de enfrentar algunas críticas, principalmente en torno a su visión acaso “deshistorizante” de la transmisión cultural, los conceptos de **fecundidad** (el *meme* produce copias), **longevidad** (el *meme* dura en el tiempo), **fidelidad** (el *meme* repite algún patrón) y **variabilidad** (el *meme* hace variar algo de ese patrón), han sido ellos mismos perdurables, e impulsado el desarrollo de la teoría.

Destacan publicaciones como las de Susan Blackmore (1999), Francis Heylighen y Klaas Chielens (2009), cuya línea sobre memética varios investigadores continúan hoy día alimentando con datos provenientes de las más variadas disciplinas, como la genética, la socio-biología, la lingüística y la etología. Tales desarrollos inspirarían ulteriores abordajes que entienden como *memes* a aquellos objetos culturales y mensajes visuales del ciberespacio, inexistente en los años 70, cuando Dawkins propusiera su teoría.

Pérez, Aguilar y Guillermo (2014,) y Pérez (2017), describen a los *memes* como unidades culturales con una nueva iconografía que desborda las redes sociales. Conjunciones de imágenes fijas y texto la mayor de las veces, pero también vídeos, siempre y cuando sean difundidos por internet en un contexto de consiliencia y utilicen la parodia, la ironía, el sarcasmo o la sátira. Valerse del humorismo y la creatividad para ridiculizar momentos anecdóticos, se ha convertido en un estilo común de los memes de hoy (cf. Martínez, 2014). La consiliencia se define como la disposición para unir conocimientos e información con el propósito de crear un marco unificado de entendimiento (Gómez, 2001). Para Shifman (2014), algunas características relevantes de los *memes* son contenido, forma y postura. El primero refiere a la idea e ideología; la forma, a la representación física percibida por los sentidos (visual y audible); y la postura es relativa a la propia función comunicativa.

Encuadramiento conceptual

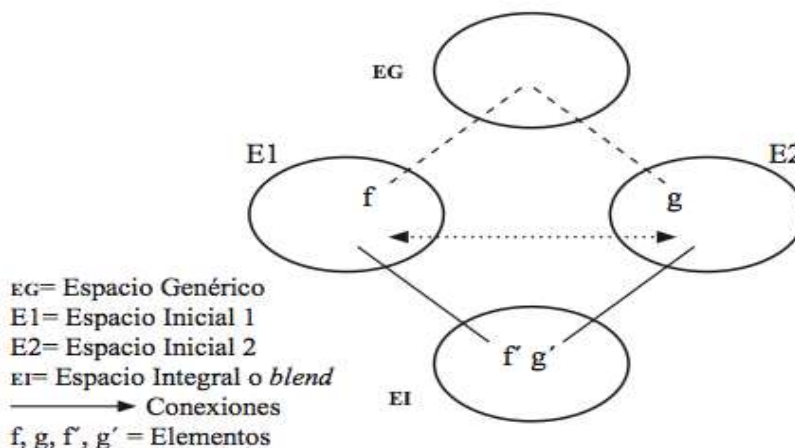
Desde nuestra perspectiva, el posteo o publicación de memes puede ser entendido como un acto discursivo, y los memes como proposiciones articuladas de índices audio-escripto-visuales que orientan la generación de sentidos inferenciales. En estos términos, nos parece que los memes funcionan semánticamente de manera similar a los spots audiovisuales (Leyva, 2009) y, de manera más general, a los discursos verbales (Fauconnier, 1984; 1997). Para la teoría cognitiva a la que nos alistamos, el sentido inferencial es un proceso de construcción mental constante, un flujo secuencial de configuraciones geométricas fugaces que se van desplegando, elaborando y modificando en nuestro panorama representacional, a medida que ejecutamos las instrucciones proporcionadas por los índices del discurso y la interacción. Tales índices guían o sub-determinan **mapeos e integraciones conceptuales** –*mappings* y *blendings*– (Fauconnier, 1997, Fauconnier & Turner 1998) entre entidades representacionales, sean ya dominios cognitivos (Lakoff & Johnson, 1985) o bien, entre **espacios mentales**, y con ello la elaboración y desarrollo de inferencias.

Según Coulson (2000:1), en tanto unidades mínimas de la construcción cognitiva, los espacios mentales son paquetes conceptuales, pequeños y modificables, que contienen “una representación parcial de elementos y de relaciones propias a un escenario preciso, construido por el locutor”: representaciones de personas, cosas, entidades, etc. que “habitan” tales

espacios, y que están relacionados entre ellos mediante estructuras semánticas o *frames*, similares a los establecidos por Fillmore (1982).

Estos *frames* atribuyen a los elementos relaciones jerárquicas funcionales, designan propiedades, identidades, valores y roles a cada elemento, y permiten identificar su posición en una red de diferenciaciones. Los *frames* dependen de dos factores: los dominios conceptuales y los modelos cognitivos idealizados (MCI); y el contexto local (Fauconnier & Turner (1998)).¹

En este cuadro, los *memes* funcionan, –buscamos demostrar–, como un conjunto de índices discursivos que no únicamente orientan la “**introducción**” de tales espacios en el panorama cognitivo de los sujetos, la de sus elementos y la de sus *frames*. Además, sub-determinan **la conexión** de estos espacios y elementos a otros similares introducidos por el mismo *meme* u otros *memes* previos, y con ello su **integración** conceptual: operación madre de la construcción del sentido. Del anglicismo *blending* (Fauconnier, 1997; Confalonieri & Kutz, 2019), que en castellano significa “combinar, mezclar”, la integración conceptual consiste precisamente en una serie de intercambios y transformaciones de estructuras semánticas o *frames* al interior de una configuración conformada por cuatro espacios mentales (ver Esquema No. 1): dos iniciales o de entrada (E1, E2 o más) -a menudo introducidos por los índices discursivos-, un genérico (EG) y un integral o blend (EI). Cada una de estas entidades cognitivas desempeña una función específica en la configuración.



Esquema No. 1

Fuente: Elaboración adaptada de Fauconnier (1997) y Fauconnier & Turner (1998)

Dicha tipología asigna a los espacios una función y propiedades particulares ligadas a la estructura donde se integran. Los dos espacios de entrada o iniciales (E1 y E2) están ligados por una aplicación *mapping* o correspondencia cognitiva. Estos espacios iniciales son a menudo introducidos por los índices del discurso. Por el contrario, el Espacio Genérico (EG), jamás introducido por el discurso, no posee ni elementos ni estructuras propias, sino que se articula de la estructura que es común a los dos espacios iniciales. Y que precisa procesos de abstracción del *frame* de los iniciales, para lograr hacerse común. (Confalonieri & Kutz, 2019). Finalmente tenemos al Espacio Integral (EI) o *blend*, que se articula con la proyección irregular y selectiva de algunos elementos de las entradas iniciales E1 y E2 y de sus *frames*. El *blend* es también el lugar de producción de elementos y de *frames* conceptuales nuevos, gracias a procesos como la **composición**, **compleción** y la **elaboración**. El espacio integral puede ser introducido por las frases del discurso.

Cuando una plataforma de integración conceptual ha sido discursivamente habilitada, el *frame* de uno de los espacios introducidos “viaja” (cf. se proyecta, se hereda) hacia las demás entidades interconectadas, enriqueciéndose en su transcurso de estructuras que emergen de procesos como la composición, la compleción o la elaboración. Estas tres operaciones principales se refieren a lo siguiente, la composición es un proceso que implica la yuxtaposición de informaciones provenientes de diferentes espacios. La compleción se produce cuando la activación de ciertos elementos de un dominio cognitivo o de un *frame*, conlleva a la activación de otros elementos del mismo dominio, que sin embargo no fueron habilitados en un principio. Ello permite la reconstitución del *frame* y de todo el modelo cognitivo. Finalmente la elaboración trata de una forma de extensión de la compleción, proveniente de una “simulación mental” (cf. *mental simulation*) de diversos tipos de interacciones físicas y sociales con el mundo, así como de la misma red de integración levantada por el discurso (Fauconnier, 1997; Leyva, 2013, 2018; Ramírez & Ruales, 2016; Confalonieri & Kutz, 2019²).

De esta manera, el juego semántico del meme consiste en elaborar una amalgama de textos pero sobretodo de entidades cognitivas, que mezclan pero más bien alientan la producción de sentidos nuevos.

Demostrar lo anterior, en el análisis del meme político, reviste a nuestro parecer una triple importancia y justificación. La primera, de orden teórico-metodológico, porque el ejercicio permite abonar a la universalidad postulada de las operaciones cognitivas, que han sido estudiadas en su relación con el discurso verbal (Fauconnier 1984, 1997; Fauconnier & Turner, 1998) y el

discurso audiovisual del spot (Leyva, 2009); Analizar estas operaciones ahora en relación al discurso escrito-visual del meme, contribuye – mediante resultados convergentes- a la elaboración de una Gramática Cognitiva Universal (R. Langacker, 1987), que busca los principios comunes del pensamiento. Cabe en esta medida preguntarse ¿de qué manera los memes guían las operaciones mentales de construcción semántica? ¿Coinciden en algo con la manera de operar de los audiovisuales y del discurso verbal? ¿En qué se diferencian?

En un segundo momento, el cálculo inferencial aquí propuesto permitirá conocer algunos sentidos sub-determinados por los memes durante la campaña presidencial mexicana 2018, para compararlos, en un estudio complementario, con inferencias subdeterminadas por otras campañas de comunicación política en diversas latitudes.

Finalmente, el ejercicio es relevante porque nos permite no sólo evaluar los alcances y las limitaciones de la teoría y herramienta para abordar este nuevo objeto de estudio, sino también porque contribuye a esclarecer algunos aspectos de la comunicación virtual o mediada por internet que prevalece en las interacciones humanas de hoy en día.

Criterios de selección de memes

A partir de un monitoreo de cuentas de Facebook y WhatsApp iniciado cuatro semanas antes de las elecciones presidenciales del 1 de Julio 2018 en México, y dos semanas previas a la celebración del mundial de futbol “Rusia 2018”, se procedió a una selección preliminar de 50 memes que tuvieran los atributos idóneos para identificar tanto el funcionamiento del proceso semántico-cognitivo que subdeterminan, como sus implicaciones en términos de posicionamiento ideológico.

De ese conjunto, seleccionamos once que nos parecieron más emblemáticos, en tanto permiten demostrar con claridad algunas especificidades cognitivas **coincidentes en varias ocurrencias del corpus**, así como ciertas dinámicas de lucha ideológica a menudo presente en este tipo de mensajes. Se trata por tanto de un análisis de corte *cualitativo*.

Del universo seleccionado revelamos las fuentes de dos ciberenunciarios que los postearon y autorizaron su aparición en la edición. Aunque no logramos autorización por parte de los demás para revelar sus identidades, se ofrece aquí un enlace a otros portales web y blogs que también subieron dichas imágenes.

Varios de los memes del corpus, debemos además apuntar, son re-posteos de los difundidos en el grupo de Facebook “Campechaneando YOUTUBE”³. Por la época de la campaña, este tipo de redes creadas *ad hoc* posteaban *memes* tanto a favor como en contra de uno u otro candidato político, con el objetivo de que sus seguidores los tergiversaran, o se burlaran de ellos mediante nuevas creaciones meméticas. Los memes correspondientes al tema deportivo del mundial Rusia 2018, fueron elegidos de las mismas redes sociales, por selección de conveniencia.

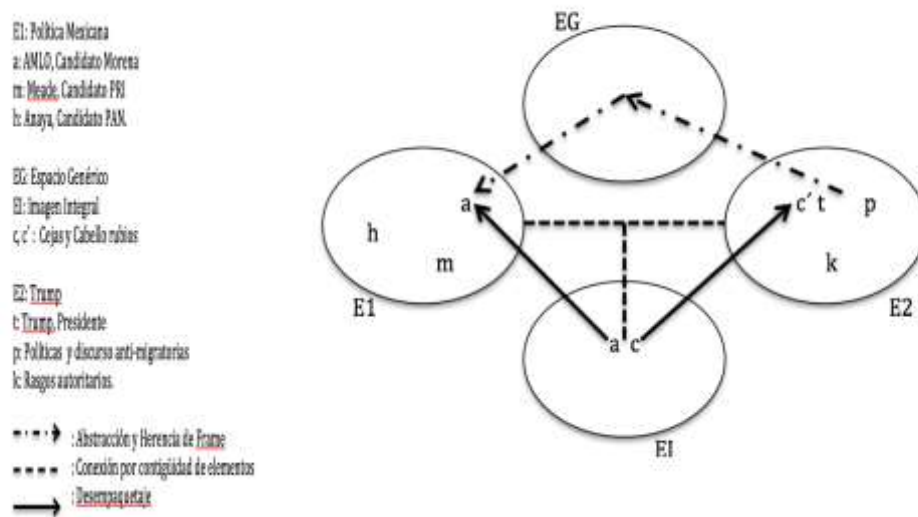
Praxis analítica. A) Variabilidad y subdeterminación cognitiva en los Memes

Una pronta revisión de la literatura concerniente al *meme*, ubica a la *intertextualidad* como una de sus características fundamentales, pues consiste en una repetición de discursos, una paráfrasis, la apropiación del enunciado de un “otro” y con ello su re-significación. En las ocurrencias meméticas siempre hay algo que conecta a las copias con los originales, y al mismo tiempo, alguna variación que los diferencia. El juego consiste pues en la imitación y la **variabilidad**, en la apropiación y modificación o recreación de textos sobre un determinado tema. Ello es palpable en los memes 1, 2 y 3.

	
<p>Meme N°1⁴ http://milenio.com</p>	<p>Meme N°2⁵ http://lapalabrapolitica.mx</p>
	<p>Imágenes de Andrés Manuel López Obrador durante el proceso electoral de 2018, como candidato a la Presidencia de México.</p>
<p>Meme N° 3⁶ http://www.mientrastantoenmexico.mx</p>	

Durante la campaña presidencial 2018 en México, dos diferentes líneas discursivas de ataque eran constantemente citadas por los comentaristas de diversos medios de comunicación favorables al eje PRIsta-PANista. Aquella que “acusaba” al entonces candidato Andrés Manuel López Obrador (AMLO) de “Comunista”⁷, y otra que lo mostraba como “Trumpista”⁸. Los memes N°1 y N°2, son las materializaciones visuales de dichas propuestas.

En términos cognitivos, los índices buscan sub determinar un *mapping* entre dos entidades mentales (ver Esquema No. 2). Por un lado el espacio E1, que podemos identificar con Política Mexicana que incluye a los candidatos AMLO (a), Mead (m) y Anaya (h), y por el otro, el espacio de entrada E2, variaba en función de los índices discursivos. En el caso del meme N°1, por ejemplo, los cabellos (c) y cejas rubias (c’) despliegan eventualmente el espacio mental “Trump” (t). Ello dependerá del reconocimiento de rasgos mínimos, -en este caso el color de las cejas y el cabello rubio-, como índices capaces de desplegar tal entidad mental en el panorama cognitivo. No creemos que haya sido difícil para los cibernautas llegar al despliegue de tal espacio, pues Trump, sus cejas y su copete, eran por aquella época reconocibles por un gran número de mexicanos (la *cible* o enunciatario ideal de este meme)⁹.



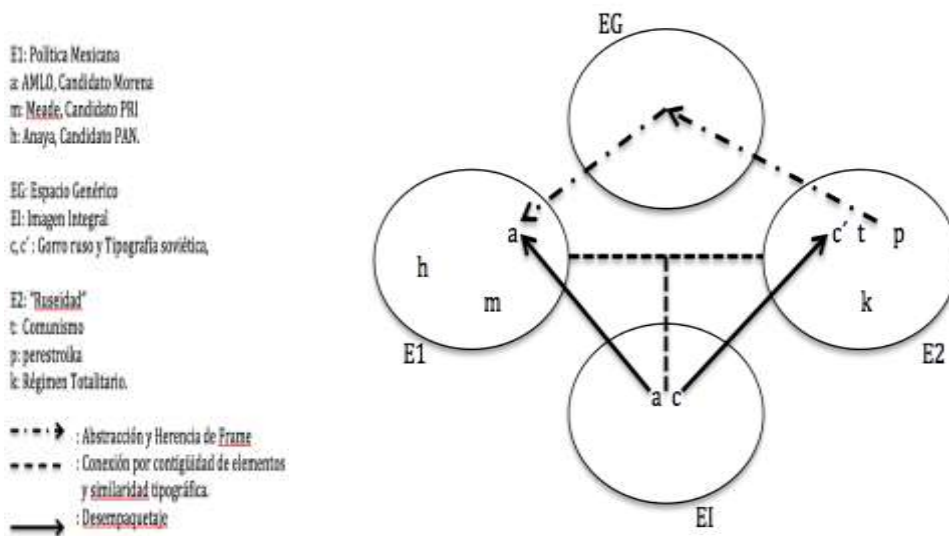
Esquema No. 2

Fuente: Elaboración propia a partir de Fauconnier (1997) y Fauconnier & Turner (1998).

La conexión cognitiva o *accesibilidad* es lograda mediante la *contigüidad* de los elementos (la cara de AMLO y las cejas/cabello de Trump. Elementos juntos tienden a ser vistos como uno solo), lo cual permite el *desempaquetaje* de ambos espacios (cf. *unpacking*), y la proyección de estructuras semánticas de E2 a E1. Tal *direccionalidad* es subdeterminada por los índices gramaticales; la frase “a ver ji ají gano”, hace alusión al estilo de hablar *tabasqueño* del entonces candidato AMLO (a), en la cual substituyen las s por j, y refuerza a este elemento como *blanco* cognitivo de la configuración.

Las estructuras proyectadas de E2 a E1 variarán en función de los conocimientos de trasfondo que cada ciberenunciario tenga sobre Trump. En realidad, lo que semánticamente importa a esta propuesta política hecha meme es solidificar la conexión de ambos actores políticos, y transferir aquella aura “negativa”, xenófoba y autoritaria que el presidente norteamericano había ganado durante aquel tiempo, amenazando, señalando a través de los mass media internacionales a los mexicanos, -a esos “*bad hombres*”¹⁰-, por quitar los empleos a sus connacionales.

El meme N°2 (Esquema No. 3), propone un desempaquetaje e integración conceptual similares al anterior, con la diferencia de que el espacio de entrada E2 es, en esta ocasión, subdeterminada por el gorro ruso que porta el candidato AMLO, las tonalidades rojas de imagen y la tipografía cuadrada que señala “*Pejestroika*”¹¹, similar a aquella que en los años 80 del siglo pasado anunciaba a la “*Perestroika*” de Gorbachov (i.e. reestructuración).



Esquema No. 3

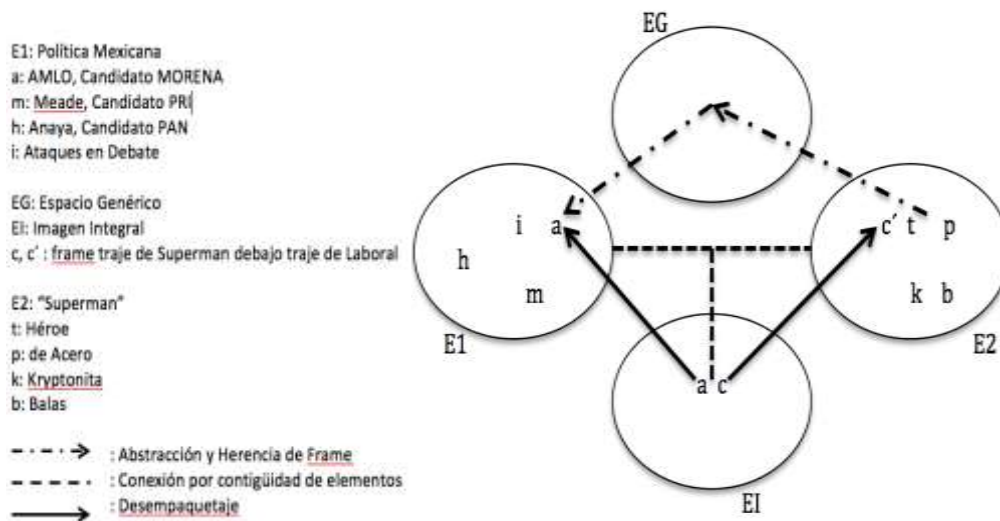
Fuente: Elaboración propia

La conexión nuevamente indexada aquí por **contigüidad** de elementos (cara de AMLO y gorro ruso), pero también por **similitud de tipografía, y por cercanía lexical**, mantendrá a los espacios E1= Política Mexicana y su elemento AMLO y E2= "Ruseidad" ligados, permitiendo el **desempaquetaje** de los espacios iniciales correspondientes, y la consecuente proyección de estructura de E2 a E1.

El éxito comunicativo de este meme, reposa en la conexión Ruseidad = Comunismo/socialismo, ligado también a un *frame* de Régimen Totalitario, ampliamente difundido en los medios de comunicación mexicanos, principalmente por los comentaristas y periodistas "a sueldo" que por esos días utilizaban sus micrófonos para vincular a AMLO también al socialismo venezolano, mediáticamente ya tildado en México de dictadura¹². Nuevamente, el juego propuesto por el meme se basa en su compleción (cf. *completion*) con estructuras semánticas provenientes de otros discursos y eventos de campaña, transmitidos por los diarios, la radio y la televisión.

El meme N°3 (Esquema No. 4), y el despliegue del espacio mental E2 "Superman", pone en juego al *frame* que cada espectador tenga acerca del superhéroe, y particularmente, para aquellos cibernautas que conozcan la

historieta o hayan visto la película, el *frame* de que “a Superman, el hombre de acero, le rebotan las balas”.



Esquema No. 4

Fuente: Elaboración propia, a partir de Fauconnier (1997) y Fauconnier & Turner (1998)..

Este meme fue posteo en vísperas del último debate presidencial, en el cual se preveían ataques conjuntos por parte de los candidatos del PRI, PAN y PRD, contra el puntero, AMLO del Movimiento de Regeneración Nacional (MORENA) tal como había sucedido en los dos debates previos. Aquí el cibernauta parece invocar las fuerzas supra naturales del héroe cinematográfico, y transmitir este *frame* al candidato López Obrador, quien en estos términos se vuelve acaso un “héroe político”, al que le rebotarán los ataques de sus adversarios.

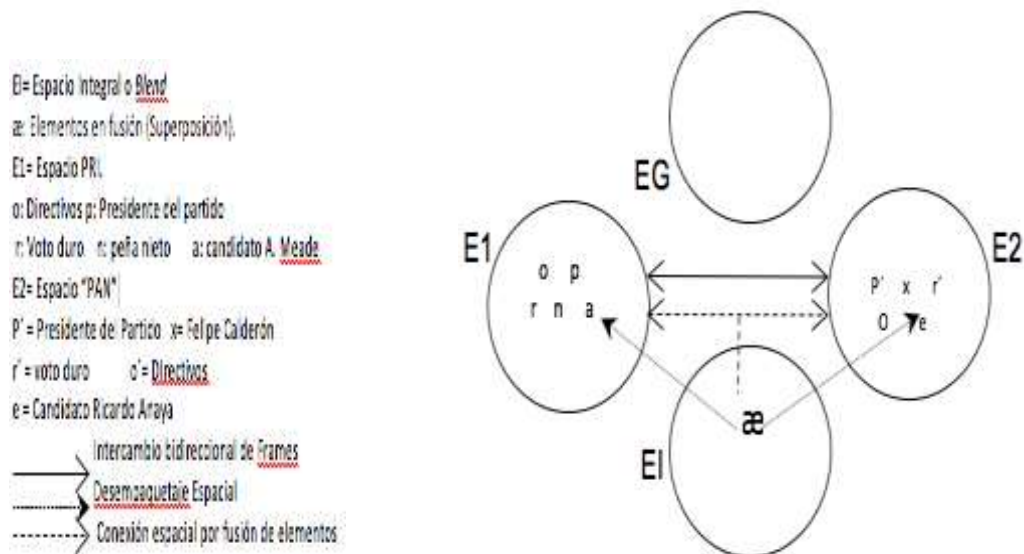
Resulta plausible pensar que la *variabilidad* del meme, es decir la constante apropiación y modificación de formas como su característica fundamental, permite la emergencia paulatina de un yo discursivo (Yus, 2018). A partir de las variaciones que el cibernauta realiza en los discursos, parafraseados en sus *memes*, va haciendo emerger su Yo. Se trata de una gradual construcción discursiva del *ethos* y de su reafirmación a un *like* de distancia. Tal como puede verse en los casos de los memes N° 1, 2 y 3, su posteo permite inferir, al menos parcialmente, las creencias de los cibernautas acerca de AMLO, y su posible filiación a favor o en contra de este candidato.

La identidad de los sujetos sociales, en este caso los usuarios y sus avatares o simulacros discursivos mediados en redes (los ciberenunciarios), no está dada, ni es definitiva, sino que va construyéndose a través de las interacciones (Yus, 2018). Podemos entonces pensar que los sujetos articulan en continuidad su “yo” a partir de pequeñas piezas de un rompecabezas, cada una el resultado cognitivo generado durante la interacción con el “otro”¹³. Las interacciones virtuales, incluidos los memes, serían parte de tal construcción.

E meme N°4, para regresar a nuestro corpus, propone un proceso cognitivo similar a los anteriores. Lo que es introducido por los índices visuales es el Espacio Integral (EI) o *blend*, con la presentación de un elemento-personaje compuesto por la *fusión visual* de dos elementos cognitivos previos (æ).

	<p>Imagen fusionada de José Antonio Meade Kuribreña (Imagen FOTO N°1). Candidato a la Presidencia de México, en las elecciones de 2018, por la Coalición “Todos por México” y Ricardo Anaya Cortés (imagen FOTO N°. 2) candidato presidencial por el PAN, en las mismas elecciones.</p>
<p>Meme N°4 http://www.Facebook.com/Eder.alcantara.3</p>	
	
<p>Imagen N° 1 http://es.wikipedia.org</p>	<p>Imagen N° 2 http://www.plubimetro.com.mx</p>

Los participantes-enunciarios lograrán reconocer, en el meme N° 4, la nariz y mentón del candidato del PRI Antonio Meade (Imagen 1), y los ojos, lentes y calva del candidato del PAN, Ricardo Anaya (Imagen 2). La percepción de esta **fusión visual** de elementos (Esquema No. 5), permite el desempaqueaje de los espacios mentales iniciales PRI (E1), y PAN (E2) así como su conexión, y el consiguiente intercambio de sus estructuras semánticas.



Esquema No. 5

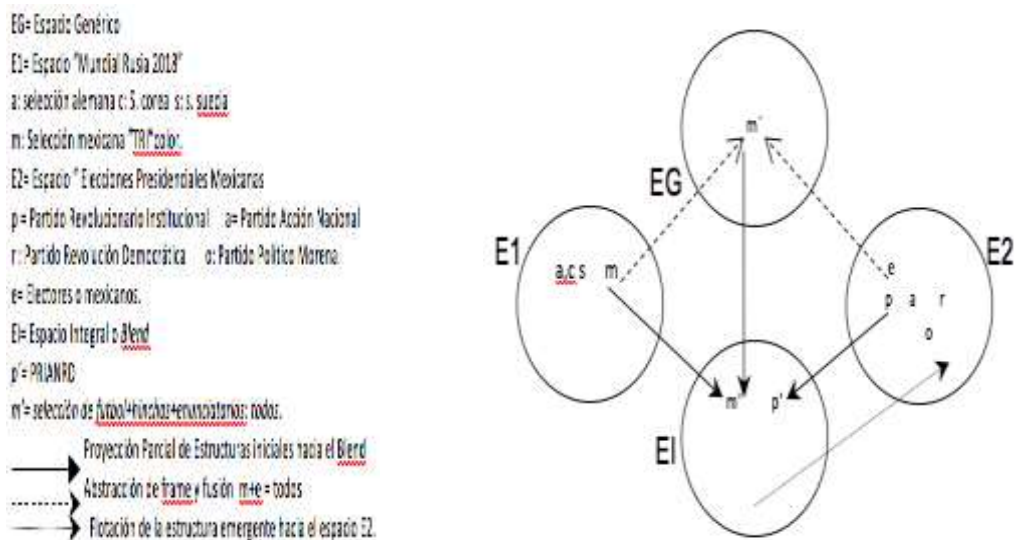
Fuente: Elaboración propia a partir de Fauconnier (1997) y Fauconnier & Turner (1998).

La inferencia sub determinada por el meme es simplemente la unión de lo que varios analistas políticos y el mismo candidato AMLO presentaban entonces en sus declaraciones como el "PRIAN" (PRI+PAN)¹⁴. Podemos ver en este ejemplo que el cibernauta llegó a la misma conclusión, según el encabezado del meme. No sólo se conectaron e integraron cognitivamente los elementos-personajes, sino las entidades políticas completas.

En el meme N° 5 puede observarse una fusión distinta a las anteriores, donde intervienen nuevos elementos relacionados con eventos o espacios mentales de actividad (Fauconnier 1984), vinculados aquí al de la política y al del fútbol.



Mediante la presentación de un calendario de fechas futbolísticas que marca los encuentros de selección nacional en primera fase del mundial, este *meme* introduce el espacio mental “Mundial Futbol Rusia 2018” (E1), cuyos elementos son justamente los equipos y jugadores, y cuyo *frame* es la narrativa que va teniendo la justa deportiva (Esquema No. 6). En cuanto los participantes leen los índices gramaticales “Jul 1 México vs PRIANRD”, se logra una **incongruencia**, pues el elemento PRIANRD –representativo de la complicidad de los partidos políticos PRI-PAN-PRD- no pertenece al espacio E1, sino al Espacio Integral (EI). Ello alienta la introducción del espacio mental (E2) “Elecciones Presidenciales México 2018” o simplemente “Política Mexicana”, con sus elementos, los partidos políticos PRI, PAN, PRD y los candidatos, y sus *frames*, los eventos que van sucediendo durante la contienda electoral.



Esquema No. 6

Fuente: Elaboración propia a partir de Fauconnier (1997) y Fauconnier & Turner (1998).

Diversas conexiones entre elementos de estos dos espacios (EG y EI) del meme No. 5, operan en la configuración. La primera, selección mexicana "Tri" color = los hinchas = los mexicanos = México, es lograda por relación metonímica. La segunda conexión, PRIANRD=ratas= ladrones, surge desde (E2) como *frame* del discurso *morenista* (del Partido MORENA, creado por AMLO) difundido por varios medios de comunicación.

La colocación del elemento gramatical PRIANRD en la columna derecha, reservada en el meme para los adversarios de la selección de fútbol (Selección de Corea, Suecia, Alemania), permite una atribución automática del *frame* "adversario" hacia el elemento PRIANRD, quien en estos términos se vuelve no solo oponente de la selección nacional de fútbol, sino de los hinchas de México y en general de todos los mexicanos. Se logra hacer del PRIANRD "rivales a vencer por los mexicanos", según la dinámica cognitiva propuesta por los índices escrito-visuales del mensaje. La inferencia fundamental subdeterminada por este *meme* es, no obstante, la naturalización del PRIANRD como un solo concepto unitario, es decir, la complicidad de los partidos políticos PRI-PAN-PRD (=p' en EI).

La reiterada mezcla de espacios mentales "política" y "fútbol", podría conducirnos a postular que en la "cultura mexicana" existe algún tipo de conexión permanente entre estos espacios, cuyo *frame* y forma de operación la

red serían compartidos por amplios sectores mexicanos, y utilizado en la comprensión de sus intercambios. Se precisa un muestreo mas amplio para poder demostrar tal afirmación y hablar de una cultura mexicana unitaria. Más que tratarse de una metáfora cognitiva (Lakoff & Johnson, 1985), enraizada en la mente de todo el que nace en México, la recurrencia de la conexión política-fútbol en nuestros memes, nos parece ser una reacción de los enunciatarios a las prácticas discursivas habituales de la política mexicana. En efecto, lo que históricamente ha sucedido en México, aunque ello no es ninguna particularidad exclusiva del este país, es que el fútbol ha sido siempre entendido mediáticamente como forma de distracción del debate político. Durante la “era de la televisión” (desde los 60’s hasta principios del 2000), en México no era extraño que un gran “clásico” o partido estelar de fútbol, tuviera lugar precisamente el día de las elecciones, y fuera emitido por la televisión a la misma hora de los comicios. De manera curiosa e inversa, en este meme no se utiliza al fútbol como distractor de la política, sino al contrario, para promover el voto. El cibernauta revertió la vieja fórmula. Asoma ya desde aquí, el carácter subversivo del meme (ver Infra. Praxis analítica C).

Una recurrencia más de la conexión cognitiva política-fútbol es invocada por el meme N° 6, donde también se incorpora el espacio mental Mundial de fútbol “Rusia 2018” (EI), mediante la presentación de la entrevista a “Memo” Ochoa, portero de la selección mexicana de fútbol, efectuada al final del partido contra Alemania.



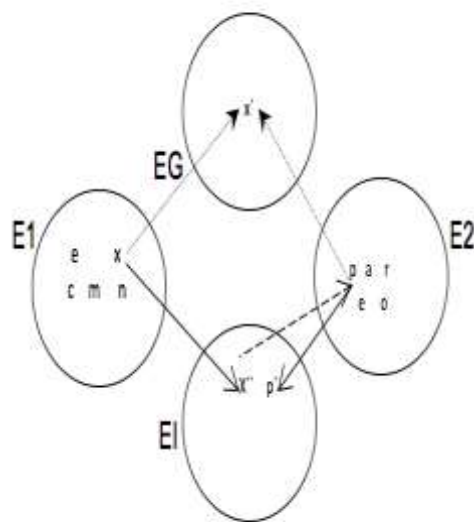
Meme N°6
<http://www.Facebook.com/Eder.alcantara.3>

Cuando el enunciatario lee la línea: “El PRI sin duda”, se logra nuevamente una **incongruencia** que incorpora el espacio mental “Elecciones Presidenciales México 2018” (o simplemente “política mexicana” E2), **introducción**

E1= Espacio “Mundial Rusia 2018” o “Fútbol”.
 e: equipos nacionales x: el partido sufrido de memo
 c: árbitros n: entrevistas mediáticas m: memo ochoa
 EG= Espacio Genérico
 X': "partido que hace sufrir"
 E2= Espacio "Elecciones Presidenciales Mexicanas o Política Mexicana".
 p= Partido Revolucionario Institucional a= Partido Acción Nacional
 r= Partido Revolución Democrática o= Partido Político Morena
 e= Electores o mexicanos.
 E= Espacio Integral o Blend
 x'= que hace sufrir p= PRI

→ Proyección Parcial de Estructuras iniciales hacia el Blend
 → Abstracción de frame.
 → Retroproyección automática de "que hace sufrir"

gramatical lograda por el elemento PRI.



Esquema No. 7

Fuente: Elaboración propia a partir de Fauconnier (1997) y Fauconnier & Turner (1998).

La introducción de este espacio es también indexada o al menos reforzada por la ambigüedad semántica del índice gramatical “*partido*”, pues –en castellano– éste puede hacer referencia tanto a un juego deportivo (el de fútbol en este caso), como a una organización política (como el Partido Revolucionario Institucional, PRI). Es justamente esta **sinonimia gramatical** la que asegura la conexión cognitiva entre los dos espacios mentales levantados (tanto en E1, como en E2 existen “partidos”), pero también la que permite la abstracción en el espacio genérico de la estructura semántica “que hace sufrir” (x’ en E1), y su **doble atribución automática** tanto a algún partido “X” de fútbol sufrido por Ochoa (en E1), pero sobre todo al PRI (en E2). La inferencia buscada por el *meme*, es justamente hacer de esta organización política “*algo que hace sufrir a la gente*”, incluso al héroe futbolístico del momento. Nuevamente, en este *meme* el cibernauta revierte la relación, utilizando el tema futbolístico para hablar de la política y no para eludirla.

Praxis analítica. B) Condicionamiento contextual en los memes.

Allende las dinámicas de mapeo e integración conceptual identificadas en los memes anteriores, se ha hecho además evidente que una de las condicionantes para que el juego del *meme* sea comunicativamente exitoso, es el conocimiento compartido de informaciones contextuales y de *frames*, en tanto “memoria social” o conocimientos locales compartidos. Al respecto, coincidimos con Botelho (2015), y con Yus (2018), quienes hacen hincapié en que para una correcta interpretación del texto e imagen, algunos *memes* demandan, por parte del usuario, un conocimiento muy específico acerca de noticias, novedades o eventos especiales compartidos con la comunidad.

Tal es el caso del *meme* N° 7, que nos presenta a Guillermo Ochoa, guardameta de la selección mexicana de fútbol, vestido no con su uniforme deportivo, sino con un traje formal, en la portada de la revista *Time* con el texto de “*SAVING MEXICO*”. Postado en los siguientes días del memorable partido de la Copa mundial de Rusia, 2018, este *meme* constituye sin embargo una apropiación y modificación de la portada de la revista *Time*, salida años antes (Febrero 2014, Imagen No. 3).

	
Meme N°7 http://wwwcolimamedios.com	Imagen N° 3 http://content.time.com/time/covers/

El meme en cuestión va adquiriendo diferentes grados o capas de sentido conforme el frame sobre el elemento-personaje en la imagen, y sobre el contexto enunciativo, es más extenso. Un cibertauta que no vea fútbol y no reconozca quién es el sujeto de traje del meme N°7, simplemente construirá el sentido de que es un joven importante que está salvando al país. Para esta construcción de sentido, el *frame* invocado y proyectado en las configuraciones construidas, serán los conocimientos que el cibernauta tenga acerca de la revista *Time* (por ejemplo, que dedica portadas a personajes sobresalientes).

Un sentido muy diferente será construido si un cibernauta llegó a ver años antes y recuerda la portada específica del *Time* (Imagen No. 3), donde el entonces Presidente de México, Enrique Peña Nieto, era presentado como el estatista de talla mundial de moda, y que con sus reformas estructurales estaba “Salvando a México”.

Una capa de sentido aún más específica, emergerá si un cibernauta no únicamente recuerda la revista mencionada, sino que también considera que el meme está siendo posteado justo en el momento de una elección presidencial, paralela a un mundial de fútbol. En este caso entendería al meme como una propuesta, acaso irónica, de mejor votar por el futbolista que por cualquier otro candidato de los que estaban en ese entonces en campaña. Tal inferencia hacía “presidenciable” al portero de la selección de fútbol (¡). Este sentido encontraba por cierto eco en otros memes también posteados por las mismas fechas:



Podemos entonces hablar de grados de entendimiento entre los participantes, – entre quienes *postean* y quienes ven el *meme*-; gradualidad que dependerá de la coincidencia de las **estructuras semánticas** o **contextuales** (Sperber y Wilson, 1994), habilitadas o movilizadas por los participantes para la construcción del sentido. Algunos cibernautas reirán más que otros, dependiendo de la extensión y coincidencia de sus *frames* (Fillmore, 1982). Una “buena comunicación”, en términos cognitivos, puede definirse justamente como la coincidencia o similitud entre los *frames* movilizadas por los participantes, en este caso los cibernautas, durante sus intercambios comunicativos.

Los memes adquieren su sentido más fulgurante durante el efímero contexto de su enunciación, pues se trata de proposiciones a menudo planteadas como *reacciones* a eventos específicos del contexto mismo, cuyos *frames* son difundidos por otros medios como la televisión, la radio o la prensa. A medida que el contexto se transforma con el tiempo, el meme todavía puede generar sentidos, aunque las configuraciones serán cada vez más débiles y acaso adaptables a nuevos contextos. Podemos decir en esta medida que el meme es efímero, y que es mejor comprendido al momento efervescente de su producción y posteo, cuando los *frames* en los que se apoya están todavía vigentes y vibran en el ambiente mediático-virtual.

Cabe como apéndice destacar, dicho compartir de conocimientos contextuales podría tener ciertas retribuciones para los cibernautas a nivel interaccional o de relación. En efecto, el conocimiento *c o m p a r t i d o* del contexto necesario para entender los *memes*, hace a los cibernautas conscientes de pertenecer a un grupo “específico” que posee tal o cual información (e.g. “solo un mexicano puede comprender esto”). De esta manera, la dinámica del

meme contribuye a la construcción virtual de una identidad colectiva y, con ella, al establecimiento de criterios de inclusión/exclusión (i.e. los que entienden y los que no, los que concuerdan con la idea y los que no).

Praxis analítica. C) Lo irreverente e ideológico en los memes

Otra de las características fundamentales y recurrentes en los memes seleccionados, fue precisamente su búsqueda de comicidad. En ellos, se pretende mirar al mundo desde una perspectiva cómica, y se evidencia a la vez la intención del enunciador por provocar la risa de los demás usuarios. La hilaridad ha sido señalada por los especialistas, como una de las principales características de los *memes* (Botelho, 2015; Yoon, 2016; Yus, 2018) y una importante arma de campaña electoral¹⁵.

En cualquiera de las manifestaciones del meme, ironía, parodia, sarcasmo, sátira, exageración o absurdo, tal comicidad parece formar parte substancial de su literacidad y de su pacto enunciativo, pues conforma las expectativas del enunciatario: comprender un *meme*, implica sobre todo entender el chiste, y reír. Algunos autores consideran tal comicidad como inherente a la dinámica de apropiación/modificación del meme, aunque no exclusivo de él, pues **la repetición con diferenciación** es justamente lo que hace posible a la parodia: “una confrontación textual que fija la diferencia a través de la semejanza” (Botelho, 2015:121); y, en términos visuales, –agregaremos–, a la caricatura, incluida aquella de orden político.

Para Yus (2018), los efectos de hilaridad son importantes en la medida en que permiten a los cibernautas hacerse más conscientes del “otro”, así como de detectar las convicciones y ópticas acerca del mundo por ambos compartidas (*mutualities*). Con ello, se refuerzan, –demuestra el autor, el sentimiento de pertenencia a un grupo, y los lazos de solidaridad entre los miembros (*bonding*).

El sentirse parte de una comunidad, y ser aprobado por ella a través de *likes*, *comments* y re-posteos, permitiría –podemos aquí extrapolar la propuesta de Yus– reducir la soledad, o al menos la sensación de soledad. Cohesión y consciencia de grupo serían tras bambalinas el verdadero motivo del *meme*, una suerte de ciber ritual para atenuar la vacuidad del mundo contemporáneo. Solo otro tipo de diseño investigativo y muestreo nos permitirían generalizar lo anterior.

Desde nuestra perspectiva y en virtud de las observaciones a nuestro corpus, la hilaridad del meme reviste además otra importancia fundamental, y

es que la risa permite una toma de distancia de lo que ha dicho o dice el Otro, y mejor aún, de aquello que propone la discursividad mediática, legitimada y/u oficial.

Scott (2000) afirma en este sentido que la sátira y la burla son instrumentos clave para expresar opiniones políticas y para formular críticas hacia el poder. Tal idea tiene relación con aquella otra, propuesta por Umberto Eco en su novela medieval *El Nombre de la Rosa*, (Eco, 1980, en la secuencia homónima de J.J. Annaud¹⁶), cuando el bibliotecario explica a Fray Guillermo de Baskerville que en aquella abadía del siglo XII se prohíbe reír, porque *la risa desvanece al miedo y por ende debilita a la fe*, pues sin el temor al Diablo ya no hay necesidad de Dios. La risa aloja en sí, una esencia subversiva.

Desatando risa, el meme reviste una naturaleza irreverente, una *variabilidad* transgresora y desafiante. Su gracia funciona como pivote que permite la disidencia, abre paso a la tergiversación de los discursos, a la reinterpretación de los contextos, volviéndose escenario de luchas ideológicas.

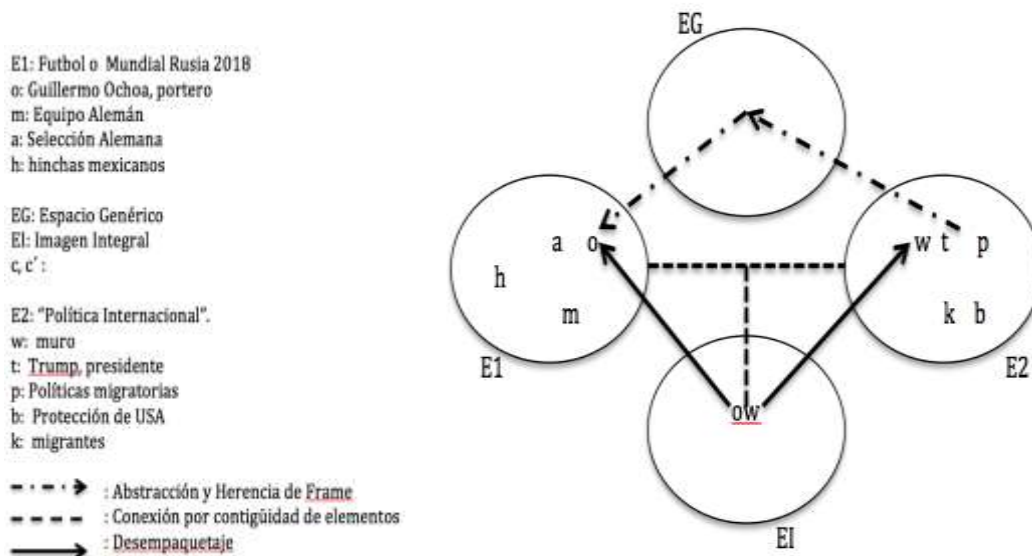
Lo anterior es palpable al observar los siguientes tres memes No. 9, 10 y 11. Los tres mezclan nuevamente los espacios mentales de actividad, política y fútbol, aunque esta vez se refiere a un tema de política internacional. Estos memes fueron posteados en los siguientes días después del partido México-Alemania, durante la copa mundial de fútbol Rusia 2018, cuando la selección tricolor obtuvo la victoria gracias al único gol de diferencia, y a una destacada actuación de su guardameta Memo Ochoa, a quien podemos distinguir en los memes N° 9 y N° 10.

		
<p>Meme N° 9 http://me.me/i/hey-trump-mexico.already</p>	<p>Meme N° 10 http://es.besoccer.com</p>	<p>Meme N°11 http://heraldodemexico.com.mx</p>

El *frame* contextual en el que se apoyan estos memes, era precisamente un asunto socio-político de actualidad, difundido por esas fechas con bastante frecuencia en los medios de comunicación internacionales: la decisión del

Presidente de Estados Unidos, Donald Trump, de construir un muro en la frontera con México como parte de sus medidas anti migratorias, y de que éste fuera pagado por México. El argumento central de la postura “trumpista” es que “con la construcción del muro, Estados Unidos *se protege* de los invasores migrantes”, idea que en lo sucesivo constituyó parte del discurso dominante –y humillante para los mexicanos–, en los medios internacionales como CNN, FOX, BBC. El meme N°11 , presenta a Angela Merkel, y parece corroborar la línea ideológica de ese discurso que pretende defenderse del mexicano o de lo mexicano: “Build the Wall”, solicita Angela a Donald, como si le recomendara defenderse y protegerse de los mexicanos, en respuesta a la derrota sufrida por el equipo de Alemania frente a la selección mexicana.

La reinversión ideológica se hace patente en los memes N° 9 y 10, donde la figura del portero de la selección mexicana Guillermo Ochoa, alienta el desempaqueaje del espacio mental “Futbol” o “Mundial Rusia 2018” (Esquema No. 8). Su *frame* lo constituyen los detalles de dicha justa deportiva. Por su parte el elemento “Muro”, en su forma visual en el meme N°10, y en su forma gramatical “Wall” en el meme N°9, logran eventualmente la introducción por desempaqueaje del espacio mental E2, “Política Internacional”, donde existe un elemento Trump = t, un elemento muro=w, y su *frame*: “Trump quiere construir el Muro para *proteger* a USA de los migrantes”.



Esquema No. 8

Fuente: Elaboración propia a partir de Fauconnier (1997) y Fauconnier & Turner (1998).

El *frame* que define a w= muro en E2 (la *materialización de una determinada política internacional*), sufre un proceso de abstracción en el Espacio Genérico, de donde emerge la *protección* (b) para poder ser heredado a Guillermo Ochoa (o) de E1. Con esta proyección se logra hacer de Memo Ochoa una “*barrera infranqueable frente a los intentos de gol del adversario*”, pero sobretodo un “*muro que defiende, que protege, a lo nacional de los embates del extranjero*”. Una discursividad similar a la de Trump, sólo que en el bando contrario.

Estos memes tratan de vincular a los cibernautas enunciatarios con una lógica opuesta al discurso oficial, el trumpista en este caso, donde el poderoso tiene habitualmente la preferencia absoluta, para acercarlo a la visión del “más débil”, lo cual implica una forma disfrazada de resistencia y un cambio de posiciones. Este traslape ideológico de valores pretendería establecer y gestionar, mediante el humor, una determinada relación; precisamente aquella que deriva del entendimiento de México y del mexicano, no como una entidad que ataca, sino que se defiende. Se percibe aquí la lucha ideológica de ambos grupos por definir las representaciones acerca del mundo, es decir, ¿quién ataca a quién?, y ¿quien tiene el mejor muro? En este caso, diríamos que los enunciatarios buscaban o veían en su “muro-Memo Ochoa” aquella figura arquetípica de protección o defensa nacional, que ni gubernamental ni mediáticamente estaba por aquel entonces siendo satisfecha. “Nuestro muro nos defiende de los gringos”, podíamos escuchar a estos *memes* burlarse así de las amenazas “trumpistas”.

Lo anterior nos conduce a entender al meme o a los memes no únicamente como escenario de instrucciones cognitivas, sino también como objetos que, en el cuadro de una lucha ideológica, son susceptibles de *apropiación o re-apropiación social* que, de acuerdo a Neüman (2008:71), corresponde al “proceso por el cual los grupos sociales marginales del sistema económico capitalista interactúan con la propuesta cultural, económica, organizacional y de consumo de ese sistema, mediante formas de adjudicación de nuevos sentidos, usos y propósitos que actúan como otros, y les permite mantener su propio horizonte de comprensión del mundo”.

Conclusiones

A lo largo de este breve ejercicio, hemos entendido a los *memes* como conjunto de instrucciones cognitivas articuladas de índices escrito-visuales que generan sentidos inferenciales. Los análisis nos han permitido explicar la manera en que los *memes* introducen en el panorama cognitivo de los sujetos ciertos espacios

mentales, sus elementos o sus *frames*, sub-determinan **la conexión** de estos espacios y elementos a otros similares, introducidos por el mismo *meme*, u otros *memes* previos o discursos mediáticos, habilitando con ello la proyección de estructuras semánticas y su integración conceptual.

Fenómenos como *introducción visual o gramatical de elementos, fusión visual, conexión por similaridad de elementos o frames, superposición, cercanía lexical*, son los introductores y conectores cognitivos que levantan y mantienen vigente las conexiones espaciales, el intercambio de estructuras semánticas entre dominios interconectados (cf. *mappigns*) y el desarrollo de sentidos nuevos (cf. *blendings*). Corroboramos que sus índices escrito-visuales funcionan de manera similar a aquellos de los spots audiovisuales analizados en otros espacios (Leyva, 2009), con la diferencia de su amplia dependencia contextual.

En efecto, pudimos atestar la importancia de los frames contextuales en el juego memético pues, a menudo, estos mensajes se plantean como reacciones a eventos del contexto enunciativo mismo. Las creaciones meméticas refieren con frecuencia a mensajes difundidos por diversos medios, ya sea prensa, radio o televisión, aplicando su variabilidad apropiación/modificación para tergiversarlos, para reírse de ellos y establecer, de esa manera, una distancia epistémica y una diferenciación como grupo social. Es entonces cuando emerge la naturaleza irreverente y subversiva del *meme*. Su burla apunta hacia una resignificación de los eventos, a veces en el marco de una lucha ideológica.

Crear un *meme* y compartirlo en la red, con las consiguientes posibilidades de ser comentado, reenviado y reinterpretado por otros miembros de la comunidad, física o virtual, forma parte de una práctica integrada al proceso de re-apropiación social de los mensajes, donde los usuarios reelaboran y/o añaden significados nuevos a hechos, a frases de figuras públicas, o incluso a determinados personajes, eventos o situaciones. Es una creación de nuevos significados de acuerdo a sus intereses y a sus necesidades como grupo.

Una vez que los análisis nos han permitido entender algunas dinámicas de construcción semántica subdeterminadas por los índices textuales de los memes, creemos que la comprensión de este fenómeno de comunicación virtual debe en lo sucesivo dirigirse hacia una *pragmática de la enunciación memética*, donde no únicamente se analicen los índices discursivos y los panoramas semánticos que habilitan en virtud de la informaciones contextuales disponibles, sino también, y quizá sobretodo, su relación con las apropiaciones e interacciones efectivas que de ellos hacen los usuarios, es decir su relación con los *comments* que levantan por ejemplo, o bien los tipos de reacciones

(emoticones) que generan, o incluso su relación con las identidades virtuales de los ciberenunciarios, bajo la pista de que los memes se evalúan en función de quien los postea. Estaremos entonces transitando de un examen textual y de calculo inferencial, como el presentado aquí-, hacia un análisis pragmático de la apropiación memética, seguramente motivo de nuevos desarrollos.

Notas

¹Por ejemplo, el espacio mental “Fútbol” contiene los elementos *jugadores, árbitro, balón, cancha, fanáticos, porras, directores técnicos, etc.*, así como también un *frame*, que otorga forma a dicho espacio y que en este caso contiene los objetivos del juego, las reglas, los escenarios relativos a un partido de futbol en el estadio, la situación actual o pasada de las ligas de dicho deporte, y el cúmulo de conocimientos que un sujeto dado pueda tener respecto de todo esto.

² La propuesta de Fauconnier y Turner ha recientemente inspirado interesantes avances, como el de Confalonieri & Kutz (2019), quienes apuntan hacia una formalización y modelización matemática de los teoremas de la Integración Conceptual, para resolver problemas de creatividad en la Inteligencia Artificial de última generación. Buscan encontrar, nada más ni nada menos, que los principios del funcionamiento del acto creativo del ser humano, y su formalización e implementación en máquinas inteligentes.

³ Esta red fue creada en marzo 2018 y cuenta con 24,600 seguidores de uno de los candidatos de esas elecciones presidenciales.
<https://www.facebook.com/groups/586529321699121/about/>

⁴ Fuente: <https://www.milenio.com/politica/trump-es-el-amlo-de-eu-marko-cortes>

⁵ Fuente: <http://lapalabrapolitica.mx/los-memes-amlo-rusia-se-apoderan-la-web/>

⁶ Fuente : <https://www.mientrastantoenmexico.mx/beatriz-gutierrez-comparte-un-meme-de-amlo-caracterizado-como-superpeje/>

⁷En el siguiente enlace se pueden observar otros memes con la misma temática “Rusa”, que circularon las redes sociales durante la elección. Por sus características, este tipo de blog mas que explicar el fenómeno, buscan replicar los memes , es decir contribuyen a su propagación. <http://lapalabrapolitica.mx/los-memes-amlo-rusia-se-apoderan-la-web/>

⁸ Este término es empleado con referencia al Presidente de Estados Unidos de Norteamérica Donald Trump. En el siguiente enlace, se ofrece una reseña sucinta de la comparación AMLO-Trump. <https://cnnespanol.cnn.com/2018/07/02/amlo-trump-mexico-elecciones/>

⁹ La imagen de Trump tenía meses invadiendo los noticieros televisivos mexicanos y las primeras planas de los diarios, desde que el mandatario norteamericano comenzó su discurso anti-migrante en campaña, prometiendo la construcción del muro fronterizo entre México y USA; Para más información al respecto consultar : <https://www.elperiodico.com/es/internacional/20170125/donald-trump-decretos-inmigracion-muro-refugiados-5764022>

¹⁰ Ver por ejemplo <https://www.elperiodico.com/es/internacional/20170202/trump-amenaza-a-pena-nieto-con-enviar-al-ejercito-a-mexico-para-frenar-a-los-bad-hombres-5782374> o <https://www.youtube.com/watch?v=tcT6N6Suxo>

¹¹A Andrés Manuel López Obrador le llaman de apodo el “Peje”, como pejelagarto, una especie de pez que habita la región de Tabasco.

¹²Un interesante análisis de este discurso de “venezuelanización” puede ser encontrado en: <https://www.nytimes.com/es/2018/06/29/opinion-barrera-tyszka-amlo-hugo-chavez-mexico-venezuela/>

o bien en <https://www.nacion321.com/elecciones/de-donde-salio-que-amlo-era-un-peligro-para-mexico>

¹³ Du Preez & Lombard (2014) referidos por (Yus, 2018:6), apuntan en la misma dirección.

¹⁴El término PRIAN implicaba la fusión y complicidad fraudulenta de dos partidos políticos supuestamente antagónicos. La existencia de tal complicidad ha sido aceptada por varios personajes políticos de dichos partidos y evidenciada por periodistas. Para profundizar al respecto el lector podrá remitirse a : <https://regeneracion.mx/jorge-castaneda-si-existe-el-prian-si-estan-de-acuerdo-critica-a-rios-piter-por-irse-con-meade/> / <https://www.excelsior.com.mx/opinion/ivonne-melgar/2018/01/13/1213353> y <https://www.proceso.com.mx/532757/el-prian-presiona-a-meade-para-que-decline-por-anaya-pero-ni-asi-podran-amlo>

¹⁵Para algunos articulistas como Salazar, esta utilización del humor y la burla en el marketing político digital, es “una tendencia basada en la frivolidad que se ha convertido en todo un fenómeno de comunicación que resulta atractiva al elector, pero sobre todo a una generación en lo general desinteresada, indiferente y acostumbrada a la inmediatez.” Consultado en: <https://www.reporteindigo.com/reporte/humor-arma-electoral-marketing-politico-redes-sociales-jovenes-elecciones/>

¹⁶ Para el fragmento cinematográfico referido, consultar: <https://www.youtube.com/watch?v=p4UOPlpiYco>

Referencias

Bautista, O. (3 septiembre, 2016). En el PRI no hay espacio para corruptos, señala Ochoa Reza. *La razón*. Recuperado de: <https://www.razon.com.mx/mexico/en-el-pri-no-hay-espacio-para-corruptos-senala-ochoa-reza/>

Blackmore, S. (1999). *The Meme Machine*. England: Oxford Univ. Press.

-----, (2000). *La máquina de los memes*. España: Paidós Ibérica.

-----, (2002). A evolução das máquinas de *memes*. Milão: International Congress On Ontopsychology And Memetics, 2002. Disponível em: <<http://www.susanblackmore.co.uk/Conferences/OntopsychPort.htm>> Acesso em: 26 abril 2015.

- Bolaño, C., Páez, A. & Herrera-Jaramillo, M. (2016).** “Mediación, subsunción y apropiación social. Contribución al diálogo entre estudios culturales, economía política y comunicación”. En *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 24 (XIII): 153-165. Disponible en:
<http://alaic.org/revistaalaic/index.php/alaic/article/view/783/420>.
- Botelho, H. (2015).** O meme como linguagem da internet: uma perspectiva semiótica. Universidade de Brasilia. Faculdade de Comunicação. Programa de Posgraduacao. Tesis de Maestría.
- Confalonieri Roberto & Oliver Kutz (2019).** Blending under deconstruction. The roles of logic, ontology and cognition in computational concept invention. In *Annals of Matematics and Artificial Intelligence*. Faculty of Computer Science, Free University of Bozen-Bolzano.
- Cortés, M. J. (1997).** ¿Qué son los memes?. Introducción general a la teoría de memes. Barcelona, España.
- Coulson, S. (2000).** What’s so funny ?, Conceptual integration un humorous examples. In: Herman V. (ed.). *The poetics of cognition : studies of cognitive linguistics an the verbal arts*. Cambridge: Cambridge Univ. Press.
- Dawkins, R. (1976).** *The Selfish Gene*. Oxford: Oxford University Press
- (2000). *El gen egoísta: las bases biológicas de nuestra conducta*. Barcelona: Salvat Editores. 2ª. ed.
- (2014). The Selfish Gene explained. The Royal Institution. En este videoclip, el Profesor Dawkins discute cómo llegó a la idea del “gene egoísta”, las bases de su publicación seminal de 1976. Consultado en:
<https://www.youtube.com/watch?v=j9p2F2oa0>
- Fauconnier, G. (1984).** *Espaces Mentaux, Aspects de la construction du sens des langues naturelles*. París: Minuit.
- (1997). *Mappings in thought and language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Fauconnier, G. & M. Turner (1998)** “Conceptual integration networks”, en *Cognitive Science* 22, (2).
- Fillmore, Ch. (1982).** "Frame semantics". En: Linguistic Society of Korea (ed.). *Linguistics in the Morning Calm*. Seúl: Hanshin Publishing Company, 111–137.

- Fontanella, F. (2009).** O que vem de baixo nos atinge: intertextualidade, reconhecimento e prazer na cultura *digital trash*. Trabalho apresentado no *IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação*, evento componente do *XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, Curitiba. 4-7 de setembro.
- Gómez, J. (2001).** Aspectos de consiliencia virtual. Del texto al hipertexto. Publicado originalmente en *Sphera publica: Comunicación, Tecnología y Sociedad*. *Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*. Universidad católica de Murcia, 119-135. (Recuperado el 20.jul.2018) <http://www.bocc.ubi.pt/pag/gomez-juan-aspectos-consiliencia-virtual.pdf>
- Heylighen, F. & Chielens, K. (2009).** “Cultural evolution and Memetics”. En: Robert A. Meyers (ed.) *Encyclopedia of Complexity and System science*. New York: Springer.
- Langacker Roland, (1987).** *Foundations of Cognitive Grammar*. Stanford University Press.
- Lakoff, G. & Johnson, M. (1985).** *Les métaphores dans la vie quotidienne*. París: Minuit [1980. Edición original en inglés: *Metaphors We Live by*]
- Lemos, A. (2005).** Ciber-cultura-remix. Artigo escrito para apresentação no seminário “Sentidos e Processos” dentro da mostra “Cinético Digital”, no Centro Itaú Cultural. Tema da mesa: “Redes: criação e reconfiguração”, São Paulo, Itaú Cultural, ago. de 2005.
- Leyva, O. (2018).** Del Framing al Blending, Aspectos semántico-cognitivos de la persuasión política audiovisual. En. Echeverría Martín (Coord.), *Publicidad Política-Televisiva, Estructura y Desempeño*. México: BUAP-Tirant Humanidades.
- .(2013). Frame Audiovisual, entre discurso, cultura y cognición. En *México en el Mundo, enfoques y perspectivas*. México : Universidad de Guadalajara. 8-40.
- .(2009). El Spot: radiografías cognitivas de la persuasión audiovisual. *Escritos*, Revista del Centro de Ciencias del Lenguaje, Núm. 39-40, Enero Diciembre 2009. P 75-114.
- Martínez, R. (2014).** El significado cultural del *meme* se propaga con el relajo cibernético. *La Jornada*. Sección Cultura. Entrevista realizada a Gabriel Pérez Salazar, especialista en *Memes* y publicada el 8.julio. 2014 Recuperado 20.jul.2018.de: <http://www.jornada.com.mx/2014/07/08/cultura/a07n1cul>

- Neüman, M. I. (2008).** *Construcción de la categoría “Apropiación social”*.
Quórum académico. Vol. 5, No. 2. Julio-diciembre. pp. 67-98. Univ. de
Zulia.
- Pérez, S. G. (2017).** *El meme en internet. Identidad y usos sociales*. México:
Universidad Autónoma de Coahuila. Fontamara.
- ., **Aguilar, E. A. & Guillermo, A. M.E. (2014).** *El meme en internet.*
Usos sociales, reinterpretación y significados, a partir de Harlem Shake.
México: UAM- Xochimilco. *Argumentos*, 27 (75), mayo-agosto. 79-100.
- Ramírez Cano, O. Y., & Ruales Tobón, C. F. (2016).** Teoría de la integración
conceptual: una mirada desde la interacción con un robot móvil. *Tecné*
Episteme Y Didaxis: TED, (40).
- Recuero, R. (2009).** *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina.
- Rodríguez, D. (2000).** *Memecracia. Los virales que nos gobiernan. Cómo las*
ideas contagiosas usan internet para manipular tu mente. Madrid:
Gestión. 206 p.
- Scott, J. (2000).** *Los dominados y el arte de la resistencia*. México: Ed. Era.
- Shifman, L. (2014)** *Memes in digital culture*. The MIT Press Essential
Knowledge Series. Cambridge, Massachusetts. U.S.A.
- Sperber, D. y D. Wilson. (1994).** *La relevancia. Comunicación y proceso*
cognitivo. Madrid: Visor.
- Whewell, W. (1967).** *The Philosophy of the inductive Sciences*. Vol. 1.
London:John W. Parker-West Strand [original 1840].
- Yoon, I. (2016).** Why is it not Just a joke? Analysis of Internet memes
associated with racism and hidden ideology of colorblindness. *Journal of*
Cultural Research in Art Education 33, 92–123.
- Yus, F. (2018),** Identity related issues in *Meme Communication*. En: *Internet*
Pragmatics, 113-133. Universidad de Alicante. Consultado en:
www.academia.edu/36744698/IdentityRelated_Issues_in_Meme_Communication

Nota biográfica

 A photograph of Oquitzin Leyva, a man with dark hair, wearing a black shirt and headphones. He is smiling and looking towards the left, with his hands near a laptop. The background is a solid green color.	<p>OQUITZIN LEYVA Doctor en Ciencias del Lenguaje por parte de la Escuela de Altos Estudios en Ciencias Sociales de París (EHESS), Francia, con especialidad en Análisis Semántico-Cognitivo de Textos Audiovisuales (2004). Actualmente Profesor Investigador en la Universidad de Guadalajara, México, donde es miembro co-fundador del Cuerpo Académico “Antropología Sociocultural y Comunicación”. Conduce los proyectos: “Etnografía Visual de los procesos Socioculturales del Mundo Contemporáneo” y “Discurso, Cognición y Poder: enfoques, métodos y análisis”. Oquitzin@gmail.com</p>
 A close-up portrait of Flor Micaela Ramírez Leyva, a woman with dark, wavy hair, wearing a light-colored top. She is smiling slightly and looking towards the camera.	<p>FLOR MICAELA RAMIREZ LEYVA Profesora titular del Departamento de Psicología, Centro Universitario de la Costa de la Universidad de Guadalajara, México. Doctora en Nuevos Modelos Periodísticos de la Universidad Miguel Hernández, España. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores CONACYT, y del Grupo internacional de estudios de Comunicación y cultura del InCom-UAB Univ. Aut. De Barcelona (Laboratorio de Comunicación y Salud -CS). Líneas de investigación: CS, salud pública, periodismo, género y fenómenos socio-culturales (exclusión, violencia y poder) flor.ramirez@cuc.udg.mx</p>

	<p>MARÍA DEL CARMEN ANAYA CORONA Profesora Investigadora Titular "C". Formación en Agronomía, Maestría en Antropología social y Doctorado en Ciencias con orientación en Antropología cultural. Sus líneas de investigación se relacionan con desarrollo local y regional, ecología humana y antropología sociocultural, de la religión, urbana, de la alimentación y del turismo. Forma parte del Comité científico de la Red de Antropólogos Iberoamericanos (AIBR) y es miembro del Núcleo Académico del Programa de Posgrado en Ciencias para el Desarrollo, la Sustentabilidad y el Turismo (CONACyT). maricarmenanaya@hotmail.com</p>
-----------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------